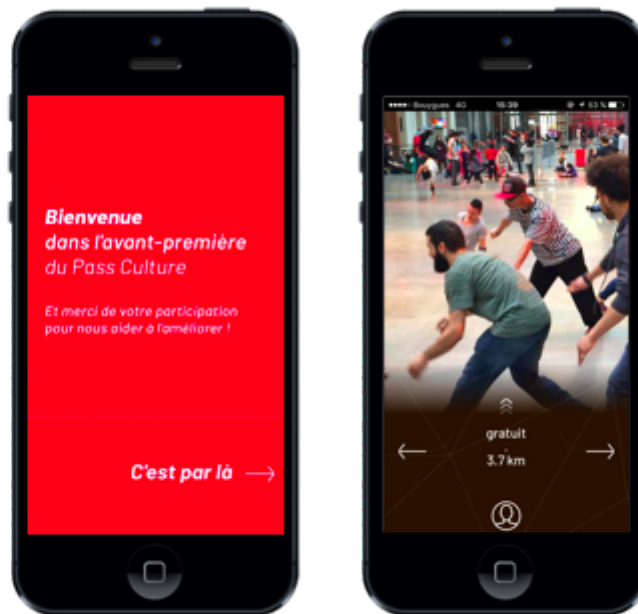


# *passculture*

## Description détaillée du projet Juin 2018



Ce document présente le Pass Culture dans ses différentes dimensions et précise son calendrier.

Le Pass Culture est la plus grande réflexion culturelle nationale autour de la demande depuis les années 1980. Il s'agit d'un marqueur de la politique culturelle du quinquennat et fait, à ce titre, l'objet d'un engagement fort de la part du Président de la République.

## 1. Une application grand public

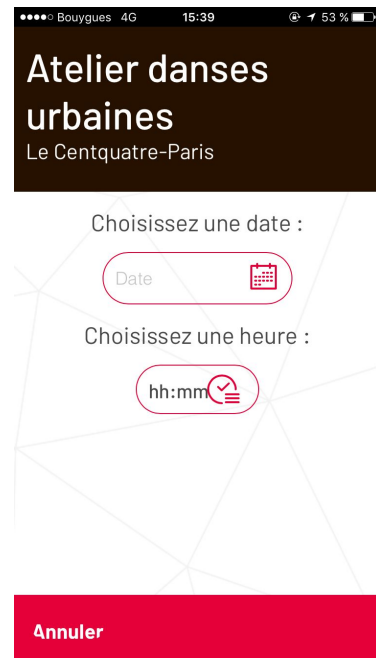
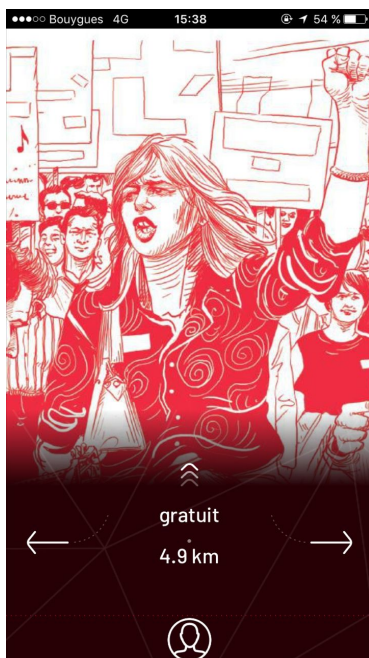
Construire le Pass Culture sous la forme d'une application mobile grand public, c'est investir l'espace de prédilection des nouvelles générations : les plateformes numériques. C'est le pari de construire un accès privilégié à ces nouveaux publics, pour leur proposer les offres habituelles mais aussi des offres nouvelles, exclusives, attractives.

Par « offre », on entend l'accès aux sorties culturelles (musique, théâtre, danse, cinéma, musées, lieux de patrimoine...) mais aussi l'accès aux pratiques artistiques. Le Pass Culture s'inscrit dans la continuité des programmes d'Éducation Culturelle et Artistique proposés avant la majorité et sera le passeport d'autonomisation des jeunes de 18 ans.

Le Pass Culture est bien plus qu'un chèque culture, c'est un outil pour encourager les jeunes à développer leur goût et diversifier leurs expériences artistiques. C'est donc un défi que tous les opérateurs culturels doivent relever ensemble - ils ont déjà commencé à le faire : utiliser la lucarne du téléphone portable pour attirer, séduire et fidéliser les jeunes générations.

A terme, le Pass Culture est un outil de navigation, de recommandation et de plaisir culturel pour toute la population.

**Notre objectif ? Faciliter l'accès à la culture, en particulier des jeunes âgés de 18 ans, promouvoir la diversité culturelle et rendre les jeunes plus autonomes face à la culture.**



**Notre vision ?** Une application mobile offrant une **prescription personnalisée et géolocalisée des offres culturelles** avec un crédit de 500€ pour les jeunes de 18 ans, permettant ainsi de les accompagner à la découverte de nouveaux horizons.

**L'application mobile permet notamment :**

- la découverte de l'offre culturelle du territoire grâce aux recommandations proposées par l'algorithme du Pass (un algorithme géolocalisé qui favorise la découverte<sup>1</sup>) ;
- la constitution de groupes pour s'y rendre à plusieurs ;
- la recherche d'offres spécifiques ;
- le paiement par contremarque.

Pour les usagers de 18 ans, le Pass sera crédité de 500€. Les autres utilisateurs pourront le charger avec un moyen de paiement standard (carte bleue, virement, chèque cadeau ...).

Les transactions réalisées sur le Pass débitent le crédit de l'utilisateur et éditent des contremarques aisément acceptables dans l'écosystème de partenaires, sans nécessité de matériel spécifique autre qu'un ordinateur ou un téléphone portable.

Le Pass est également accessible à partir d'un site internet.



<sup>1</sup> Ce programme, dont le code sera ouvert conformément à la loi pour une république numérique, est un programme évolutif qui tiendra notamment compte de : l'alternance de l'offre, la géolocalisation, l'effort d'éditorialisation, le soutien d'institutions ou de médias locaux à des parcours culturels, la résonance sociale de l'offre et, à terme, l'écart suscité par la découverte par rapport au profil initial de l'utilisateur.

## 2. Une plateforme ouverte à tous les acteurs culturels

La plateforme invite à la médiation culturelle, elle permet à tous les professionnels de s'adresser spécifiquement et simplement aux publics jeunes. **Les propositions artistiques et culturelles du Pass doivent être attractives, et tous les champs culturels auront droit de cité.** Par ailleurs, le Pass Culture est une incitation forte à la consommation d'offres légales, et à la promotion des œuvres et des services français et européens.

### Une plateforme pour les professionnels

Les professionnels pourront s'enregistrer librement sur leur compte *Pass Culture Pro*, à travers un système simple d'identification (SIRET et RIB) et sous condition d'acceptation des conditions générales d'utilisation du Pass Culture.

**Tous les acteurs culturels, publics ou privés, physiques ou numériques, locaux ou (inter)nationaux, sont les bienvenus sur le Pass.** Les acteurs publics ou locaux seront les seuls à pouvoir bénéficier des ressources de l'État via le Pass. Les acteurs industriels et/ou à portée internationale étant soumis aux règles de la concurrence européenne ne pourront pas en être bénéficiaires.

Le périmètre de l'offre est ainsi appelé à être le plus large possible pour proposer de la pratique artistique, de la découverte du patrimoine, des livres, de la musique CD ou streaming, du cinéma en salle, en DVD ou en VOD/SVOD, du spectacle vivant, de la presse, et toute action de médiation ou de découverte particulière ...

Les offres pourront être créées directement sur la plateforme *Pass Culture Pro* en associant des contenus pré-existants (ex : agenda, billetteries, catalogues, etc.) ou de manière complètement libre pour les petits acteurs ne disposant pas d'infrastructure numérique. L'objectif est d'offrir une grande facilité d'accès à tous les acteurs, y compris qu'une petite association puisse poster une offre avec une accroche texte, image ou vidéo, aussi simplement que si elle postait sur un réseau social.

L'application *Pass Culture Pro* permettra aux partenaires de valider les paiements grâce aux contremarques qu'ils saisiront sur un ordinateur ou un smartphone, et de suivre leurs transactions effectuées sur le Pass Culture.

### Une plateforme pour les collectivités

Les acteurs publics locaux pourront participer à l'éditorialisation du Pass Culture en validant et en mettant en avant les offres locales qu'ils souhaitent promouvoir auprès de leur public. Cette possibilité permet une appropriation locale, personnalisée, de ce qui fait culture sur un territoire.

En outre, le Pass offrira à ceux qui le souhaitent la possibilité de dématérialiser les pass culturels locaux en activant un crédit visible (ex: 100€ de la Région XXX) et labellisé (ex: les 100€ sont paramétrés sur un périmètre d'offre précis), ou simplement labellisé (promotion des bons plans locaux).

## Une plateforme d'échange automatisée

Toutes les fonctions du *Pass Culture Pro* permettront de s'intégrer aisément avec les Systèmes d'Information des offreurs, et leur éviter ainsi d'y ressaisir leur catalogue.

Les échanges d'informations sur les clients et leur comportement sont **STRICTEMENT** limités par le **consentement explicite de l'utilisateur**. Les partenaires reçoivent, à chaque transaction, un identifiant de la personne, son nom et son prénom. La vente de données comportementales n'est pas envisagée.

## 3. Un modèle économique innovant

Le Pass Culture mobilisera différentes ressources publiques et privées pour concrétiser la promesse d'un crédit de 500€ par jeune en régime de croisière (environ 800 000 jeunes par an).

- Une contribution de l'Etat pour financer les **acteurs culturels publics ou locaux** ;
- Des contributions d'acteurs bancaires, télécom et énergétiques pour financer les **acteurs culturels publics, locaux et industriels** en contrepartie de droits publicitaires ciblés ;
- Des gratuités fournies par les **acteurs culturels industriels** en contrepartie de mises en avant et de tunnels de conversion vers leurs offres.

L'État met à disposition en régime de croisière 20% de la somme sur son budget propre, au titre de cette nouvelle politique culturelle. Le reste du crédit est constitué des gratuités des grands acteurs industriels et des commissions versées par les banques.

**Les offreurs culturels privés pourront notamment contribuer en fournissant des rabais ou des gratuités**, sur le volume souhaité d'évènements ou de biens culturels. Si cette gratuité est essentielle à l'équilibre économique du Pass Culture, elle ne sera pas mise en avant auprès des bénéficiaires. Le Pass Culture affichera les tarifs grand public dans la tranche d'âge ciblée, sans communiquer sur la gratuité ou la réduction, afin de garantir la visibilité des acteurs locaux et éviter les effets d'aubaine/d'avantage concurrentiel.

Un algorithme dont **la finalité sera de maximiser le recours à des offres culturelles inédites pour l'utilisateur et privilégiant la sortie physique et la rencontre** travaillera sous contrainte pour garantir la solvabilité du dispositif, par des quotas qui restent à définir.

L'accès à la culture pouvant aussi être limité par des contraintes de **mobilité**, le Pass Culture permettra aux opérateurs de transport et aux autorités organisatrices de mobilité d'offrir des gratuités en contrepartie de créations de compte (ViaNavigo, Voyages-SNCF, etc.). Il permettra également de créer des groupes pour des sorties, et de faciliter ainsi les trajets groupés.

Frédéric Jousset et Eric Garandeanu ont été chargés d'une mission par le Ministère de la Culture, pour travailler notamment à cette ingénierie financière.

## 4. Calendrier de déploiement

Le Pass Culture est **développé de manière incrémentale, dans des conditions réelles d'utilisation**, grâce à des vagues successives d'expérimentations. Ces expérimentations ont également pour objectif de **créer des premiers succès sur lesquels capitaliser** auprès des bénéficiaires comme des acteurs culturels et des partenaires industriels.

### Test

**Dès aujourd'hui et jusqu'à la rentrée 2018**, le Pass Culture est testé avec **une centaine de jeunes répartis sur 4 territoires** sélectionnés pour leurs caractéristiques socio-démographiques comme culturelles : Seine-Saint-Denis (très jeune avec une offre dense mais des enjeux forts d'accessibilité), Guyane (très jeune avec une offre culturelle peu dense), Bas-Rhin, Hérault (départements mixtes, tant urbains que ruraux).

Sur chaque territoire, les jeunes sont sélectionnés sur la base du volontariat parmi les participants aux précédents *OpenLab*, les participants contactés au travers des établissements scolaires (lycées généraux et professionnels, universités) et les missions locales.

**Objectif** : tester l'application auprès des jeunes pour améliorer son ergonomie et mettre en place la plateforme permettant aux professionnels de charger l'offre de façon autonome. A ce stade, l'offre disponible sur le Pass Culture est 100% gratuite.

### Expérimentation

Une phase d'expérimentation sera lancée **dès la rentrée 2018, et jusqu'à janvier 2019**. Elle mobilisera **10 000 jeunes** répartis sur les 4 territoires sélectionnés pour le test : Guyane, Hérault, Bas-Rhin et Seine-Saint-Denis.

Les 10 000 jeunes (sur une population de 53 404) seront **sélectionnés à partir de juillet** sur la base du volontariat, par ordre d'arrivée, et sous contrainte de représentativité de la population, notamment en termes de quartier politique de la ville et de zones rurales.

**Un budget de 250€** sera alloué à **chaque participant**, pour lui permettre d'accéder à l'offre payante qui sera disponible sur le Pass Culture pendant l'expérimentation.

**Objectif** : tester les circuits de paiement par secteur ; observer les premières allocations budgétaires des usagers, c'est-à-dire la forme du panier moyen, équilibrer l'algorithme, acquérir de l'offre en enrôlant des partenaires.