

# Une première année positive pour le musée du Fort de Chillon

La forteresse annonce une fréquentation de près de 25'000 personnes. La création d'activités complémentaires, telles que des anniversaires pour les enfants, des brunchs ou des séminaires, contribue à ce succès.



image : ide

(Communiqué de presse) Le musée du Fort de Chillon tire un bilan positif de sa première année d'ouverture consécutive. En majorité romand, le public est attiré par la visite ludique et interactive de cette nouvelle offre culturelle présentant une partie de l'histoire suisse de manière avant-gardiste. La création d'activités complémentaires, telles que des anniversaires pour les enfants, des brunchs ou encore l'organisation de séminaires, contribue également à la bonne fréquentation de la forteresse. Dynamique et inventive, l'équipe du Fort prévoit même pour cet été des expositions d'art dans ses salles d'événements. Ce mois de mai marque la première année d'ouverture consécutive du Fort de Chillon. Pour rappel, le musée a été inauguré en décembre 2020 après plusieurs reports dus à la crise sanitaire.

C'est seulement en mai 2022, après la levée des dernières mesures sanitaires, que le Fort a pu véritablement ouvrir ses portes au public. Un intérêt réjouissant pour le Fort de Chillon. Pour marquer ce premier anniversaire, la conseillère d'État Isabelle Moret a été invitée à visiter le Fort. « Bien qu'organisée dans un cadre privé, sa venue prévue le samedi 3 juin prochain témoigne de son intérêt pour notre site », déclare Christophe De Rham qui souffle lui aussi tout bientôt sa première bougie à la tête du monument historique.

Un public enthousiaste qui répond présent. Le bilan de cette première année d'exploitation est très positif en termes de fréquentation puisque près de 25'000 personnes se sont immergées dans la forteresse militaire. « Cela correspond aux objectifs que nous avions fixés pour une année normale. Au sortir de la pandémie, c'est donc un excellent résultat », s'exclame le directeur. Venus de Suisse principalement et plus particulièrement de Romandie à plus de 75%, les visiteurs ressortent enchantés d'avoir découvert un musée ludique et interactif mêlant ambiances visuelles et sonores ainsi que réalité augmentée, leur faisant revivre de près le quotidien des soldats. Des offres variées pour animer le Fort. En plus de la visite du Fort, des offres ont été créées pour fidéliser le public régional, telles que l'organisation d'anniversaires pour les enfants ou encore des brunchs pour toute la famille à certaines occasions comme à Pâques ou à la Fête des mères.

La location de salle pour des séminaires avec apéritif ou repas séduit également les entreprises et associations à la recherche d'un lieu atypique. « Nous avons la chance d'avoir notre propre restaurant au sein du Fort, ce qui facilite la mise en place d'offres de restauration », affirme le nouveau gestionnaire du site diplômé en hôtellerie. D'autres idées pour animer le musée ne manquent pas. C'est ainsi que les visiteurs auront la chance d'y découvrir deux œuvres de l'artiste Raphi Buttet en place de mi-juin à mi-septembre, tout comme une exposition d'art graphique du Collectif Lausannoise PBK9 tout le mois de juillet.

La première mission du fort était de passer inaperçu durant son activité militaire; elle est maintenant à l'inverse de s'ouvrir au monde pour faire découvrir son histoire passionnante au plus grand nombre. Loin de l'objectif d'attirer des foules de touristes comme son voisin d'en face, le Fort de Chillon souhaite néanmoins élargir sa clientèle en intensifiant ses efforts.

[fortdechillon.ch](http://fortdechillon.ch)