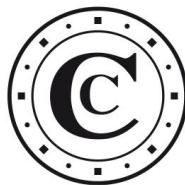


Cour des comptes



ENTITÉS ET POLITIQUES PUBLIQUES

# PREMIER BILAN DU PASS CULTURE

Rapport public thématique

Décembre 2024



# Sommaire

<b>Procédures et méthodes .....</b>	<b>5</b>
<b>Synthèse .....</b>	<b>9</b>
<b>Récapitulatif des recommandations .....</b>	<b>15</b>
<b>Introduction.....</b>	<b>17</b>
<b>Chapitre I Une montée en charge rapide et inégale .....</b>	<b>21</b>
I - Un déploiement rapide qui laisse toutefois de côté une partie des publics les moins familiers des pratiques culturelles .....	21
A - Un taux de recours élevé qui masque des disparités territoriales et selon l'âge des utilisateurs .....	22
B - Un déploiement facilité par la simplicité d'accès au dispositif.....	26
C - Un taux de non-recours au dispositif qui reste significatif.....	27
D - La difficulté de toucher les jeunes les moins familiers des pratiques culturelles .....	30
II - Les jeunes utilisent leur pass avant tout pour acheter des livres et, dans une moindre mesure, pour aller au cinéma et découvrir la musique sous toutes ses formes .....	32
A - Une offre extrêmement étroffée et très peu sélective .....	32
B - Une part prépondérante du livre et du cinéma, loin devant les musées et le spectacle vivant.....	35
C - Les crédits du pass Culture ne sont pas entièrement utilisés.....	41
III - Des offreurs qui se sont diversement impliqués dans la réussite du dispositif.....	43
A - De nombreux offreurs plus ou moins actifs .....	43
B - De grands opérateurs culturels qui restent parfois encore réticents .....	45
C - La contribution des offreurs selon leur chiffre d'affaires au financement du pass Culture.....	46
<b>Chapitre II Un impact limité et difficilement mesurable sur la diversification des pratiques culturelles .....</b>	<b>51</b>
I - Des difficultés méthodologiques importantes pour mesurer l'impact du dispositif.....	51
II - Des déterminants géographiques et socioéconomiques dans l'utilisation du pass Culture .....	55
III - Un impact très limité des dispositifs de recommandation sur la diversification des pratiques culturelles .....	58

A - Des dispositifs de recommandation multiples, mais non structurés autour d'une véritable politique éditoriale .....	59
B - Un faible recours des utilisateurs aux dispositifs d'éditorialisation des offres .....	60
C - Un effet d'intensification des pratiques culturelles des jeunes difficile à mesurer sur la durée .....	64
D - Une place de la médiation à renforcer .....	66
IV - Une diversification des pratiques qui se concrétise plutôt grâce à la part collective du pass Culture .....	67
A - Une part collective qui mobilise les établissements scolaires .....	68
B - Une part collective très complémentaire .....	69
<b>Chapitre III Un dispositif de guichet à maîtriser .....</b>	<b>73</b>
I - Une forte montée en charge budgétaire .....	73
A - Une dépense non maîtrisée .....	73
B - La sous-estimation du budget de la part individuelle .....	75
C - Des pistes d'économies .....	77
II - Une organisation et une gouvernance qui ont montré leurs limites et imposent désormais des réformes d'ampleur .....	78
A - Une organisation souple certes adaptée à la phase de création, mais qui doit désormais être mieux encadrée .....	78
B - L'inscription dès 2025 de la société pass Culture dans la liste des opérateurs de l'État avant d'internaliser ses missions et ses équipes au sein du ministère .....	84
C - Une réappropriation indispensable par le ministère de cette politique majeure .....	85
<b>Liste des abréviations .....</b>	<b>91</b>
<b>Annexes .....</b>	<b>93</b>

## Procédures et méthodes

Les rapports de la Cour des comptes sont réalisés par l'une des six chambres thématiques<sup>1</sup> que comprend la Cour ou par une formation associant plusieurs chambres et/ou plusieurs chambres régionales ou territoriales des comptes.

Trois principes fondamentaux gouvernent l'organisation et l'activité de la Cour ainsi que des chambres régionales et territoriales des comptes, donc aussi bien l'exécution de leurs contrôles et enquêtes que l'élaboration des rapports publics : l'indépendance, la contradiction et la collégialité.

L'**indépendance** institutionnelle des juridictions financières et l'indépendance statutaire de leurs membres garantissent que les contrôles effectués et les conclusions tirées le sont en toute liberté d'appréciation.

La **contradiction** implique que toutes les constatations et appréciations faites lors d'un contrôle ou d'une enquête, de même que toutes les observations et recommandations formulées ensuite, sont systématiquement soumises aux responsables des administrations ou organismes concernés ; elles ne peuvent être rendues définitives qu'après prise en compte des réponses reçues et, s'il y a lieu, après audition des responsables concernés.

La **collégialité** intervient pour conclure les principales étapes des procédures de contrôle et de publication. Tout contrôle ou enquête est confié à un ou plusieurs rapporteurs. Le rapport d'instruction, comme les projets ultérieurs d'observations et de recommandations, provisoires et définitives, sont examinés et délibérés de façon collégiale, par une formation comprenant au moins trois magistrats. L'un des magistrats assure le rôle de contre-rapporteur et veille à la qualité des contrôles.

Sauf pour les rapports réalisés à la demande du Parlement ou du Gouvernement, la publication d'un rapport est nécessairement précédée par la communication du projet de texte, que la Cour se propose de publier, aux ministres et aux responsables des organismes concernés, ainsi qu'aux autres personnes morales ou physiques directement intéressées. Dans le rapport publié, leurs réponses sont présentées en annexe du texte de la Cour.

---

<sup>1</sup> La Cour comprend aussi une chambre contentieuse, dont les arrêts sont rendus publics.

Le présent rapport est issu d'une enquête conduite sur le fondement de l'article L.143 6 du code des juridictions financières qui permet à la Cour de mener des enquêtes thématiques.

\*\*

Un premier rapport sur la création et la mise en œuvre du pass Culture publié en 2023 a conduit la Cour à formuler une recommandation visant à « évaluer l'impact du pass Culture pour réfléchir à de potentiels ajustements du dispositif ». Cette recommandation s'adressait à la société pass Culture et au ministère de la culture et fixait 2024 comme horizon temporel pour la mettre en œuvre.

Sur la base des constats établis dans ce premier rapport et au regard des enjeux financiers soulevés par la généralisation du pass Culture, son extension à la classe d'âge des 15-17 ans et par la création d'une part collective, la Cour a souhaité mener sa propre enquête sur les premiers effets du dispositif.

Le périmètre de cette enquête a été centré sur la part individuelle du pass Culture, la part collective ayant fait l'objet d'un examen approfondi dans le cadre d'une évaluation de politique publique relative à la politique d'éducation artistique et culturelle (EAC). La Cour publiera fin 2024 un rapport public thématique sur l'EAC. Un chapitre du prochain rapport public annuel de la Cour (2025) sera également consacré à ce thème.

Dans le cadre du présent rapport, la part collective n'est traitée que sous l'angle de ses interactions avec la part individuelle, sur les plans fonctionnel, technique et financier.

Le rapport qui suit exploite trois principales sources de données :

- Les données de la société pass Culture issues de l'application elle-même.
- Les analyses qui en résultent portent sur :
  - soit la population totale des bénéficiaires du pass Culture, qui était, en avril 2024, de 3,9 millions, dont 2,45 millions de 18 ans et plus, et 1,45 million de 15 à 17 ans.
  - soit sur la première cohorte des 854 941 jeunes ayant vécu l'expérience complète du pass Culture, après avoir reçu la somme de 300 € à 18 ans et dépassé le délai de deux ans pendant lequel ce crédit est disponible. Les jeunes de cet échantillon ont donc créé leur compte entre mai 2021 (au moment de la généralisation du pass) et mars 2022. L'échantillon comprend les réservations réalisées par ces jeunes sur la période comprise entre mai 2021 et mars 2024, soit 12 206 707 lignes de réservations.

Chaque graphique figurant dans le présent rapport précise le périmètre des utilisateurs retenu.

- Un sondage sur l'utilisation du pass Culture, commandé à l'institut CSA par la Cour et l'Inspection générale des affaires culturelles (IGAC). Le questionnaire en ligne a été complété du 26 février au 15 mars 2024 par 5010 jeunes âgés de 18 à 21 ans, dont la représentativité est assurée en fonction des variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région d'habitation. Le document de présentation des résultats du sondage figure en annexe n° 5 du présent rapport.
- Les réponses des élèves interrogés en juin 2023 sur le pass Culture dans le cadre du « panel 2011 » de la direction de l'évaluation, de la prospective et de la performance (DEPP) du ministère de l'éducation nationale. Ce panel suit 12 142 élèves depuis leur entrée en cours préparatoire (CP) en septembre 2011. Ces données ont été enrichies des informations sur le parcours scolaire de ces élèves et leurs caractéristiques socio-économiques.

Enfin, deux déplacements ont été organisés avec l'appui des directions régionales des affaires culturelles (DRAC) Bretagne et Grand Est respectivement à Rennes et à Metz, afin de rencontrer les équipes des DRAC, les équipes territoriales du pass Culture, des acteurs culturels offreurs, des jeunes bénéficiaires du dispositif, ainsi que des représentants des rectorats.

\*\*

Le projet de rapport a été préparé, puis délibéré, le 7 octobre 2024, par la troisième chambre présidée par M. Nacer Meddah, et composée de, MM. Olivier Mousson, Jean-Christophe Potton, Mme Mireille Riou-Canals, M. Frédéric Advieille, Mme Sophie Bergogne, conseillers maîtres, M. Vincent Peillon, conseiller maître en service extraordinaire, Mme Jeanne-Marie Prost, conseillère expert, et Mme Stéphanie Oltra-Oro, conseillère maître, M. Benjamin Boscher, conseiller référendaire, M. Pierre Barry, conseiller référendaire en service extraordinaire, rapporteurs, M. Abel Aussant, doctorant et Mme Lisa Menez, data scientist, et en tant que contre-rapporteur Mme Christine de Mazières, conseillère maître, présidente de section.

Il a ensuite été examiné et approuvé, le 14 octobre 2024, par le comité du rapport public et des programmes de la Cour des comptes, composé de M. Pierre Moscovici, Premier président, M. Rolland, rapporteur général du comité, M. Meddah, Mme Mercereau, M. Lejeune, présidentes et présidents de chambre de la Cour, M. Oseredczuk, doyen des présidents de section, président par intérim de la cinquième chambre, M. Tournier, président de section, représentant le président de la quatrième chambre et M. Boudy, président de section, représentant la présidente de la première chambre, M. Serre, Mme Daussin-Charpantier, Mme Renet et M. Strassel, présidentes et présidents de chambre régionale des comptes, Mme Hamayon, Procureure générale, entendue en ses avis.

\*\*

Les rapports publics de la Cour des comptes sont accessibles en ligne sur le site internet de la Cour et des chambres régionales et territoriales des comptes : [www.ccomptes.fr](http://www.ccomptes.fr).

Ils sont diffusés par La Documentation Française.

## Synthèse

Application gratuite et géolocalisée, le pass Culture permet à tous les jeunes de 15 à 18 ans de bénéficier d'un crédit individuel afin d'accéder à des activités ou des biens culturels et artistiques.

Cette part dite « individuelle » du pass Culture concentre l'essentiel des observations de ce rapport. Celui-ci n'aborde qu'à la marge la part dite « collective » du pass Culture, mise en œuvre, quant à elle, dans le cadre de l'enseignement scolaire. Le rapport analyse la manière dont les jeunes utilisateurs se sont saisis de ce nouvel outil et établit un premier bilan des résultats trois ans après sa généralisation, eu égard aux objectifs larges et ambitieux qui furent formulés au lancement de ce dispositif.

**Si 84 % des jeunes de 18-20 ans sont bénéficiaires  
du pass Culture le dispositif touche moins les jeunes  
les plus éloignés de la culture**

Lancé à titre expérimental en février 2019 par le ministère de la culture dans quelques départements, le pass Culture a fait l'objet d'un déploiement dans des délais particulièrement brefs. La part individuelle du pass Culture (300 € de crédits par bénéficiaire) a été généralisée en mai 2021 à tous les jeunes âgés de 18 ans sur l'ensemble du territoire français, avant d'être élargie le 1<sup>er</sup> janvier 2022 aux jeunes âgés de 15 à 17 ans (80 € de crédits sur trois ans). En complément, une part collective du pass Culture a été mise en place en janvier 2022 sous la forme d'un crédit alloué à chaque classe au prorata du nombre d'élèves afin de financer des projets d'éducation artistique et culturelle. D'abord accessible aux classes de la 4<sup>ème</sup> à la terminale, la part collective a été étendue depuis septembre 2023, aux classes de 6<sup>ème</sup> et 5<sup>ème</sup>.

Tous les jeunes sont éligibles à la part individuelle du pass Culture en fonction d'un unique critère d'âge. À fin août 2024, trois ans après sa généralisation, 84% des jeunes de 18 ans révolus étaient inscrits et, au total depuis 2019, 4,2 millions de jeunes se sont inscrits sur l'application pass Culture.

Ce réel succès en termes de couverture globale ne saurait toutefois occulter le fait que le pass Culture n'a que partiellement réussi à toucher

les jeunes les moins familiers des pratiques culturelles. Parmi les jeunes issus des classes populaires, c'est-à-dire dont les parents sont peu ou pas diplômés et exercent une profession d'ouvrier ou d'employé, seul 68 % ont activé leur pass. L'objectif d'inscrire un nombre maximum de jeunes a, jusqu'à présent prévalu sur l'objectif de démocratisation de l'accès à l'offre culturelle. Partant de ce constat, la ministre de la culture a demandé en mai 2024 au président de la société « pass Culture » de lui proposer un plan d'actions visant à renforcer, dès 2025, l'impact du dispositif sur certains publics prioritaires et notamment les jeunes non scolarisés.

### **Le livre reste plébiscité tandis que le cinéma et la musique progressent légèrement**

Les jeunes utilisent leur part individuelle du pass avant tout pour acheter des livres. Depuis la généralisation du dispositif, les livres représentent entre 42 et 55 % des montants dépensés chaque trimestre. La part des mangas dans les achats de livres est passée de près de 40 % en 2021 à 20 % en 2024. La littérature (y compris romans jeunesse, poésie et théâtre) représente, depuis 2024, 40 % des achats de livres.

Le pass Culture sert beaucoup aux jeunes pour réserver des places de cinéma et de concerts. En revanche, les autres formes de spectacle vivant (théâtre, danse, cirque, etc.) peinent à atteindre de nouveaux publics (7 % des jeunes ont réservé en moyenne au moins une fois un spectacle autre que musical *via* l'application. Les grands opérateurs publics du spectacle vivant semblent réticents à s'ouvrir au public détenteur du pass Culture, tant du côté de l'offre de spectacles susceptibles de les intéresser que des places ouvertes à la réservation. Seuls 55 % des musées sont inscrits dans le pass Culture. Un constat similaire peut être établi pour les monuments, centres d'art et les bibliothèques. Si la gratuité ou les tarifs réduits proposés aux jeunes par ces lieux expliquent ce faible recours au pass Culture, ce dernier pourrait cependant être davantage utilisé par les acteurs culturels comme un outil de promotion et de valorisation auprès des jeunes.

### **Un impact limité sur les pratiques culturelles des jeunes sur la durée**

La part individuelle du pass Culture repose sur une totale liberté laissée à l'utilisateur dans le choix de ses pratiques. L'organisme en charge de ce pass, la société pass Culture, n'est en effet pas mandaté pour orienter la qualité des offres proposées au titre de la part individuelle. Cette absence de contrôle effectif du caractère réellement culturel de certaines offres a, par exemple, conduit au financement pour près de 16 M€ depuis le

lancement du dispositif d'activités d'*escape games*, avant que le ministère de la culture ne demande, à l'issue de l'enquête de la Cour, le déréférencement des 500 offreurs qui proposaient ce type d'activités pourtant inéligibles sur l'application.

Le pass Culture a plutôt été structuré autour d'un objectif de diversification des pratiques culturelles, dont le ministère n'a jamais donné aucune définition, mais qui ne prend en tout cas pas en compte la qualité des offres (ainsi, si le jeune passe de l'achat d'un livre à celui d'un *escape game*, cet objectif est atteint). Afin d'encourager cette diversification, la société a développé plusieurs outils de recommandation éditorialisés ou algorithmiques, qui n'ont qu'un impact très limité. Près de 90 % des réservations ont été réalisées à partir d'une première consultation du moteur de recherche, et non à partir des propositions poussées par l'application.

Dès lors, le principal impact du pass Culture observé sur les premières cohortes se traduit plutôt par une intensification des pratiques culturelles déjà bien établies chez les jeunes. Cet effet d'intensification contribue à confirmer le risque d'effet d'aubaine d'utilisation du pass Culture par des jeunes disposant déjà, notamment par leur environnement familial, d'un capital culturel plus élevé. Contrairement à la part collective, qui repose sur le travail des enseignants, la médiation n'apparaît pas suffisamment développée au sein de la part individuelle pour contrecarrer les inégalités structurelles préexistantes à l'accès à la culture, que le pass Culture révèle et ne saurait à lui seul résorber.

Le sondage commandé par la Cour a également mis en évidence la difficulté de pérenniser les nouvelles pratiques culturelles suscitées par le pass. En effet, une fois les crédits du pass Culture consommés ou expirés, les utilisateurs ne sont plus que 38 % à poursuivre les activités découvertes et 37 % à fréquenter les lieux fréquentés grâce à l'application. Près de 80 % d'entre eux n'utilisent plus l'application du pass. Dès lors, et en l'absence de suivi de cohorte des bénéficiaires sortis du dispositif, le caractère durable de cette intensification des pratiques induite par le pass Culture n'apparaît pas assuré.

D'une façon générale, le ministère de la culture ne s'est pas donné les moyens de pouvoir évaluer l'évolution des pratiques des jeunes avant et après l'utilisation du pass Culture. Il n'a en effet ni réalisé d'étude de pratiques avant son lancement, ni rendu obligatoire le renseignement du questionnaire sur ces pratiques avant l'inscription sur l'application. Cette omission rend difficile l'évaluation de l'impact du pass Culture et a conduit la Cour à commander un sondage auprès de 5 000 jeunes sur les pratiques culturelles. Le ministère de la culture et la société pass Culture, dans leurs réponses aux observations de la Cour, s'engagent à rendre obligatoire, d'ici

à la fin de 2024, pour pouvoir bénéficier du pass, le questionnaire sur les pratiques initiales. Cette première étape devra être complétée par la conception d'études en suivi de cohortes afin d'évaluer sur la durée l'impact du dispositif sur les pratiques des jeunes.

À plus long terme, la réussite du dispositif repose sur une articulation renforcée entre la part individuelle et la part collective, alors que ces deux volets fonctionnent aujourd'hui de façon séparée. Les prochaines cohortes de jeunes ne bénéficieront, en effet, de la part individuelle qu'à l'issue d'un parcours d'éducation artistique et culturelle démarré dès la classe de 6<sup>e</sup>. La part individuelle deviendra ainsi le point d'aboutissement de ce parcours qui aura permis de sensibiliser les jeunes à la diversité des offres culturelles auxquelles ils pourront par la suite prétendre de façon autonome. Ce n'est qu'une fois que les jeunes auront suivi l'ensemble de ce parcours que les effets du dispositif pourront être pleinement évalués.

### **Une dépense de guichet qu'il convient de mieux maîtriser**

Hormis la contribution des offreurs au financement de la plateforme pass Culture, qui représente environ 6 % du volume d'affaires global, le pass Culture est financé par l'État, loin de l'objectif initial d'un financement à 20 % par l'État et à 80 % par d'autres ressources.

Or, sur le plan budgétaire, le pass Culture s'apparente à une dépense de guichet, qui a crû de manière très rapide. Ainsi, les crédits budgétaires pour la part individuelle ont augmenté de 92 M€ en 2021 (exécuté) à 244 M€ en 2024 (prévisions d'exécution) : ce dernier montant s'élève même à 324 M€ en ajoutant la part collective (80 M€). Cette croissance des dépenses a été mal anticipée, les crédits du ministère de la culture pour financer la part individuelle ayant été systématiquement sous-dotés.

La période de montée en charge du pass Culture (part individuelle), directement liée au déploiement rapide du dispositif, étant désormais achevée, des arbitrages doivent être pris pour mettre un terme à la croissance non maîtrisée des crédits budgétaires du pass Culture. Dans un contexte de finances publiques dégradées, plusieurs pistes d'économies peuvent être envisagées, parmi lesquelles : la réduction du montant du crédit alloué aux jeunes âgés de 18 ans ; la mise sous condition de ressources ; le ciblage des bénéficiaires selon des critères sociaux (boursiers) ou territoriaux (quartiers de la ville, milieu rural).

### **Un modèle de gestion et de gouvernance à réformer**

En outre, la gouvernance du pass Culture est à revoir en profondeur. Dans un premier temps, la transformation de la société pass Culture en opérateur de l'État doit être effective dès 2025, compte tenu du fait que le modèle de financement de la société repose à plus de 90 % sur fonds publics. Cette transformation permettra au ministère de la culture de renforcer son pilotage du dispositif. Le Parlement et les citoyens pourront être mieux informés grâce aux documents budgétaires annexés à la loi de finances.

À terme, les activités et agents de la société pass Culture ont vocation à être internalisés au sein du ministère de la culture, qui doit se réapproprier cette mission. Cette évolution permettra aux équipes en régions de la société d'être pleinement rattachées aux directions régionales des affaires culturelles (DRAC). Le ministère pourra, de plus, développer l'exploitation des données auprès des utilisateurs du pass, tout en veillant à ce que les informations collectées auprès des utilisateurs soient parfaitement protégées dans un souci de sauvegarde des données personnelles qui concernent des générations entières de jeunes.

Enfin, et en toute hypothèse, il n'apparaît pas opportun d'envisager une nouvelle extension de nouveaux axes de développement des missions du pass Culture dont le dispositif doit, avant tout, être consolidé et amélioré.



# Récapitulatif des recommandations

## **Renforcer le pilotage stratégique du dispositif**

3. Incrire sans délai la société pass Culture dans la liste des opérateurs de l'État avant d'internaliser ses équipes et ses missions au sein du ministère de la culture dans une seconde étape (*ministères de la culture, ministère du budget et des comptes publics, 2025*).

### **Dans l'attente de cette internalisation :**

4. Enrichir le prochain contrat d'objectifs et de performances 2025-2027 de la société pass Culture d'indicateurs de nature plus qualitative (notamment sur les offres gratuites ou comprenant un volet de médiation, ou les partenariats avec des acteurs de l'insertion et du champ socio-éducatif) (*ministère de la Culture, société pass Culture, 2025*).
5. Mettre en place un partage avec le ministère de la culture de l'ensemble des données d'utilisation récoltées par la société pass Culture (*société pass Culture, ministère de la culture, 2025*).

## **Maîtriser la dépense liée au pass Culture**

2. Incrire en loi de finances, dès l'exercice 2025, des enveloppes de crédits pour le pass Culture cohérentes avec une nécessaire maîtrise de la dépense et un éventuel recalibrage du dispositif (*ministère de la Culture, ministère du budget et des comptes publics, société pass Culture, 2025*).

## **Développer la place de la médiation dans les offres proposées**

1. Dans les secteurs plus éloignés des pratiques habituelles des utilisateurs (spectacle vivant, musées, etc.), développer avec les acteurs culturels des offres comportant un volet médiation et les mettre en avant sur l'application grâce aux dispositifs de recommandation (*société pass Culture, ministère de la culture, 2025*).



# Introduction

Le pass Culture constitue une politique prioritaire du ministère de la culture depuis 2017. Rapidement montée en puissance, elle demeure financée quasiment exclusivement sur ressources publiques contrairement à l'objectif initial de financement majoritaire sur fonds privés.

Après des phases de préfiguration et d'expérimentation dans plusieurs départements, le pass Culture a été généralisé en mai 2021 à tous les jeunes de 18 ans sur l'ensemble du territoire français.

À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2022, la part individuelle du pass Culture a été étendue aux jeunes âgés de 15 à 17 ans. Dans le même temps, le ministère de l'éducation nationale et de la jeunesse<sup>2</sup> a créé une part collective sous la forme d'un crédit alloué à chaque classe au prorata du nombre d'élèves dès la classe de 6<sup>ème</sup>. Ce crédit est utilisé par les enseignants pour des sorties et des activités culturelles, dans le cadre d'un parcours d'éducation artistique et culturelle.

## Le pass Culture : un dispositif composé d'une part individuelle et d'une part collective

La part individuelle du pass Culture prend la forme d'une application géolocalisée et gratuite, accessible également via un site internet, qui propose une liste d'activités culturelles et artistiques ainsi que des offres numériques :

- places de concert, de théâtre, d'opéra, de cinéma ;
- cours de danse, de théâtre, de musique, de chant, de dessin ;
- biens physiques (livres, BD, CD, vinyles, DVD, instruments de musique, œuvres d'art...) ;
- services numériques (abonnement à la presse en ligne, la musique en ligne, des jeux vidéo en ligne, des plateformes de streaming de séries et de films, des conférences...).

<sup>2</sup> Les établissements relevant des ministères de l'agriculture et des armées, ainsi que du secrétariat d'État à la mer, sont également intégrés au dispositif.

L'activité peut être directement choisie et réservée depuis l'application.

Pour réserver, le pass Culture donne accès à un crédit individuel ouvert dès l'âge de 15 ans : 20 € à 15 ans, 30 € à 16 ans, et 30 € à 17 ans. Ces crédits sont cumulables et expirent à l'âge de 18 ans. À 18 ans, le pass offre 300 € utilisables pendant 24 mois (avec un plafond de 100 euros fixé pour la réservation des offres numériques).

La part dite collective permet aux professeurs de financer des activités d'éducation artistique et culturelle pour leurs classes. Cette part s'applique aux élèves de la 6<sup>ème</sup> à la terminale des établissements publics et privés sous contrat. Les offres de la part collective couvrent les spectacles, concerts, ateliers, rencontres, conférences, expositions, visites, etc. Chaque établissement dispose d'un crédit attribué annuellement sur la base de ses effectifs. L'application ADAGE<sup>3</sup> est l'interface dédiée à l'utilisation de la part collective du pass Culture au sein des établissements scolaires. Après ouverture des droits par le chef d'établissement, les professeurs utilisent l'application ADAGE pour géolocaliser et réserver les offres collectives.

**Tableau n° 1 : montants des crédits des parts individuelle et collective du pass Culture**

<i>Part individuelle</i>			<i>Part collective</i>	
<b>Âge</b>	<b>Montant</b>	<b>Durée de validité du crédit</b>	<b>Classe</b>	<b>Montant alloué par élève</b>
15 ans	20 €	3 ans	6 <sup>ème</sup>	25 €
16 ans	30 €	2 ans	5 <sup>ème</sup>	25 €
17 ans	30 €	1 ans	4 <sup>ème</sup>	25 €
18 ans	300 €	2 ans	3 <sup>ème</sup>	25 €
<b>Total : 380 €</b>			2 <sup>nde</sup> - CAP	30 €
			1 <sup>ère</sup>	20 €
			Terminale	20 €

Source : Cour des comptes ; CAP : certificat d'aptitude professionnelle

<sup>3</sup> Application dédiée à la généralisation de l'éducation artistique et culturelle.

Le pass Culture poursuit des objectifs particulièrement ambitieux, exprimés par le décret n° 2021-628 du 20 mai 2021, et précisés par le ministère de la culture à travers le contrat d'objectifs et de performance conclu avec la société pass Culture :

- favoriser l'accès à la culture en autonomie ;
- encourager la diversité des pratiques ;
- favoriser la connaissance et l'accès aux offres culturelles destinées aux jeunes adultes et situées à proximité de l'utilisateur de l'application ;
- proposer des offres attractives et exclusives et concourir à ce qu'elles soient présentées de manière personnalisée aux utilisateurs.

L'ambition d'universalité est en passe d'être réalisée avec 84 % des jeunes de 18 à 20 ans qui utilisent le pass Culture, à fin août 2024. L'objectif de démocratisation culturelle reste, en revanche, à atteindre, dans la mesure où ce dispositif touche proportionnellement moins les jeunes les plus éloignés de la culture.

Le pass Culture est porté depuis juillet 2019 par une société par actions simplifiée (SAS), chargée d'assurer sa gestion et son développement, et dont les actionnaires sont l'État (70 %) et la Banque des Territoires (30 %). En termes de volume budgétaire, la SAS, financée à plus de 90 % sur fonds publics, occupe désormais la deuxième place parmi les structures financées par le ministère de la culture après la Bibliothèque nationale de France (BnF) et même la première en prenant en compte des financements du ministère de l'éducation nationale pour la part collective.

Le présent rapport a pour objectif d'établir un premier bilan de la mise en œuvre de la part individuelle du pass Culture et, de façon plus limitée, de la part collective du pass qui fait l'objet d'une enquête distincte de la Cour des comptes.

Ce premier bilan porte sur :

- la montée en charge du dispositif, tant auprès des jeunes bénéficiaires que des acteurs culturels offreurs (partie I) ;
- son impact sur les pratiques culturelles des jeunes (partie II) ;
- la soutenabilité budgétaire et la gouvernance (partie III).

Le dispositif est susceptible d'évoluer dans un avenir proche. La ministre de la culture fait part dans un courrier en date du 14 mai 2024 au président de la société pass Culture de sa crainte que « *le pass culture ne fasse que conforter la reproduction des habitudes de consommation des jeunes aux dépens de la diversité culturelle* ». Elle lui a demandé de lui proposer un plan d'actions en ce sens, afin que les premiers résultats soient perceptibles dès la rentrée 2025.

**Les chiffres clefs du pass Culture – part individuelle  
(septembre 2024) Jeunes bénéficiaires :**

4,2 millions depuis février 2019 ;

- 2,74 millions de bénéficiaires disposant en juin 2024 d'un crédit, dont 1,4 million de 18-20 ans et 1,33 million de 15-17 ans ;
- Taux de couverture : 84 % des +18 ans et 62% des 15-17 ans.
- Offres disponibles : 225 millions

Réservations : 35,7 millions de réservations validées depuis le lancement du dispositif

- 95 % de réservations payantes, 5 % de réservations gratuites ;
- 95 % d'offres physiques, 5 % d'offres numériques ;
- Livre : 67 % des réservations en volume et 46 % en valeur ;
- Cinéma : 17 % des réservations en volume et 21 % en valeur ;
- Musique : 8,6 % des réservations en volume et 23 % en valeur.

Canaux de réservation sur l'application :

- Moteur de recherche : 76 % ;
- Page d'accueil : 8,5 % ;
- Autres : 15,5 %.

Montant moyen consommé après 24 mois par bénéficiaire sur 300 € : 257 €

Montant cumulé des réservations confirmées : 557,5 M€ depuis le lancement jusqu'en juin 2024

Acteurs culturels offreurs : environ 39 000 inscrits, dont 26 000 ayant publié au moins une offre

Budget d'intervention de la société pass Culture : 240,1 M€ en exécution en 2023

Nombre d'employés (en ETP) de la société pass Culture : 176 (fin mai 2024)

*Source : Cour des comptes, d'après les données de la SAS Pass culture*

# **Chapitre I**

## **Une montée en charge rapide et inégale**

Le dispositif du pass Culture a rencontré un succès quantitatif réel auprès d'une large majorité de jeunes, correspondant au mandat donné par le ministère de la culture à la société par actions simplifiée (SAS). Cependant, une part substantielle des crédits reste non consommée par les jeunes. Une proportion non négligeable de bénéficiaires éloignés de la culture n'a, en outre, pas activé l'application. Enfin, l'implication des offreurs au sein du dispositif, notamment ceux qui sont subventionnés, reste à amplifier tandis qu'un nombre limité d'offreurs privés concentre l'essentiel des dépenses des jeunes.

### **I - Un déploiement rapide qui laisse toutefois de côté une partie des publics les moins familiers des pratiques culturelles**

Lancé en 2019 et généralisé en mai 2021, le pass Culture a connu une mise en œuvre particulièrement rapide qui touche, fin août 2024, 84 % d'une classe d'âge. Ce chiffre élevé traduit la réussite d'un déploiement à grande échelle réalisé en quelques années seulement. La simplicité des modalités d'accès au dispositif, tant en termes de critères d'éligibilité que de procédure d'inscription, a indéniablement contribué à son appropriation massive par les jeunes de 15 à 18 ans.

Pour autant, ces résultats satisfaisants concernant la couverture globale ne doivent pas occulter le fait qu'une part significative des bénéficiaires potentiels reste en dehors du dispositif. D'après le sondage commandé par la Cour et l'Inspection générale des affaires culturelles (IGAC), 16 % des jeunes éligibles interrogés n'ont pas téléchargé l'application pass Culture, et 9 %

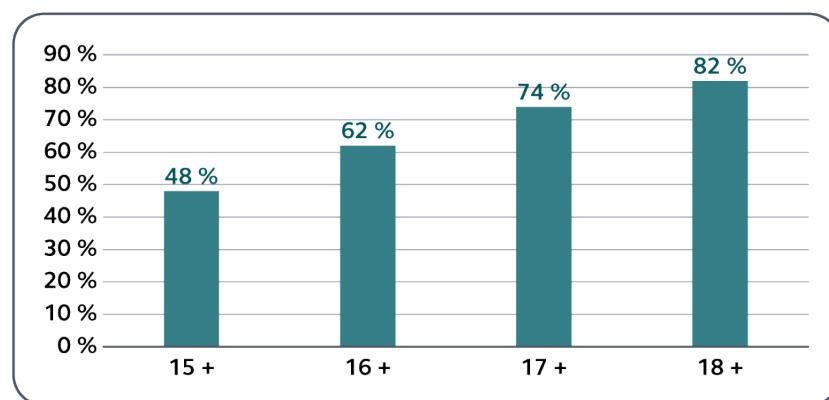
l'ont téléchargée sans avoir débloqué leurs crédits. Ces chiffres apparaissent cohérents avec les données de la société pass Culture qui estime qu'à la fin août 2024, 16 % des bénéficiaires potentiels de 18 ans et plus n'ont pas adhéré au dispositif. Si le profil sociologique de ces non-utilisateurs reste difficile à établir à partir des données disponibles dans l'application, une analyse plus détaillée des motifs du non recours exprimés dans le sondage révèle que cette proportion de jeunes non utilisateurs correspond aux publics les moins familiers des pratiques culturelles.

### A - Un taux de recours élevé qui masque des disparités territoriales et selon l'âge des utilisateurs

Le nombre de bénéficiaires de la part individuelle du pass Culture s'élevait en juin 2024 à 2,74 millions et, en cumulé depuis le lancement du dispositif, à 4,09 millions.

Pour mesurer la progression du déploiement du dispositif auprès de la population cible, la société pass Culture utilise la notion de « taux de couverture », qui permet de calculer le pourcentage de jeunes ayant activé leur pass Culture et reçu un crédit, au regard de la proportion de jeunes éligibles selon les données de l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee)<sup>4</sup>.

**Graphique n° 1 : taux de couverture par âge (juin 2024)**



Source : SAS pass Culture, tableaux de bord « Metabase »

<sup>4</sup> Le taux de couverture du dispositif des jeunes âgés de 18 ans est calculé comme suit : nombre de jeunes inscrits ayant eu 19 ans dans les 12 derniers mois / nombre de jeunes ayant eu 19 ans en France dans les 12 derniers mois.

Le taux de couverture augmente progressivement sur chaque tranche d'âge depuis le lancement du dispositif. Des disparités demeurent selon les âges compte tenu du lancement plus tardif de la part individuelle pour les 15-17 ans. Ainsi, le taux de couverture du dispositif auprès des jeunes de 15-17 ans s'élève à 62 %, contre 40 % au 31 décembre 2022 (dont 25 % pour les jeunes de 15 ans, 43 % pour les jeunes de 16 ans et 52 % pour les jeunes de 17 ans).

En ce qui concerne le public cible « historique » du pass Culture, les jeunes âgés de 18 ans et plus, le taux de couverture atteint 84% à fin août 2024, contre 70 % en juin 2022. Ce chiffre, élevé en valeur absolue, semble toutefois atteindre un palier. Plus de trois ans après sa généralisation, 16 % de jeunes éligibles au pass Culture n'ont donc pas été touchés par le dispositif. Les facteurs susceptibles d'expliquer cette proportion significative de non-recours sont développés *infra*.

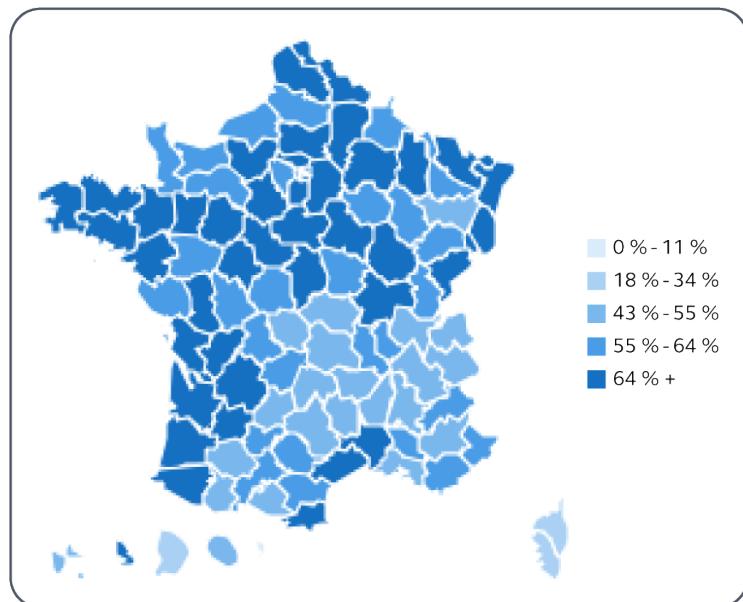
Tous âges confondus, le nombre d'utilisateurs est un peu plus élevé chez les jeunes filles (53 %) que chez les garçons (47 %). Les cartes réalisées par la société pass Culture révèlent une appropriation variable du dispositif selon les départements<sup>5</sup> et selon les âges.

**Tableau n° 2 : taux de couverture par âge sur un échantillon de six départements métropolitains (juin 2024)**

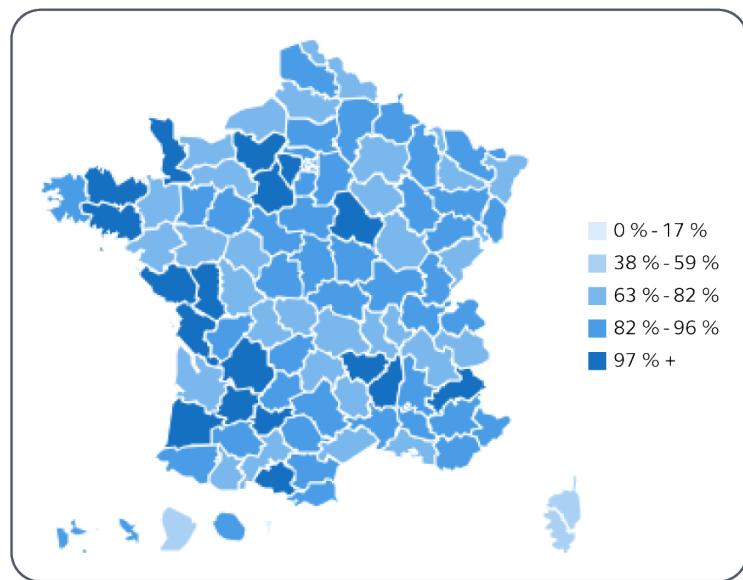
Département	15 ans	16 ans	17 ans	18 ans
<i>Bas-Rhin</i>	64 %	76 %	76 %	72 %
<i>Bouches-du-Rhône</i>	38 %	53 %	66 %	78 %
<i>Cantal</i>	29 %	44 %	65 %	72 %
<i>Finistère</i>	57 %	73 %	83 %	90 %
<i>Seine-Saint-Denis</i>	50 %	66 %	74 %	81 %
<i>Nord</i>	57 %	71 %	74 %	80 %

Source : SAS pass Culture, retraité par Cour des comptes

<sup>5</sup> Département choisi par le bénéficiaire au moment de son inscription, ce qui ne permet pas de prendre en compte les éventuels changements de lieux de résidence du jeune bénéficiaire, par exemple dans le cadre de ses études.

**Carte n° 1 : taux de couverture par département pour les 15-17 ans**

Sources : SAS pass Culture, tableaux de bord « Metabase »

**Carte n° 2 : taux de couverture par département pour les 18 ans et plus**

Sources : SAS pass Culture, tableaux de bord « Metabase »

Selon les données de la société pass Culture, environ 8 % des utilisateurs résident dans des quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV) et 30 % en zone rurale. Au regard des données démographiques nationales, il s'agit de proportions globalement cohérentes avec les populations de jeunes résidant dans ces zones<sup>6</sup>. La société estime en revanche ne pas être en mesure de calculer de façon fiable le taux de couverture du dispositif à l'échelle infra-départementale, faute de référence disponibles.

La société pass Culture utilise un autre indicateur pour mesurer l'appropriation du dispositif par les publics cibles : le taux d'utilisation (ou d'activation) qui permet de mesurer, parmi les utilisateurs inscrits, ceux qui ont fait au moins une réservation dans les trois mois suivant l'octroi de leur crédit<sup>7</sup>.

Comme pour le taux de couverture, ce taux d'utilisation à trois mois augmente de façon régulière. Il s'élève à fin mai 2024, au niveau national et tous âges confondus, à 64 %, contre 56 % en juin 2022. D'une façon générale, le taux d'utilisation est nettement plus élevé pour le crédit de 300 € (82 % au niveau national, 87 % pour les utilisateurs en QPV et 79 % pour les résidents en zone rurale en 2023) que pour les autres crédits, d'un montant plus faible, versés entre 15 et 17 ans (45 % en moyenne nationale, 57 % en QPV et 39 % en zone rurale en 2023). Alors que le taux d'activation apparaît ainsi supérieur à la moyenne nationale dans les QPV, il est moins élevé pour les bénéficiaires résidant en zones rurales, ce qui reflète une difficulté accrue d'accès aux offres<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> Pour les jeunes en zones rurales, voir Insee Première, *Entre ville et campagne, les parcours des enfants qui grandissent en zone rurale*, janvier 2022. Pour les quartiers prioritaires en politique de la ville (QPV), selon l'Insee, en 2018, en France, 5,4 millions d'habitants, soit 8% de la population, y vivent. La population des 15-24 ans est estimée à 14 % en 2019 (cf. Insee, *Données sur les quartiers 2015 de la politique de la ville, Estimations démographiques en 2019*).

<sup>7</sup> Le taux d'utilisation est calculé au niveau du crédit et non du bénéficiaire : un jeune crédité une première fois à 17 ans de 30 €, puis une seconde fois de 300 € à ses 18 ans aura donc un taux d'utilisation calculé pour chacun de ses deux crédits. Le calcul est effectué en divisant le nombre de bénéficiaires ayant fait une réservation dans les trois mois suivant la réception de leur crédit (annulée ou non) par le nombre total de jeunes bénéficiaires ayant reçu leur crédit il y a plus de trois mois.

<sup>8</sup> Société pass Culture, *Publics ruraux : mode de vie, représentations et pratiques culturelles*, novembre 2022.

## B - Un déploiement facilité par la simplicité d'accès au dispositif

Le déploiement rapide du pass Culture auprès de la population cible s'explique notamment par la grande simplicité de la procédure d'inscription. Le bénéfice du pass Culture est ouvert selon un unique critère d'éligibilité lié à l'âge<sup>9</sup> et non au statut (être scolarisé, étudiant, etc.) ou au niveau de ressources. La procédure d'inscription et d'activation du crédit, simplifiée au maximum, implique de compléter un formulaire en ligne et de présenter une pièce justificative relative à l'âge, à l'identité, à la nationalité et au domicile<sup>10</sup>.

Pour les jeunes âgés de 15 à 17 ans, deux procédures d'inscription sont prévues :

- pour les personnes scolarisées dans un établissement d'enseignement public ou privé sous contrat, en accédant à la plateforme avec l'authentification *Educonnect* ;
- pour les personnes non scolarisées ou scolarisées dans un établissement ne bénéficiant pas de l'authentification *Educonnect*, sur présentation d'une pièce justificative relative à l'âge, à l'identité, à la nationalité et au domicile.

L'utilisateur s'engage à respecter les conditions générales d'utilisation en vigueur<sup>11</sup>.

Afin de ne pas constituer de frein à l'adhésion au dispositif, un nombre très faible de données socio-personnelles sont demandées au jeune à l'inscription (âge, genre, statut et lieu de résidence). De plus, ces données ne sont actualisées qu'une seule fois par la suite, au moment où le jeune déjà inscrit sollicite l'accès au crédit de 300€. Ces données personnelles, notamment celle du lieu de résidence, pourraient pourtant être actualisées chaque année. Dans sa réponse aux observations de la Cour, la société pass Culture indique que d'ici la fin de l'année 2024, une mise à jour annuelle de ces informations sera désormais demandée aux bénéficiaires.

---

<sup>9</sup> Décrets n° 2021-628 du 20 mai 2021 relatif au « pass Culture » et n° 2021-1453 du 6 novembre 2021 relatif à l'extension du « pass Culture » aux jeunes en âge d'être scolarisés au collège et au lycée. Pour les ressortissants d'un pays hors Union européenne, une résidence légale d'une durée d'un an sur le territoire français est également requise. Depuis 2022, le nombre de jeunes bénéficiaires du pass Culture ressortissants de l'UE, de la Suisse et de pays tiers résidant en France depuis plus d'un an, est de 28 596.

<sup>10</sup> Arrêtés du 20 mai 2021 portant application du décret n° 2021-628 du 20 mai 2021 relatif au « pass Culture » et du 6 novembre 2021 portant application du décret n° 2021-1453 du 6 novembre 2021 relatif à l'extension du « pass Culture » aux jeunes en âge d'être scolarisés au collège et au lycée.

<sup>11</sup> [CGU utilisateurs - pass Culture](#)

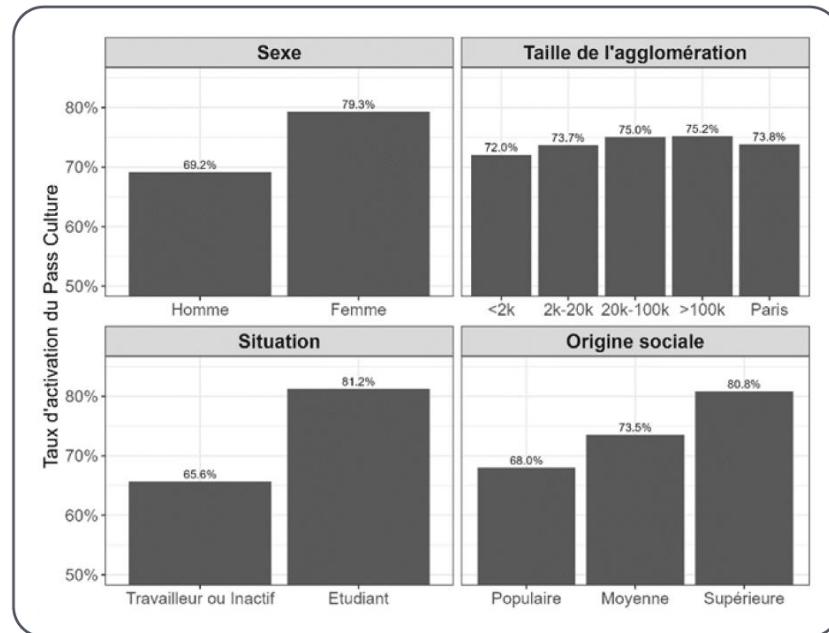
En outre, la société a décidé, pour faciliter la procédure d'inscription, de ne pas rendre obligatoire le questionnaire sur les pratiques culturelles avant utilisation du pass Culture. Cette décision empêche toute évaluation de l'impact du pass Culture sur les pratiques des jeunes et notamment une étude longitudinale (avant/après l'activation du pass) (cf. point II-I.*infra*). Il peut paraître étonnant que le ministère de la culture n'ait pas rendu obligatoire ce questionnaire sur les pratiques culturelles avant l'inscription au pass Culture, se privant ainsi de la possibilité de mesurer l'effet de cette nouvelle politique. Sur ce point, la Cour prend bonne note des réponses de la société pass Culture et du ministère de la culture à ses observations sur ce sujet, proposant de rendre ce questionnaire obligatoire avant la fin de l'année 2024.

Face au risque de fraude à l'inscription, des contrôles renforcés ont été mis en place janvier 2022 par une équipe dite « homologation » de la société pass Culture pour authentifier les documents d'identité présentés et détecter de faux comptes ou de comptes usurpés. Selon la société, le nombre de comptes piratés et de faux comptes détectés s'est réduit d'environ 250 par mois au premier trimestre 2023 à 40 par mois au premier trimestre 2024.

### C - Un taux de non-recours au dispositif qui reste significatif

Le graphique n° 2 ci-dessous présente les principaux facteurs sociaux-démographiques du non recours, tels qu'ils ressortent du sondage commandé par la Cour et l'IGAC.

**Graphique n° 2 : proportion d'individus ayant débloqué leurs crédits pass Culture au regard des grandes variables sociodémographiques**



*Champ : résidents sur le territoire français âgés de 18 à 21 ans.*

*Source : Sondage Cour des comptes – IGAC 2024. Données pondérées*

*Lecture : 69,2 % des hommes de 18 à 21 ans ont débloqué leurs crédits pass Culture.*

Ainsi, ce sont d'abord la position et l'origine sociale qui déterminent le recours. Parmi les personnes n'ayant pas téléchargé l'application ou débloqué leurs crédits, se retrouvent plus fréquemment des hommes, des jeunes ayant arrêté leurs études ou issus des classes populaires (dont les parents sont ouvriers ou employés et peu ou pas diplômés).

Le sondage a ainsi révélé que le taux de téléchargement de l'application s'élevait à 77 % chez les répondants dont les parents n'ont aucun diplôme, contre 87 % pour ceux dont les parents sont diplômés de l'enseignement supérieur, soit un écart de 10 points. À l'inverse, le taux de non-téléchargement est de 22 % chez les répondants dont les parents n'ont aucun diplôme, contre 13 % chez ceux dont les parents sont diplômés de l'enseignement supérieur.

Ces proportions sont cohérentes avec celles observées en 2023 sur le panel d'élèves suivis depuis 2011 par la direction de l'évaluation, de la prospective et de la performance (DEPP) : 65,6 % des élèves ayant déclaré

avoir téléchargé l'application pass culture et activé les crédits ont au moins l'un de leurs parents titulaires du baccalauréat ou d'un diplôme de l'enseignement supérieur.

Le taux de recours est en revanche peu lié à la taille de l'agglomération de résidence, ce qui suggère que l'éloignement géographique des grands équipements culturels n'est pas un frein à la mobilisation du pass par les jeunes.

Ces constats tendent à relativiser la capacité d'un dispositif avant tout financier à aider les publics les plus éloignés de la culture à surmonter les inégalités préexistantes. Le pass Culture apparaît davantage comme un dispositif d'accompagnement de jeunes déjà familiers et intéressés par les pratiques culturelles, mais pas comme une voie d'entrée pour les individus les plus défavorisés.

Par ailleurs, une étude<sup>12</sup> de la direction interministérielle de la transformation publique (DITP), commandée par la société pass Culture, permet d'apporter un éclairage complémentaire sur les raisons de ce non-recours.

L'absence totale de connaissance du dispositif est déclarée par 18 % des jeunes non bénéficiaires interrogés. Selon les données du panel d'élèves suivis depuis 2011 par la DEPP du ministère de l'éducation nationale, 42 % des élèves ayant déclaré ne pas savoir ce qu'est le pass Culture ont des parents dont les revenus se situent dans les trois premiers déciles des revenus ; ils ne sont que 18 % dans les trois déciles supérieurs. Par ailleurs, l'étude de la DITP révèle que parmi les individus ayant connaissance du pass Culture mais n'ayant pas téléchargé l'application, 23 % déclarent penser ne pas être éligibles au dispositif.

Parmi les motifs de non-recours, les jeunes interrogés évoquent également une procédure d'inscription au dispositif perçue comme longue et complexe. Le non-recours peut également résulter d'un biais de perception des jeunes sur les activités culturelles proposées sur le pass Culture, considérées comme trop éloignée de leurs pratiques habituelles et relevant plutôt de la culture « académique » (théâtre, concert de musique classique, musées, etc.).

---

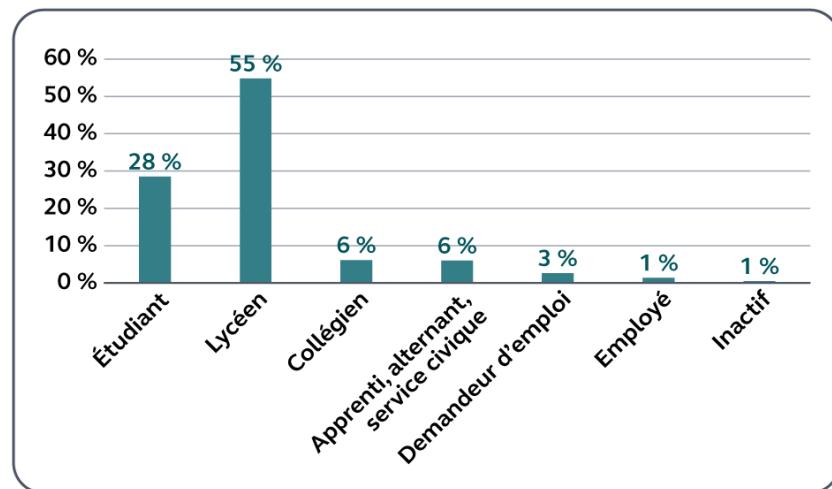
<sup>12</sup> *Encourager le recours au Culture des jeunes éloignés de l'offre culturelle*, DITP, juin 2023.

## D - La difficulté de toucher les jeunes les moins familiers des pratiques culturelles

La société pass Culture ne dispose que de très peu de données permettant de préciser le profil sociologique des jeunes bénéficiaires.

Au moment de leur inscription sur le dispositif, les utilisateurs du pass Culture sont invités à déclarer un statut. Si de façon prévisible, les publics scolarisés ou en études (étudiants, lycéens et collégiens) représentent 89 % des bénéficiaires, les jeunes non scolarisés (employés, demandeurs d'emploi, inactifs ou sous statut d'apprenti) représentent 11 % des inscrits en 2023 (contre 9 % en 2022 et 6 % en 2021).

**Graphique n° 3 : statut déclaré lors de l'inscription par les utilisateurs du pass Culture depuis le lancement du dispositif (juin 2024)**



Source : SAS pass Culture, tableau de bord « Métabase », retraité par Cour des comptes

Les demandeurs d'emploi et inactifs ne représentent que 4 % des utilisateurs, ce qui est sensiblement inférieur au nombre estimé de jeunes qui ne sont ni en emploi, ni en études, ni en formation (dits NEET<sup>13</sup>), de l'ordre de 8 % à 18 ans en 2021<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> Qui signifie en anglais « Not in Education, Employment or Training »

<sup>14</sup> Insee, *Bilan emploi-formation 2022* : en 2021, les jeunes qui ne sont ni en emploi, ni en études, ni en formation (NEET) sont 1,2 % à 15 ans, 2,5 % à 16 ans, 3,9 % à 17 ans, et 8,3 % à 18 ans.

À la demande du ministère de la culture, la société pass Culture a formalisé en avril 2024 une feuille de route visant à recenser les actions à mobiliser pour toucher les publics non-inscrits<sup>15</sup>. Sont identifiés comme publics « prioritaires » l'ensemble des jeunes sortis du système scolaire et en insertion sociale et professionnelle, les jeunes décrocheurs, en parcours d'insertion professionnelle, les jeunes demandeurs d'emplois, les jeunes relevant de l'aide sociale à l'enfance (ASE), les mineurs non accompagnés ou sous main de justice, qui sont susceptibles d'avoir davantage de difficultés à avoir accès à l'information sur l'existence du dispositif.

Afin d'augmenter le taux de pénétration de ce dispositif parmi ces publics notamment déscolarisés et sans emploi, la société pass Culture a développé une politique de partenariats avec les grands réseaux socio-éducatifs parmi lesquels l'Union nationale des missions locales, le réseau des Écoles de la deuxième chance<sup>16</sup>, le groupe SOS, l'Union nationale de l'information jeunesse (UNIJ), l'Union nationale de l'Habitat Jeunes, les fédérations d'éducation populaire. Une collaboration a également été engagée avec les Missions académiques de lutte contre le décrochage scolaire (MLDS) du ministère de l'éducation nationale et de la jeunesse. Des campagnes d'information auprès des personnels de ces structures (animateurs, éducateurs, travailleurs sociaux) ou directement auprès de leurs publics ont permis de mieux faire connaître le dispositif et de l'intégrer parmi les outils mobilisés au service de l'accompagnement de ces jeunes vers l'autonomie et l'insertion professionnelle.

Dans la même logique, un partenariat a été noué dès janvier 2022 avec le ministère des armées pour diffuser l'information sur l'existence du pass Culture dans le cadre des journées Défense et Citoyenneté.

Au-delà, le principal levier à actionner afin d'inciter les jeunes à recourir au pass Culture consiste à sensibiliser et à informer les futurs utilisateurs au plus tôt dans le cadre scolaire. La société pass Culture a ainsi fait évoluer sa stratégie de communication pour encourager l'inscription dès quinze ans, en s'appuyant sur les familles et les enseignants comme relais d'information, afin de prévenir la difficulté de faire adhérer les jeunes en voie de déscolarisation.

Dans le même esprit, dans la région Grand Est, une lettre cosignée par le rectorat et la direction régionale des affaires culturelles (DRAC) a été adressée aux proviseurs pour que soit organisée sur trente minutes du temps de classe une présentation du pass Culture, comprenant l'activation

<sup>15</sup> S.A.S pass Culture, *Stratégie pour toucher les non-inscrits*, avril 2024.

<sup>16</sup> Les Ecoles de la deuxième chance permettent à des jeunes de 16 à 25 ans déscolarisés de construire un projet d'insertion sociale et professionnelle.

du compte sur la part individuelle. Cette initiative gagnerait à être généralisée à l'échelle nationale à travers une circulaire du ministère de l'éducation nationale adressée aux proviseurs. Dans sa réponse aux observations de la Cour, le ministère en charge de l'éducation nationale s'est montré favorable à cette préconisation de la Cour et envisage d'adresser une circulaire aux proviseurs afin de généraliser l'organisation sur le temps de classe d'une présentation du pass Culture, comprenant l'activation du compte sur la part individuelle.

La mobilisation de tous les relais d'information (parents, enseignants, réseaux socio-éducatifs, collectivités territoriales, etc.) est nécessaire pour toucher les jeunes les plus éloignés de la culture, qui constituent les publics prioritaires du pass Culture.

Dans cet objectif, la ministre de la culture a adressé au président de la société pass Culture un courrier en date du 14 mai 2024, dans lequel elle demande l'élaboration d'un plan d'action permettant d'augmenter dès 2024 et dans des proportions significatives la part des jeunes non scolarisés inscrits sur l'application.

## **II - Les jeunes utilisent leur pass avant tout pour acheter des livres et, dans une moindre mesure, pour aller au cinéma et découvrir la musique sous toutes ses formes**

Tandis que le théâtre constitue la première utilisation de la part collective du pass Culture par les enseignants, depuis 2021 les jeunes utilisent leur part individuelle du pass avant tout pour acheter des livres, bien qu'une augmentation du recours au cinéma et à la musique sous toutes ses formes soit constatée depuis lors.

### **A - Une offre extrêmement étroffée et très peu sélective**

Les offres culturelles proposées par le pass Culture sont très nombreuses : dès sa généralisation en 2021, le stock d'offres en comprend 35 millions et atteint 95 millions en 2024 (cf. tableau n° 4). En cumulé depuis la création du pass, plus de 200 millions d'offres ont été créées.

**Tableau n° 3 : évolution du nombre d'offres individuelles proposées chaque année**

	2019	2020	2021	2022	2023	Au 30 sept. 2024
<i>Offres gratuites</i>	2 490	2 494	14 886	12 571	13 504	12 686
<i>Offres payantes</i>	236 833	1 253 216	35 635 830	26 243 065	32 212 988	140 000 000

Source : SAS pass Culture – la forte croissance du nombre d'offres observée en 2024 est liée au développement des synchronisations informatiques des catalogues des offres disponibles sur l'application.

Si le nombre d'offres est très hétérogène d'un secteur à l'autre, la faible sélectivité des offres doit être soulignée et conduit tout d'abord à s'interroger sur leur processus de validation.

Pour figurer sur le pass Culture, les offres doivent relever du domaine des activités éligibles au dispositif, prévues par arrêté, avec des conditions différentes selon qu'il s'agisse de la part collective (plus sélective) ou de la part individuelle.

Cependant, en comparant l'arrêté du 20 mai 2021 portant application du décret n° 2021-628 du 20 mai 2021 relatif au dispositif avec les offres proposées sur le pass Culture, il apparaît que la société pass Culture a ajouté des catégories d'offres non prévues à l'arrêté et qui ne sont pas toujours spécifiquement culturelles :

- dans la catégorie des « jeux », des sous-catégories (« rencontres-jeux », « évènements-jeux » et « escape games »)<sup>17</sup> sont ainsi ajoutées. Le ministère a, par un courrier du 4 octobre 2024, du délégué général à la transformation, aux territoires et à la démocratie culturelle (DG2TDC), expressément demandé au Président de la société d'exclure sans délai les acteurs culturels qui présentent des « escape games » comme activité exclusive ou principale. Au total, depuis 2021, 16 M€ ont été indument dépensés via le pass Culture, alors que les activités concernées n'auraient jamais dû être considérées comme pouvant entrer dans le périmètre des offres éligibles ;
- la catégorie « médias », en plus des sous-catégories « audiovisuel/vidéo » et « presse », une sous-catégorie « podcast » ;
- une catégorie « cartes jeunes ».

---

<sup>17</sup> Les *escape games* ne sont d'ailleurs pas éligibles à la part collective du pass Culture.

Les offres de la part individuelle sont créées directement par les acteurs ; elles ne sont que dans de très rares cas co-construites avec les équipes en charge de la programmation de la société pass Culture .

Le comité d'éligibilité composé de représentants de la société pass Culture et du ministère de la culture n'a statué, entre septembre 2022 et avril 2024, que sur 71 offres dont seulement 31 ont été déclarées inéligibles<sup>18</sup>. Par ailleurs, depuis la création du pass, 62 comptes ont été suspendus pour fraude ou tentative de fraude et 23 comptes ont été suspendus temporairement pour investigation. De même, le ministère indique que 187 structures ont été déréférencées depuis 2021<sup>19</sup>.

Ainsi, la logique du pass Culture vise, avant tout, à augmenter le nombre d'offres, de même qu'elle vise à maximiser le nombre de bénéficiaires. Si cette logique résolument quantitative peut se comprendre, la nature essentiellement publique du financement du pass Culture devrait également conduire le ministère de la culture à renforcer la sélectivité des contenus afin d'être garant d'un minimum de qualité des offres culturelles proposées. Sur ce point, le ministère de la culture indique que le pass Culture « *n'a pas vocation à écrire ou appliquer des critères établissant ce que serait la qualité minimale d'une œuvre, d'une action ou d'un matériel susceptible d'être financés par la part individuelle* ». Il indique cependant que l'analyse récente des propositions relatives aux jeux, proposées sur l'application, peut poser certaines difficultés et annonce avoir initié le retrait de la plupart des offres d'*escape games*.

Par ailleurs, la majeure partie des offres proposées ne fait l'objet d'aucune réservation par les jeunes. En cumulé depuis le lancement du pass, près de 20 millions de réservations ont été effectuées et non annulées. En 2023, ce sont quelques 12 millions de réservations qui ont été faites<sup>20</sup>. Selon la société pass Culture, ce chiffre a augmenté par rapport aux années précédentes en raison d'un très grand nombre de synchronisations pour le référencement de biens culturels (livres / CD) effectuées postérieurement.

Ainsi, seulement 9,6 % des offres font l'objet d'une réservation. Cette forte concentration des réservations sur un nombre limité d'offres s'explique pour partie par le fait que le livre constitue 90 % des offres

---

<sup>18</sup> Le ministère précise que des revues manuelles sont effectuées sur environ 20 % des offres : « ces offres sont expertisées car elles correspondent à des alertes mises en place par la SAS et ajustées en permanence ».

<sup>19</sup> Part collective comprise.

<sup>20</sup> Les réservations validées correspondent aux offres ayant fait l'objet d'un retrait auprès d'un partenaire culturel (ex : livre) ou aux offres réservées dont la période d'annulation est expirée.

disponibles fin 2023 (86 millions de livres réservables), tandis que la musique enregistrées (CD/vinyle) agrège 8,5 % des référencements. Seuls 2,5 % du stock sont ainsi constitués des offres hors livre et musique enregistrée ; la montée en charge des catégories alternatives est très progressive<sup>21</sup>. En 2023, 420 000 places de cinéma étaient proposées, près de 5 000 places de festival de musique, 35 000 places de concert, 60 000 places de spectacle ou encore 50 000 références d'instruments de musique.

Les modalités de réservation des offres ont par ailleurs évolué. Les réservations « Duo » sont appréciées des jeunes publics (39 % des réservations des sorties culturelles en 2023). De même, les acteurs culturels sont incités à enrichir sur l'application les modalités de médiation entourant l'offre proposée (cf. point II.III.D *infra*).

Cependant, l'exploitation des données relatives aux offres disponibles demeure difficile à interpréter tant celles-ci sont nombreuses et de nature différente en fonction des biens référencés. Ainsi, les livres en vente en librairies font l'objet d'une synchronisation automatique sur l'application<sup>22</sup>, expliquant l'abondance de références proposées. En revanche, l'insertion des offres de spectacles vivants ou patrimoniales dépend des activations effectuées manuellement par les lieux diffuseurs. Pour le cinéma, des solutions *ad hoc* sont développées pour une partie seulement du réseau des exploitants. Dès lors, l'inflation du nombre d'offres ne reflète pas forcément la diversification des propositions.

## B - Une part prépondérante du livre et du cinéma, loin devant les musées et le spectacle vivant

Dès les premiers déploiements du pass Culture, la question de la nature des consommations culturelles effectuées par les jeunes bénéficiaires s'est imposée comme un sujet de débat en dépit du principe de liberté et d'autonomie des jeunes qui prévaut. Le livre occupe une place prépondérante tandis que le taux de réservation du spectacle vivant demeure faible.

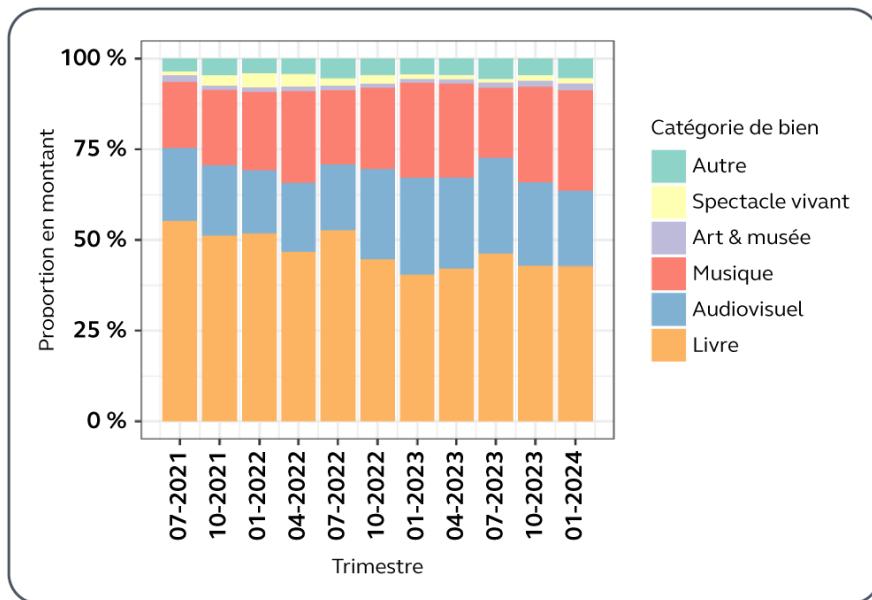
Le graphique n° 4 présente une ventilation des réservations effectuées par l'ensemble des jeunes inscrits sur le pass Culture depuis sa

<sup>21</sup> Le catalogue d'offres proposées reste dominé par le livre, les données analysées par le DEPS sur le stock d'offres entre le 29 juin 2018 et le 30 août 2023 montrent que 98,6 % des offres sur cette période étaient des livres.

<sup>22</sup> La synchronisation des logiciels de gestion de stock est directement connectée à l'interface de programmation d'application (API) pass Culture.

généralisation, tandis que le graphique n° 5 le complète avec les données issues de l'échantillon de la Cour, comprenant la première cohorte de jeunes de plus de 18 ans ayant terminé la consommation de leurs crédits.

**Graphique n° 4 : répartition des réservations du pass Culture selon les catégories de biens culturels – évolution entre 2021 et 2024**

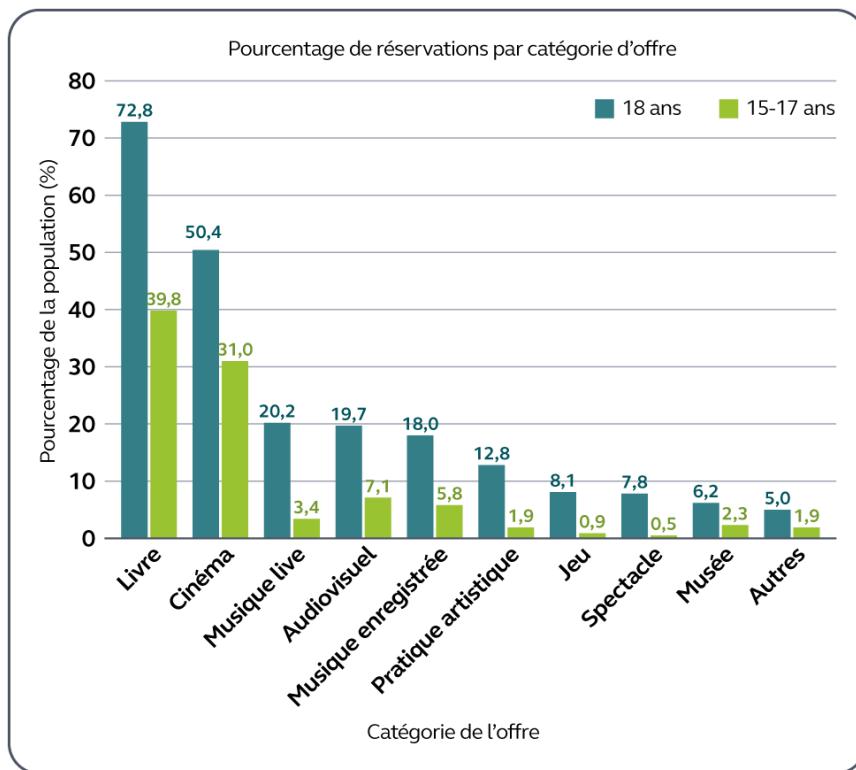


Source : données d'utilisation du pass Culture

Légende : La catégorie « Musique » contient les places de concert, de festival, l'achat de musique sur des supports physiques ou numériques et l'achat d'instrument de musique. La catégorie « Audiovisuel » regroupe les séances de cinéma et les films achetés sur supports physiques ou numériques.

Note de lecture : au premier trimestre 2024, 56 % des montants dépensés par les utilisateurs du pass Culture concernaient des achats de livre.

**Graphique n° 5 : proportion des jeunes ayant effectué au moins une réservation dans les catégories concernées**



Source : Cour des comptes

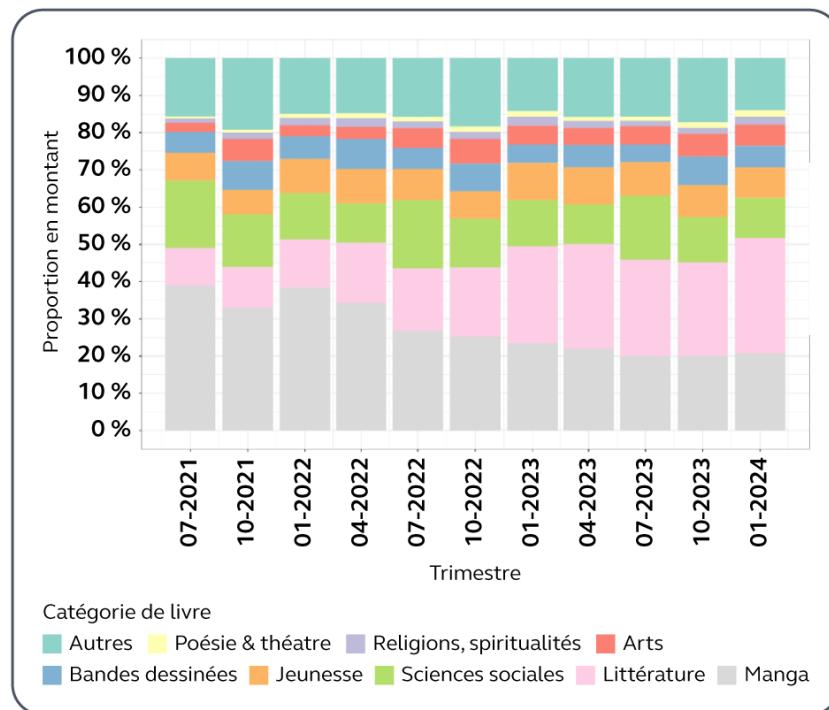
Échantillon : utilisateurs de 18 ans ayant reçu 300 € lors d'une création de compte entre mai 2021 à mars 2022 et utilisateurs ayant entre 15 et 17 ans

Note de lecture : 72,8 % des jeunes de l'échantillon de 18 ans ont consommé au moins une fois un livre contrairement à 39,8 % de l'échantillon des 15-17 ans.

Les livres représentent entre 42 et 55 % des montants dépensés entre 2021 et 2024. Plus 72,8 % des jeunes de l'échantillon de jeunes âgés de 18 ans ont consommé au moins une fois un livre. L'importance du livre reflète les pratiques existantes des bénéficiaires puisque près de 70 % de jeunes interrogés au sein du sondage CSA déclarent avoir lu au moins un livre au cours des 12 derniers mois.

Si les mangas représentaient près de 40 % des achats de livres dans le pass Culture au 3<sup>ème</sup> trimestre 2021, ils ne représentent début 2024 plus que 20 % des montants réservés dans la catégorie du livre. La littérature est, quant à elle, passée de 10 à 30 %.

**Graphique n° 6 : réservation de livres sur le pass Culture par catégorie (%, montant)**



Source : données d'utilisation du pass Culture

Champ : ensemble des utilisateurs depuis la généralisation.

Légende : la catégorie « Autres » comprend par exemple les arts culinaires, le sport, le tourisme, les romans policiers ou de science-fiction (ces deux catégories de romans devraient d'ailleurs être incluses dans la catégorie littérature). Les manuels parascolaires en revanche ne sont pas éligibles.

Note de lecture : au premier trimestre 2024, 21% des montants dépensés par les utilisateurs du pass Culture pour des livres concernaient des mangas.

L'audiovisuel (qui regroupe les séances de cinéma et les films achetés sur support physique ou numérique) arrive en deuxième position, très proche de la catégorie musique (qui regroupe les places de concert, de festival, l'achat de musique sur support physique ou numérique et l'achat d'instrument de musique). Comme pour la lecture, le sondage commandé par la Cour et l'IGAC confirme que ces pratiques sont prépondérantes dans les pratiques culturelles existantes des jeunes.

En revanche, les secteurs des musées et du spectacle vivant apparaissent très en retrait parmi les réservations effectuées sur le pass Culture.

- la faible part des offres de musées recensées et réservées au sein du pass, s'explique pour grande partie par la politique de gratuité de ces

lieux à destination des jeunes publics<sup>23</sup>, alors même que les jeunes se rendent régulièrement au musée comme l'indique le sondage commandé par la Cour<sup>24</sup>. Dès lors, beaucoup d'institutions n'estiment pas nécessaire de proposer l'accès gratuit à leurs collections sur l'application et, de la même façon, les jeunes éprouvent rarement le besoin de l'utiliser pour réserver des offres gratuites, à tarifs réduits, ou sans médiation préalable.

- Le spectacle vivant représente, quant à lui, entre un et deux pour cent des montants dépensés au cours des derniers trimestres, alors que 26,5 % des jeunes interrogés dans le cadre du sondage commandé par la Cour déclarent avoir été au théâtre au cours de l'année écoulée, et 14,3 % avoir vu un spectacle de danse ; 7,8 % des jeunes interrogés ont réservé au moins une fois un spectacle en moyenne. Là aussi, les raisons de ce faible recours *via* la part individuelle du pass Culture sont multiples : place importante du spectacle vivant dans la part collective du pass et dans les dispositifs d'éducation artistique et culturelle (EAC), difficulté à mettre en avant des offres moins populaires ou peu connues, notamment issues des créations nouvelles des lieux subventionnés ou labellisés, et manque de personnels au sein des lieux pour référencer les offres sur l'application.

Par ailleurs, un faible nombre de places est proposé par les principaux établissements nationaux du spectacle vivant, subissant l'injonction contradictoire d'attirer plus de jeunes par des offres attractives tout en devant développer leurs ressources propres (cf. point I.III.B).

L'absence de billetterie centralisée dans ce secteur ajoute une difficulté supplémentaire. Une partie des structures proposant des spectacles ne sont pas sur le pass Culture ou ne mettent pas à jour de manière systématique leur catalogue d'offres, contrairement par exemple aux grands exploitants des salles de cinéma, qui profitent d'une synchronisation logicielle automatique de leur offre sur la plateforme. La société pass Culture a développé cependant un nouveau système d'interface de programmation d'application (API) de façon à faciliter l'interconnexion et l'interopérabilité des différents systèmes de réservations, évolution bienvenue.

---

<sup>23</sup> Selon une étude de la société pass Culture sur les jeunes et les musées, 44 % d'entre eux ne connaissent pas le dispositif de gratuité pour les moins de 26 ans dont ils sont pourtant les bénéficiaires.

<sup>24</sup> Près de 57% des personnes interrogées déclarent s'être rendues dans un musée au cours des 12 derniers mois.

Une piste de réforme envisagée par le ministère consisterait à mettre en place au sein du panier disponible pour chaque jeune une sous-enveloppe fléchée sur les seules offres de spectacle vivant, afin d'inciter les utilisateurs à les réserver davantage qu'ils ne le font aujourd'hui.

Enfin, quelques difficultés d'ordre général sont régulièrement relayées quant aux réservations effectuées :

- la concentration des offres en zone urbaine, situation préexistante au lancement du pass Culture, rend difficile l'accès aux populations éloignées et dépourvues de moyens de transport en zone rurale<sup>25</sup> ;
- les annulations tardives ou les « *no show* » (un jeune ayant réservé ne se présente pas) sont nombreuses (24 %)<sup>26</sup>, bien qu'en diminution progressive ;
- les fraudes aux réservations : des cas de reventes de biens culturels achetés sont identifiés sans faire l'objet d'un recensement exact de la part de la société pass Culture. Depuis janvier 2022, environ 5 600 annonces ont été signalées sur les plateformes de revente, 448 comptes ont été suspendus pour revente de produits (55 276 € gelés sur les comptes suspendus), 113 comptes suspendus pour tentative de revente de pass (25 026 € gelés sur les comptes suspendus). Les montants de réservations frauduleuses ont diminué de 67 % entre le premier trimestre 2023 et le premier trimestre 2024.

---

<sup>25</sup> Cf. encadré *infra* présentant l'initiative « Caravelle » pour faciliter la prise en charge des coûts de transport

<sup>26</sup> Les annulations concernent essentiellement les biens physiques qui nécessitent un déplacement dans le lieu culturel, la livraison étant exclue du pass Culture : si le jeune n'a pas retiré le bien culturel dans un délai de 10 jours (pour les livres) ou de 30 jours (pour les autres types de bien physique), la réservation s'annule automatiquement. À ce jour, les statistiques réelles du « *no show* » ne sont pas disponibles, car les réservations d'un événement sont considérées comme consommées une fois l'événement passé. Lorsque l'interfaçage du pass Culture avec l'ensemble des billetteries des lieux de visite et de spectacle vivant sera finalisé, les billets numériques seront scannés sur site, ce qui permettra un suivi précis de la consommation effective.

## C - Les crédits du pass Culture ne sont pas entièrement utilisés

Bien qu'augmentant légèrement chaque année, le panier moyen des jeunes bénéficiaires reste encore bien inférieur au montant alloué des 300 €. En moyenne, 244 € de dépenses ont été effectués pour les premiers utilisateurs du pass Culture entre mai 2021 et mai 2023 selon la société pass Culture, soit un taux de consommation moyen de 81,3 %.

D'après le sondage CSA commandé par la Cour et l'IGAC, la sous-consommation est encore plus importante : pour les jeunes à qui il restait des crédits à l'issue des deux années de période de consommation du pass Culture, la moyenne des crédits non consommés s'élève à 104 € (soit un tiers de la somme totale).

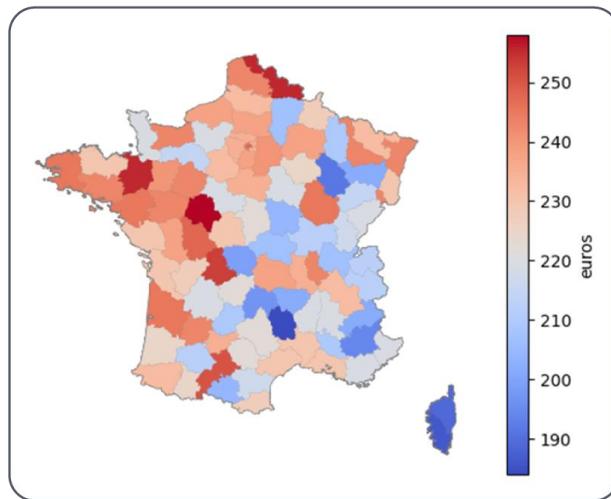
Plusieurs facteurs peuvent expliquer ce phénomène de sous-consommation des crédits du pass Culture<sup>27</sup> :

- la plus ou moins grande proximité géographique des offres physiques ;
- les stratégies de dépense : certains jeunes préfèrent dépenser au fur et à mesure, d'autres attendent pour acheter un bien plus coûteux, comme un instrument de musique ;
- le genre : les jeunes filles dépensent un peu plus (270 € en moyenne), que les garçons (260 € en moyenne) ;
- le lieu d'habitation : la dépense en milieu urbain (266 € en moyenne) est légèrement supérieure à celle en milieu rural (260 €). Les jeunes en milieu rural font davantage d'achats numériques (15 % contre 10 % pour les jeunes en milieu urbain dense).

---

<sup>27</sup> Les crédits alloués annuellement au bénéficiaire de quinze à dix-sept ans sont consommables jusqu'à la date de son dix-huitième anniversaire. Le crédit obtenu à compter de la création de leur compte pour les utilisateurs de dix-huit ans doit être consommé dans les 24 mois. Les bénéficiaires dont le crédit est arrivé à expiration conservent le droit de réserver l'ensemble des offres gratuites proposées.

**Carte n° 3 : dépense moyenne du pass Culture par jeune et par département (en €)**



*Population : jeunes ayant reçu 300 € du pass Culture entre mai 2021 à mars 2022 (854 941 utilisateurs)*

*Lecture : dans le Morbihan, les jeunes ont dépensé entre 230 et 240 € de leur pass Culture en moyenne.*

L'Indre-et-Loire, le Nord ou l'Ille-et-Vilaine sont les départements où les jeunes consomment le plus (plus de 257 €) ; d'autres départements affichent des dépenses plus faibles, dont la Lozère, la Corse du Sud ou encore la Haute-Marne. Néanmoins, les montants moyens dépensés restent relativement homogènes sur le territoire national.

**Éléments de comparaison internationale**

La mise en place du pass Culture français fut inspirée du *Bonus Cultura*, lancé en Italie en 2016. Initialement organisé sous forme de chèque culture d'un montant de 500 €, le dispositif a bénéficié entre 2016 et 2022 à près de 2,5 millions de jeunes de 18 ans. En 2022, le nouveau gouvernement Meloni a décidé de réserver le *Bonus Cultura* aux jeunes les plus modestes (revenus de la famille inférieurs à 35 000 € /an) et a ajouté une prime de 500 € pour les jeunes ayant obtenu la note maximale à l'équivalent du baccalauréat.

Les initiatives qui ont vu le jour en Europe après le pass Culture ont des conditions d'emploi et de dépenses plus contraintes.

En Allemagne, le gouvernement fédéral a lancé en 2023 pour chaque jeune de 18 ans le *KulturPass*, d'un montant initial de 200 €, réduit à 100 € en 2024. Seul un tiers des jeunes (265 000 sur 750 000 éligibles) s'était inscrit fin 2023. Le champ de consommation est proche du pass Culture, à l'exception des plateformes et vendeurs en ligne, exclus.

En Espagne, seuls 280 000 jeunes auraient utilisé le *Bono Cultural Joven* pour sa première édition, soit 58 % des 488 000 bénéficiaires potentiels âgés de 18 ans. Le coût pour l'État espagnol était de 210 M€ en 2023. Les dépenses sont encadrées : sur ce chèque culture de 400 €, 200 € sont réservés aux arts vivants et au patrimoine culturel, 100 € aux produits culturels sur support physique et 100 € à une consommation culturelle en ligne et numérique.

En définitive, le dispositif français est celui qui apparaît le plus généreux par rapport à ses homologues européens.

### III - Des offreurs qui se sont diversement impliqués dans la réussite du dispositif

D'après la société pass Culture, 36 000 offreurs culturels publics et privés étaient inscrits dans le dispositif en mai 2024. Pour autant, leur implication dans le dispositif apparaît inégale, et plusieurs secteurs culturels (musées et bibliothèques en particulier) restent sous-représentés. A l'exception des offres numériques, toutes les offres payantes réservées sont remboursées aux acteurs culturels après application d'une contribution au financement du dispositif. Au global sur la période 2021-2024, cette contribution ne dépasse pas 5 % du montant des réservations. L'analyse de la répartition des montants remboursés montre que les dix premiers offreurs en volume de réservations, tous issus du secteur privé, concentrent 40 % des remboursements.

#### A - De nombreux offreurs plus ou moins actifs

Sur les 36 000 offreurs référencés dans l'application (mai 2024), 24 000 considérés comme actifs. Trois ans après la généralisation du pass Culture, encore 24 % des offreurs restent inactifs. Le taux d'activation le plus faible est celui des associations et des auto-entrepreneurs, respectivement 69 % et 74 %.

Tous les opérateurs publics du patrimoine et du spectacle vivant ne sont pas pleinement engagés dans le pass Culture. Ainsi, dans le domaine du spectacle vivant, si la quasi-totalité des offreurs issus de lieux labellisés par l'État sont inscrits sur le pass Culture, ces derniers ne proposent que 6 000 offres environ sur les 60 000 répertoriées par an. Peu actifs également sur le pass Culture, les musées et les bibliothèques n'y inscrivent qu'un nombre limité d'offres, gratuites pour la plupart. Sur les 7 000 musées existants en France, 55 % sont inscrits dans l'application et seuls 1 200 y ont déjà présenté une offre. De même, les monuments et des centres d'art apparaissent marginalement dans l'application. Pour les bibliothèques, seules 1 200 sont inscrites au pass Culture en juin 2024, soit moins d'une sur dix.

Même si ces lieux offrent des prestations gratuites aux jeunes et développent depuis longtemps des actions en faveur des jeunes, il y aurait un intérêt pédagogique à ce que l'ensemble de ces offres figurent dans l'application<sup>28</sup>. Cela constituerait pour ces institutions une opportunité à saisir pour accueillir davantage de jeunes publics. Le pass Culture pourrait, en effet, être un instrument de visibilité, un outil de promotion et de communication pour l'ensemble des offreurs. Les offres gratuites peuvent d'ailleurs particulièrement intéresser les utilisateurs de 15 à 17 ans qui disposent de crédits d'un montant limité et encourager de manière vertueuse les jeunes à utiliser l'application, y compris lorsque leurs crédits sont épuisés<sup>29</sup>.

Le pass Culture peut ainsi constituer un outil d'incitation des acteurs culturels à référencer en ligne leurs offres.

Les collectivités territoriales, qui représentent les trois quarts des financements publics à la culture, prennent peu à peu leur place au sein du pass Culture : plus 2 200 d'entre elles sont inscrites sur le dispositif. Toutes les collectivités territoriales peuvent naturellement s'enregistrer en tant qu'offreurs culturels, afin de valoriser les offres culturelles gratuites, proposées par exemple par une médiathèque, un musée ou un tiers lieu qu'elles gèrent. Le rôle des collectivités territoriales, à différents échelons, est à développer pour structurer les offres, mettre en réseau les acteurs locaux et coordonner des actions de médiation locales.

---

<sup>28</sup> Sur 45,46 millions de réservations depuis le début du pass, 2 millions concernent des offres gratuites soit 4,5%.

<sup>29</sup> Une complémentarité existe par ailleurs avec les offres payantes du pass Culture ; en effet la presse papier est disponible dans les bibliothèques alors qu'elle est non éligible dans le pass Culture.

## B - De grands opérateurs culturels qui restent parfois encore réticents

Par souci de cohérence, tous les acteurs financés par le ministère devraient s'inscrire dans le cadre du pass Culture et proposer des offres. Cependant, leur référencement et l'animation des offres proposées restent un axe de progrès possible.

Le nombre de places proposées dans le pass Culture par les grands opérateurs nationaux du spectacle reste faible et baisse entre 2022 et 2023. Le tableau ci-après concerne les places du pass Culture uniquement ; ces chiffres ne recouvrent pas tous les tarifs jeunes proposés<sup>30</sup>.

**Tableau n° 4 : nombre de places proposées dans le cadre du pass Culture par les principaux opérateurs nationaux du spectacle vivant**

	2022	2023
<i>Opéra National de Paris</i>	1 644	914
<i>Théâtre National de l'Opéra Comique</i>	207	124
<i>Théâtre national de Strasbourg</i>	1 198	279
<i>Théâtre national de la Colline</i>	427	429
<i>Théâtre national de l'Odéon</i>	400	368
<i>Comédie Française</i>	113	888
<i>Grande Halle La Villette (seulement spectacle)</i>	113	309
<i>Philharmonie de Paris</i>	964	365

Source : ministère de la culture, juin 2024

Partant de ce constat, la ministre de la culture a indiqué dans un courrier adressé aux grands théâtres nationaux en mai 2024 ne pas se satisfaire du très faible impact du pass Culture, sur les jeunes les plus éloignés de l'offre culturelle et sur la diversification des pratiques de ses bénéficiaires. Le courrier reprend, pour étayer cette affirmation, les chiffres particulièrement faibles de la place du spectacle vivant, qui représentait seulement 0,63% des réservations de la part individuelle en

---

<sup>30</sup> En moyenne, près de 80 000 places à l'Opéra national de Paris sont vendues chaque année à des jeunes de moins de 28 ans.

mars 2024. Les chiffres n'ont pas évolué depuis 2021 (0,7 %). La ministre<sup>31</sup> souligne le rôle des opérateurs et labels nationaux « *dans la lutte contre les inégalités sociales* ».

Les jeunes assistent souvent aux représentations grâce à la part collective du pass Culture, dans le cadre de l'éducation artistique et culturelle. Cependant, les jeunes réservent peu de places dans les théâtres sur leur part individuelle : seulement 400 en 2022 et 368 en 2023, soit une baisse de 8 %.

Si le ministère a demandé d'augmenter l'inscription d'offres des théâtres nationaux sur le pass Culture, il leur est en même temps demandé d'accroître leurs ressources propres. Un équilibre entre ces deux exigences est à trouver.

## C - La contribution des offreurs selon leur chiffre d'affaires au financement du pass Culture

Au financement de l'État s'ajoute celui des offreurs, qui ne sont pas intégralement payés lorsqu'ils dépassent 20 000 € de chiffre d'affaires sur le pass Culture<sup>32</sup>. En outre, les offres numériques des grandes plateformes, plafonnées à 100 €, sont décomptées de l'enveloppe de 300 €, mais ne sont pas remboursées par la société pass Culture aux offreurs concernés.

Un barème dégressif de remboursement aux offreurs a été instauré dès le début du pass Culture, afin de les faire contribuer à son financement. Ce premier barème ayant été considéré comme désincitatif, a été révisé le 1<sup>er</sup> septembre 2021. Ainsi, au-delà de 150 000 € de chiffre d'affaires annuel, la contribution imposée n'est plus de 25 % de ce montant, mais de 10 %.

---

<sup>31</sup> La ministre a demandé en mai 2024 à ce que les théâtres nationaux mettent tout en œuvre pour renforcer le nombre d'offres de leur établissement référencées sur l'application (volet collectif et individuel) et créer des partenariats innovants avec la société pass Culture. D'après la ministre « *les jeunes pourraient utiliser le pass Culture pour aller voir du spectacle vivant s'il y avait des offres.* »

<sup>32</sup> L'arrêté du 20 mai 2021 portant application du décret n° 2021-628 du 20 mai 2021 relatif au pass Culture a prévu la mise en place d'un barème de remboursement des offreurs.

**Tableau n° 5 : évolution du barème standard de remboursement des offreurs**

<i>Chiffre d'affaires annuel de l'offreur sur le pass Culture</i>	Taux de remboursement avant le 1 <sup>er</sup> septembre 2021	Taux de remboursement depuis le 1 <sup>er</sup> septembre 2021
<i>Jusqu'à 20 000 euros</i>	100 %	100 %
<i>Entre 20 000 et 40 000 euros</i>	95 %	95 %
<i>Entre 40 000 et 150 000 euros</i>	90 %	92 %
<i>Au-delà de 150 000 euros</i>	75 %	90 %

*Source : données de la SAS pass Culture*

L'offreur s'engage à ne pas répercuter ce manque à gagner sur le jeune consommateur. Les règlements parviennent aux offreurs *via* la Caisse des dépôts et consignations dans les quinze jours après l'achat, plus rapide que le délai légal de paiement de 30 jours en vigueur dans le secteur public.

Des barèmes dérogatoires existent par ailleurs pour tenir compte des réalités économiques spécifiques de certains secteurs<sup>33</sup>.

La loi sur le prix unique du livre limitant les rabais de prix à 5 %, le barème du secteur du livre est limité à 95 % de remboursement (donc 5 % de contribution nette) au-delà de 20 000 € de chiffre d'affaires.

Pour le secteur du spectacle vivant, l'option est laissée entre le barème standard ou un barème dérogatoire (contribution forfaitaire, quel que soit le montant des ventes, de 5 % dès le premier euro).

En 2023, les grands réseaux de cinéma ont obtenu de bénéficier de ces nouveaux barèmes dérogatoires et les ont majoritairement adoptés, tandis que les cinémas indépendants ont plutôt conservé le barème standard. Il faut relever que les cartes d'abonnement permettent aux cinémas de faire plus de ventes, mais ne permettent pas en revanche à la société pass Culture de savoir quel film a été choisi par le jeune, ce qui rend ensuite difficile toute analyse sur la diversification réelle des genres cinématographiques visionnés par l'utilisateur. Dans sa réponse à la Cour, la société pass Culture fait valoir que la tendance observée au cours du premier semestre 2024 va dans le sens d'une baisse des cartes d'abonnement au profit des achats de séances à l'unité pour lesquelles la société pass Culture dispose de données précises sur les films vus (cf. point I.II *supra*).

---

<sup>33</sup> Des contributions forfaitaires sont proposées au secteur du cinéma depuis septembre 2022 avec les taux suivants : 17,5% pour les cartes d'abonnement illimité, 10% pour les cartes d'abonnement multiplaces et 5% pour les séances à l'unité.

La totale autonomie laissée aux jeunes pour choisir les offres vaut également pour les lieux d'achat ou de retraits des biens réservés. Les offreurs du secteur marchand qui bénéficient le plus de cet outil sont généralement ceux qui sont bien implantés au plan national et à même de proposer un large panel d'offres plébiscitées par les utilisateurs, souvent sensibles aux effets de mode propres à chaque génération.

La question de la juste contribution des offreurs fait l'objet de débats au sein du comité stratégique. À sa demande, la société présente un bilan annuel de l'application des barèmes dérogatoires du cinéma et du spectacle vivant.

Le volume de réservations total ou chiffre d'affaires réalisé sur le pass Culture est de 708 M€ entre 2019 et la mi-2024. 678 M€ de ce montant a été remboursé aux offreurs, ce qui laisse une contribution au pass Culture de 30 M€ à leur charge, soit 4,3 % du total en moyenne.

**Tableau n° 6 : volumes de ventes réalisées par les dix principaux offreurs grâce au pass Culture et leurs contributions (en cumul entre 2019-mi 2024)**

<i>Enseignes (nombre points de vente)</i>	<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>Part du CA total</b>	<b>Contribution au Pass Culture</b>	<b>Remboursement net</b>
<i>FNAC (186)</i>	105,82	14,93 %	-5,52	100,30
<i>Pathé/Gaumont (68)</i>	49,44	6,98 %	-6,79	42,65
<i>Cultura (107)</i>	41,74	5,89 %	-1,84	39,91
<i>E. Leclerc (181)</i>	27,68	3,91 %	-0,90	26,78
<i>CGR (62)</i>	19,01	2,68 %	-1,78	17,23
<i>Furet du Nord (21)</i>	16,20	2,29 %	-0,77	15,43
<i>UGC (44)</i>	11,48	1,62 %	-1,17	10,31
<i>Kinépolis (16)</i>	7,36	1,04 %	-0,75	6,61
<i>Mégarama (24)</i>	6,14	0,87 %	-0,69	5,45
<i>Decitre (13)</i>	4,62	0,65 %	-0,19	4,44
<i>Autres offreurs (23 877)</i>	419,15	59,15 %	-10,13	409,03
<b>TOTAL (24 599)</b>	<b>708,66</b>	<b>100,00 %</b>	<b>-30,53</b>	<b>678,13</b>

Source : SAS, retraitement Cour des comptes, juin 2024

Les dix premiers offreurs ont réalisé un chiffre d'affaires global de près de 290 M€ sur la période. Le principal offreur en termes de montants est le groupe Fnac, avec 15 % du volume de ventes total. Le groupe a en effet été remboursé à hauteur de 100 M€ après déduction d'une contribution au pass Culture de 5,5 M€. Pathé/Gaumont est le deuxième offreur, mais le premier contributeur avec 6,7 M€.

En 2023, le taux moyen de contributions, tous offreurs confondus, s'établissait à 6,26 % (3,62 % pour le secteur du livre, 10 % pour le cinéma et 4,4 % pour le spectacle vivant). Le taux moyen de contributions nettes a diminué de 8,64 % en 2021, à 7 % en 2022, puis à 6,2 % en 2023. Compte tenu de cette baisse tendancielle des contributions des offreurs au financement du pass Culture, se pose la question du bon calibrage et du niveau de ces contributions. Des marges de manœuvre existent pour augmenter un peu le barème applicable dans certains secteurs. Le ministère souhaite cependant ne pas mettre à mal le modèle économique global des grands acteurs privés, notamment dans le secteur du livre, où les prix sont fixés par les éditeurs et les taux de marge des revendeurs limités.

D'une manière générale, le taux de contribution moyen des offreurs restant faible, il pourrait être pertinent d'encourager plus vivement ces offreurs à apporter d'autres formes de contributions au financement et à l'attractivité du dispositif.

---

***CONCLUSION***

---

*Le pass Culture a connu une forte montée en charge sur une période réduite permettant à plus de 80 % d'une classe d'âge de bénéficier du dispositif. Pour autant, à fin août 2024, 16 % des jeunes de 18 ans restent en dehors du dispositif, tandis que le crédit attribué par le pass Culture reste sous-consommé par les bénéficiaires.*

*Au-delà de cet état des lieux quantitatif, plusieurs constats révèlent des points de fragilité du dispositif. L'analyse des déterminants du non-recours au pass Culture met ainsi en évidence que ce sont généralement les personnes les plus éloignées de la culture qui l'utilisent le moins. De grands opérateurs du ministère de la culture proposent encore peu d'offres. Enfin, des secteurs comme les musées ou le spectacle vivant ne donnent lieu qu'à un nombre limité de réservations.*

---

# **Chapitre II**

## **Un impact limité et difficilement mesurable sur la diversification des pratiques culturelles**

En l'absence de définition explicite de la diversification de la part du ministère, la société pass Culture a proposé une méthode visant à la quantifier dans l'application en fonction des caractéristiques des offres réservées, et a développé plusieurs outils de recommandation à destination des utilisateurs. Ces dispositifs de recommandation, qu'ils soient éditorialisés manuellement par les équipes de la société ou purement algorithmiques, n'ont à ce jour qu'un effet très limité sur la diversité des offres réservées par les jeunes. Le principal impact du pass Culture se traduit davantage par une intensification des pratiques culturelles habituelles de ces derniers, soulevant *in fine* la question d'un effet d'aubaine pour les utilisateurs disposant déjà d'un capital culturel important.

### **I - Des difficultés méthodologiques importantes pour mesurer l'impact du dispositif**

Affiché comme l'une des finalités du dispositif pass Culture, l'atteinte de l'objectif de diversification des pratiques culturelles est difficile à mesurer. D'une part, le pass Culture a été déployé en l'absence de référentiel

des pratiques culturelles des jeunes existantes avant son lancement<sup>34</sup>. De plus, dans la mesure où le pass Culture touche désormais 80 % d'une classe d'âge, la reconstitution d'un scénario contrefactuel n'est plus possible.

D'autre part, considérant qu'imposer un référentiel autour des pratiques culturelles représentatives de la culture « légitime » serait contraire à la philosophie du dispositif, le ministère de la culture ne s'est pas positionné sur ce sujet et n'a pas proposé de définition pour cet objectif qu'il a pourtant lui-même fixé. Tout au plus, les offres proposées dans le cadre du pass Culture doivent s'inscrire dans les cadres normatifs existants définis par le ministère<sup>35</sup>. Compte tenu de cette position de neutralité à l'égard des types de consommation culturelle, la poursuite de la diversification telle que conçue par la société pass Culture pourrait conduire à mettre sur le même plan un « *escape game* » (cf. point I.II.4 *supra*) avec un livre.

Le dispositif repose sur une absence de hiérarchisation *a priori* des pratiques culturelles, et sur le postulat selon lequel la société pass Culture n'a pas mandat pour se positionner sur le terrain de la qualité des offres. Cette approche n'est pas sans poser question au regard du mode de financement du dispositif, qui repose en quasi-totalité sur des fonds publics. La notion de qualité figure pourtant dans l'objet statutaire la société pass Culture : « *faciliter l'accès de tous à la culture et promouvoir la qualité et la diversité des offres culturelles et favoriser l'autonomie des jeunes au moment de leur accession à la majorité et contribuer ainsi à l'éducation et à la lutte contre les inégalités liées à l'accès à la culture* »<sup>36</sup>.

L'utilisateur bénéficie d'une totale liberté d'achat<sup>37</sup>. La stratégie de la société pour inciter de nouveaux jeunes à s'inscrire et à utiliser le dispositif consiste ainsi, dans un premier temps, à leur proposer des offres qui correspondent à leurs pratiques culturelles « spontanées », puis à les amener vers d'autres types d'offres. Si cette approche a contribué au déploiement rapide du dispositif, elle emporte le risque de conforter les jeunes dans leurs habitudes culturelles au détriment de l'enjeu de « découverabilité ». Du fait de la très grande liberté laissée aux bénéficiaires dans le choix des offres, les pratiques, les biens culturels et les acteurs les

<sup>34</sup> À l'exception des enquêtes du département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation (DEPS) sur les pratiques culturelles des Français, qui consacrent un volet aux pratiques culturelles des 15-20 ans, mais sur la base d'un échantillon réduit.

<sup>35</sup> Secteurs couverts par le ministère, code du cinéma et de l'image animée pour le cinéma, règles de soutien du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) au secteur du jeu vidéo, livres hors manuels scolaires et parascolaires, etc. Les domaines, activités et biens éligibles sont définis dans des annexes aux arrêtés du 20 mai et du 6 novembre 2021.

<sup>36</sup> Statuts constitutifs de la société, signés le 23 juillet 2019 et révisés le 6 janvier 2022.

<sup>37</sup> À l'exception des offres numériques pour lesquelles un plafond de 100€ a été fixé afin de privilégier l'orientation des jeunes vers les offres physiques de proximité.

plus installés sur le marché ont toutes les chances de concentrer la plus grande part des réservations.

La société pass Culture a mis en place un indice visant à mesurer la diversification des pratiques culturelles à partir de la première réservation effectuée *via* l'application.

### L'indice de diversification

Une méthode d'analyse de la diversité des réservations effectuées sur l'application pass Culture a été développée par la société pass Culture en collaboration avec l'Institut Jean-Nicod<sup>38</sup>. Pour chaque réservation effectuée, des points sont attribués en fonction de la différence entre les caractéristiques de la première offre réservée et celles des réservations suivantes. Sont pris en compte la catégorie, sous-catégorie, le genre, support ou format et le lieu.

Chaque utilisateur commence avec un score de 1 et accumule des points à chaque nouvelle réservation en fonction de ces caractéristiques. Une réservation dans une nouvelle catégorie, un nouveau format ou lieu donne des points supplémentaires. Plus les caractéristiques des offres réservées diffèrent, plus le score de diversification est élevé.

Cet indice de diversification présente plusieurs limites.

D'une part, il correspond davantage à une mesure de la diversité des réservations que de la diversification des pratiques. Ainsi, des caractéristiques comme le format ou support de l'offre culturelle (par exemple, livre papier ou électronique, film visionné en salle ou en streaming) ou le lieu où l'offre culturelle est consommée sont positionnés comme des critères de diversification de même importance que la diversité des catégories et des genres. En cela, la multiplication des critères pris en compte contribue à augmenter mécaniquement le score de diversification.

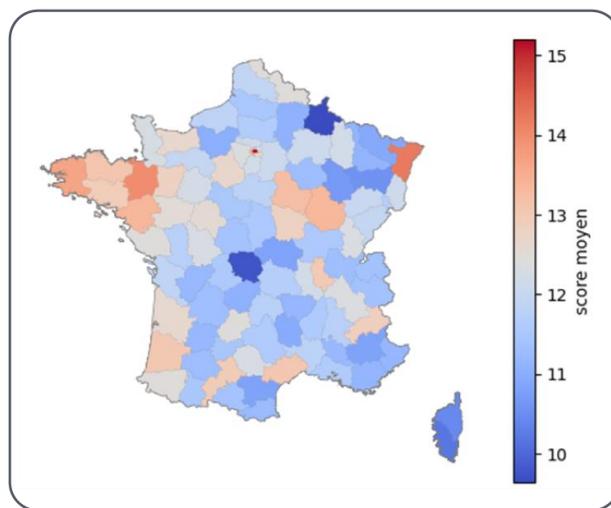
Par ailleurs, la prédominance des réservations de livres, en raison de leur coût relativement plus faible par rapport à d'autres catégories culturelles plus coûteuses comme le spectacle vivant contribue à limiter la capacité de l'indice à refléter une véritable diversité culturelle.

Enfin, la mesure de la diversification implique un suivi des pratiques culturelles sur un temps plus long, et supposerait de pouvoir comparer les pratiques avant le pass Culture, mais aussi après, sur le moyen-long terme, de façon à pouvoir apprécier la durabilité des effets du pass.

<sup>38</sup> Unité mixte de recherche du Centre national de la recherche scientifique (CNRS) – Ecole normale supérieure – Paris Sciences et Lettres et Ecole des hautes études en sciences sociales.

Une étude de la société pass Culture<sup>39</sup> a permis de réaliser une mesure des indices moyens de diversification des utilisateurs inscrits au moment de la généralisation, comme le reflète la carte n°4 ci-dessous élaborée à partir d'un échantillon d'utilisateurs plus large :

**Carte n° 4 : score de diversification moyen des jeunes par département**



*Population : utilisateurs de 18 ans ayant reçu 300 € lors d'une création de compte entre mai 2021 à mars 2022 (854 941 utilisateurs)*

En outre, si 69 % des jeunes complètent en tout ou partie le questionnaire sur leurs pratiques culturelles<sup>40</sup> avant de pouvoir utiliser le pass Culture (cf. point I.I.B *supra*), l'absence d'obligation de répondre à ce questionnaire limite la possibilité de réaliser des études longitudinales (avant/après). Dans leurs réponses aux observations provisoires de la Cour, la société pass Culture et le ministère proposent de rendre ce questionnaire obligatoire avant la fin de l'année 2024 et d'observer à partir de 2025 si cette évolution a une incidence sur le nombre d'inscriptions.

D'une façon générale, la société pass Culture n'est pas aujourd'hui réellement en capacité de mesurer de façon fiable l'impact du dispositif sur les pratiques culturelles, en l'absence de données comparatives relatives aux pratiques exercées en dehors de l'application.

<sup>39</sup> Société pass Culture, *Deux ans d'utilisation du pass Culture : analyse de la première cohorte de « sortant », mai 2023.*

<sup>40</sup> Société pass Culture, *Pratiques culturelles initiales et réservations sur le pass Culture : quels écarts et pour quelles raisons ?, 4<sup>ème</sup> trimestre 2023.*

Au-delà de la société, c'est au ministère de la culture, à travers le département des études, de la prospective et de la stratégie (DEPS), mais aussi grâce aux grands opérateurs du ministère tels que le Centre national du cinéma et de l'image animée, le Centre national du livre, le Centre national de la musique, le Centre des monuments nationaux, de concevoir des études en suivi de cohortes et de mener des analyses sectorielles pour évaluer périodiquement l'impact du pass Culture sur les pratiques des jeunes.

## **II - Des déterminants géographiques et socioéconomiques dans l'utilisation du pass Culture**

L'analyse des inégalités territoriales ou sociales dans l'utilisation du pass Culture se heurte à plusieurs difficultés. La société pass Culture dispose de très peu d'informations sociodémographiques sur ses utilisateurs, qui se résument aux seules données déclaratives collectées lors de l'inscription. Celles-ci se limitent à l'âge, au genre et au lieu de résidence. La société est donc dans l'incapacité, à ce jour, de calculer le taux de pénétration en fonction de critères géographiques précis (communes, quartiers prioritaires de politique de la ville - QPV<sup>41</sup>) ou de revenus. De plus, l'adresse référencée par les jeunes ne correspond pas toujours à leur véritable lieu d'habitation (il peut s'agir du domicile parental ne correspondant pas au lieu d'étude). Aucune donnée systématique sur la position sociale ou le type d'études suivies n'est disponible dans les bases de données de la société pass Culture.

Afin d'avoir une connaissance précise de la capacité du dispositif à réduire les inégalités, il serait utile de compléter les éléments d'information sollicités auprès des jeunes lors de leur inscription (niveau d'étude, catégorie socio-professionnelle des parents, *etc.*).

Néanmoins, le croisement et l'exploitation des données de la société pass Culture, de l'Insee et du sondage CSA pour la Cour et l'IGAC mettent en lumière des contrastes dans l'emploi du pass Culture selon le lieu d'origine ou les revenus moyens disponibles :

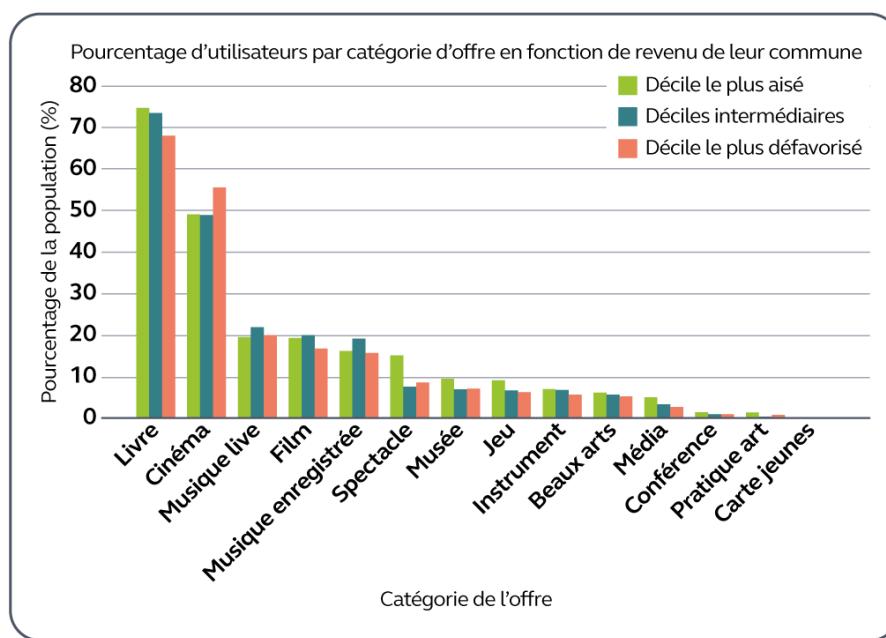
- les niveaux de consommation par département : la consommation moyenne des crédits du pass varie selon les départements et régions ;

---

<sup>41</sup> 8 % des bénéficiaires inscrits entre le 21 mai 2021 et le 30 août 2023 ont déclaré, au moment de leur inscription, une adresse localisée en quartier prioritaire de la politique de la ville (QPV), sachant qu'on estime à 11 % environ la part des jeunes de moins de 25 ans vivant en QPV (source Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP), Cour des comptes, calcul DEPS).

- Les revenus disponibles : le sondage CSA indique que l'utilisation du pass Culture pour financer les loisirs est nettement plus élevée chez les étudiants et les jeunes issus de milieux favorisés ; 36 % des jeunes dont le parent de référence est diplômé de l'enseignement supérieur, contre 22 % de ceux dont ce parent n'a aucun diplôme ;
- L'analyse des revenus à l'échelle communale en fonction de trois catégories de revenu de la commune de résidence : les plus aisés (décile de revenu le plus élevé, en bleu), les intermédiaires (déciles intermédiaires, en vert) et les plus défavorisés (décile le plus faible, en rouge)<sup>42</sup>.

**Graphique n° 7 : consommation du pass Culture selon le revenu moyen de la commune de résidence**



*Population : utilisateurs de 18 ans ayant reçu 300 € lors d'une création de compte entre mai 2021 à mars 2022 ; Population du décile le plus aisné : 84 161 utilisateurs ; population du décile le plus défavorisé : 84 161 utilisateurs ; population des déciles intermédiaires : 168 322 utilisateurs*  
*Revenus : un revenu moyen par utilisateur a été calculé à partir des revenus des communes et des revenus médians par IRIS (îlots regroupés pour l'Information statistique)*  
*Lecture : moins de 70% des jeunes dont le revenu de leur commune est faible ont consommé du livre.*

<sup>42</sup> Pour chaque code postal a été calculé la moyenne du revenu communal à partir des revenus médians par îlots regroupés pour l'Information statistique (IRIS), la maille de base de la diffusion infra communale standard utilisée par l'Insee, et ce revenu moyen a été associé à chaque utilisateur, pour avoir une idée approximative de son revenu moyen.

L’incidence du niveau de revenus sur la typologie des réservations n’est significative que sur certaines catégories d’offres : ainsi les utilisateurs les plus défavorisés réservent moins de livres et davantage de places de cinéma, tandis que les utilisateurs du décile supérieur réservent une proportion plus importante de places de spectacle vivant.

Enfin, afin d’illustrer les différences constatées sur les pratiques culturelles des utilisateurs du pass Culture en fonction de leur environnement socio-économique, la Cour a établi un échantillon de dix villes présentant des caractéristiques contrastées (en termes de nombre d’habitants, de revenu moyen, d’infrastructures de transports, de densité d’offres culturelles et de localisation en zone urbaine ou rurale)<sup>43</sup>.

En moyenne, les montants dépensés sont relativement proches, mais le score moyen de diversification est supérieur dans les villes au revenu moyen supérieur (18,3 à Paris, 14,7 à Bordeaux contre 14 à Saint-Denis et 13,6 à Marseille)<sup>44</sup>. De même, si 65 % des jeunes de Marseille ont consommé au moins une fois du livre, ce score est proche de 80 % à Bordeaux. Le cinéma, quant à lui, est plébiscité dans les communes au revenu moyen plus faible, à l’instar de Saint-Denis, Sarcelles (proche de 70 %, contre 45 % à Vincennes). Enfin, le recours au spectacle vivant est bien supérieur à Paris (20 %), ce qui fait figure d’exception.

---

<sup>43</sup> La sélection des villes a été effectuée selon deux critères : le revenu moyen et le type de zone (urbaine ou rurale).

<sup>44</sup> Par ailleurs, ces villes sont généralement celles où le nombre de lieux et d’offres culturelles sont les plus nombreux, pouvant ainsi conduire à une diversité accrue des propositions réservées.

**Tableau n° 7 : niveaux de consommation du pass Culture dans un échantillon de dix villes**

	Nombre d'habitants ayant entre 15 et 29 ans	Revenu moyen de la commune (en €)	Nombre de jeunes dans l'échantillon	Montant moyen dépensé (en €)	Score moyen de diversification
<i>Marseille</i>	168 332	16 886	11 753	280,37	13.57
<i>Bordeaux</i>	77 881	24 482	5 438	280,78	14.68
<i>Mulhouse</i>	22 114	17 471	589	283,10	15.50
<i>Vincennes</i>	9 383	33 711	468	279,92	13.67
<i>Pontivy</i>	2 420	21 224	209	281,19	13.90
<i>Tarascon</i>	2 153	17 672	181	280,33	14.04
<i>Paris</i>	527 879	31 153	30 521	280,21	18.30
<i>Lyon</i>	138 882	25 344	10 191	281,40	14.90
<i>Saint-Denis</i>	24 873	16 371	1 220	279,21	13.97
<i>Sarcelles</i>	<b>14 118</b>	<b>16 648</b>	<b>1 032</b>	<b>278,20</b>	<b>12.90</b>

*Source : Insee pour nombre d'habitants et revenu moyen, SAS pass Culture retraité par la Cour des comptes pour le nombre de jeunes dans l'échantillon, le montant moyen dépensé et le score moyen de diversification.*

### **III - Un impact très limité des dispositifs de recommandation sur la diversification des pratiques culturelles**

Afin de se distinguer d'un simple « chèque culture », le pass Culture propose un environnement numérique structuré autour de plusieurs outils d'éditorialisation visant à attirer les jeunes bénéficiaires par le biais de leurs pratiques existantes, pour essayer, une fois ceux-ci familiarisés à l'application, de les orienter vers des offres culturelles qu'ils n'auraient pas réservées spontanément.

Pour autant, cette stratégie de la société pass Culture semble avoir eu jusque-là plutôt pour effet de renforcer des pratiques déjà bien ancrées dans l'univers culturel général des jeunes que de les inciter à s'engager dans d'autres pratiques plus éloignées.

## A - Des dispositifs de recommandation multiples, mais non structurés autour d'une véritable politique éditoriale

Depuis la création du dispositif, les dispositifs d'éditorialisation et de recommandation ont été régulièrement revus et enrichis.

En ce qui concerne l'éditorialisation, les équipes de la société pass Culture constituent des listes d'offres construites par thèmes ou lieux et placées sur les pages d'accueil (générale ou thématiques) de l'application. A la veille de l'été 2024, est ainsi proposée une liste intitulée « *En quête de médailles. Jusqu'aux jeux, le pass Culture te propose de vivre une année exceptionnelle autour du sport !* », regroupant des spectacles, des films, des visites ou des livres en lien avec les Jeux olympiques et le sport. De façon générale, l'éditorialisation se construit au rythme de l'actualité culturelle française, locale ou nationale : festivals, journées nationales, temps forts sectoriels (Printemps du Cinéma, Fête de la musique, Salon du Livre de Paris, Journées européennes du patrimoine...), ainsi que les sorties de films et de livres.

La recommandation algorithmique, quant à elle, est construite autour de la notion d'« univers proches », qui consiste à permettre aux utilisateurs de trouver des offres similaires à leurs pratiques favorites mais relevant d'une catégorie différente. Des listes de recommandations algorithmiques sont ainsi constituées à partir des intérêts déclarés à l'inscription des utilisateurs, de leurs interactions passées sur l'application, et de l'actualité culturelle afin de proposer, de façon automatisée, les offres qui auront une plus forte probabilité d'être réservées.

Les recommandations algorithmiques représentent 30 % des réservations issues de la page d'accueil de l'application, qui elle-même ne génère qu'entre 8 et 10% des réservations (cf. point II.III.B. *infra*). Dans le même esprit, au début de l'année 2023, une nouvelle proposition algorithmique d'offres a été mise en place, consistant à proposer des offres similaires à une offre en cours de consultation. Selon la société pass Culture, ce canal représente actuellement environ 3% des réservations.

Dans la mesure où dans sa configuration actuelle, la recommandation algorithmique favorise plutôt l'intensification des pratiques de jeunes, la société pass Culture travaille en partenariat avec l'Institut national de recherche en informatique et en automatique (INRIA) pour développer un algorithme plus adapté à l'objectif de diversification des pratiques.

Les grandes priorités de la politique éditoriale du pass Culture ne sont actuellement pas formalisées dans un document cadre qui pourrait également rappeler les grands principes déontologiques applicables<sup>45</sup>. Les équipes de la société réalisent en complète autonomie leur travail d'éditorialisation manuelle des offres qu'elles souhaitent mettre en avant sur l'application. De même, les acteurs culturels offreurs doivent approuver une « charte de qualité », qui ne concerne toutefois pas la politique éditoriale.

Dès lors, la rédaction d'une charte par la société pass Culture et le ministère de la culture, définissant les grandes orientations de la politique éditoriale applicable aux équipes de la société et aux acteurs culturels offreurs, apparaît indispensable.

## B - Un faible recours des utilisateurs aux dispositifs d'éditorialisation des offres

L'accès aux offres s'effectue selon différentes modalités : le moteur de recherche, la page d'accueil et les pages partenaire ou lieu<sup>46</sup>.

En moyenne depuis 2021, 88,6 % des réservations s'effectuent à partir du moteur de recherche, ce qui signifie que les jeunes savent déjà ce qu'ils cherchent. Seules 6,3 % des réservations sont effectuées *via* la consultation de la page d'accueil, espace dans lequel se concentre la capacité de médiation du pass Culture. Cependant, l'amélioration des fonctionnalités de cette page d'accueil au fil du temps lui permet d'être de plus en plus consultée.

---

<sup>45</sup> Les conditions générales d'utilisation pour les utilisateurs professionnels se contentent de mentionner (art. 2.3.1.) : « *L'Offreur s'engage à ce que les [Offres] individuelles et les Offres collectives qu'il publie sur l'Application soient adaptées aux publics qu'elles visent* ».

<sup>46</sup> Chaque partenaire culturel possède une page spécifique dans l'application, appelée page partenaire ou page lieu. Cette page présente un descriptif du partenaire offreur ainsi que les offres les plus populaires de celui-ci. La société pass Culture a amélioré la visibilité de ces pages en créant des listes d'offres de partenaires sur la page d'accueil et le moteur de recherche.

**Tableau n° 8 : évolution des volumes d'offres réservées  
selon les canaux de réservation**

Canaux de réservation	Septembre 2022	Mars 2023	Juin 2024
Moteur de recherche	93,4 %	83,6 %	78,5 %
Page d'accueil	3,8 %	10,2 %	7,9 %

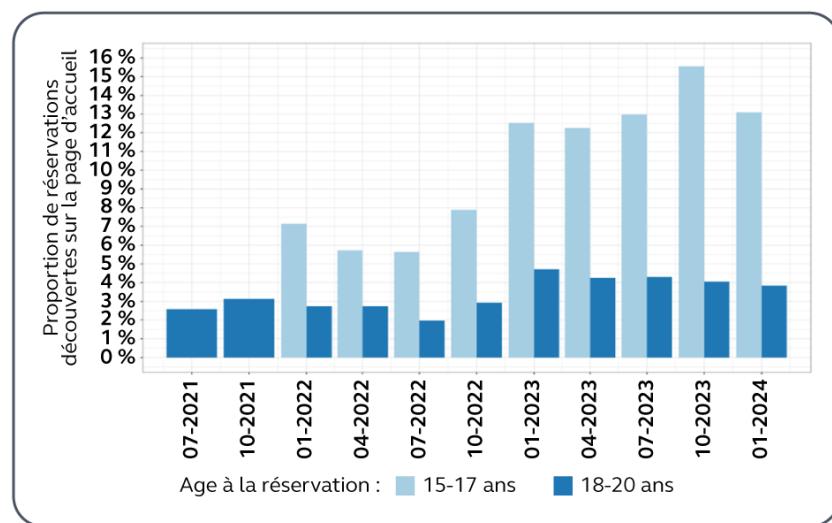
Source : SAS pass Culture, *La diversification des pratiques culturelles sur le pass Culture, avril 2023 et tableaux de bord « Metabase »*

Lecture : en septembre 2022, 93,4 % des offres étaient réservées à partir du moteur de recherche.

Ces parcours au sein de l'application varient selon l'âge. Ainsi, entre septembre et novembre 2023, les réservations des jeunes de 15 ans provenaient à 47 % du moteur de recherche (contre 86 % pour les jeunes de 18 ans) et à 34 % des pages d'accueil (contre 6 % pour les 18 ans).

Le graphique n° 8 montre une augmentation substantielle de la part des réservations découvertes à partir de la page d'accueil, notamment pour les 15 à 17 ans, avec un pic à 14,5 % au dernier trimestre 2023. Malgré ces perspectives encourageantes, l'utilisation de la page d'accueil reste marginale, surtout pour les utilisateurs de 18 ans et plus, population qui dispose de la majeure partie des fonds alloués, ce qui limite la capacité du dispositif à orienter les pratiques des utilisateurs.

**Graphique n° 8 : proportion de réservations découvertes  
sur la page d'accueil en fonction de la tranche d'âge**



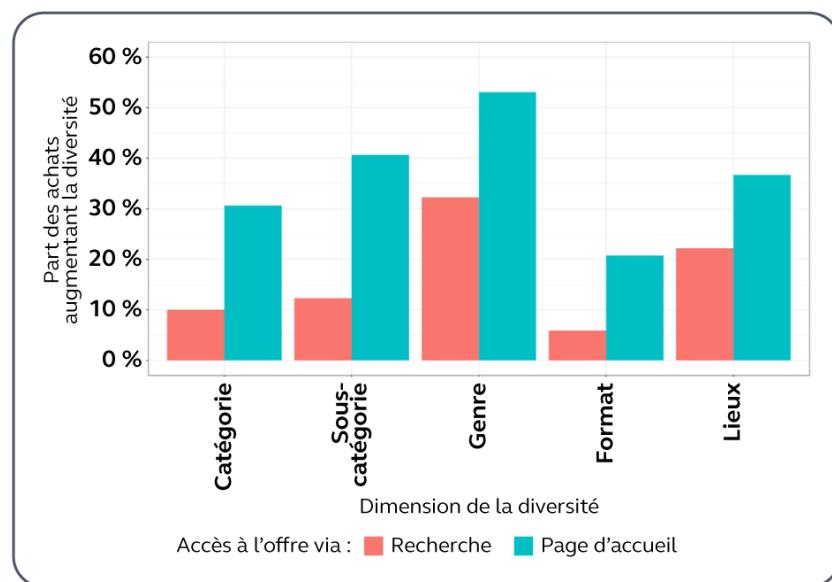
Champ : ensemble des utilisateurs depuis la généralisation.

Source : données d'utilisation de la SAS pass Culture

Note de lecture : au premier trimestre 2024, 12 % des réservations effectuées par les 15 à 17 ans concernaient des offres découvertes sur la page d'accueil éditorialisée.

La question se pose dès lors de savoir si, pour les réservations découvertes par le biais des outils éditoriaux, un effet substantiel sur la diversité des biens consommés peut être observé. Les résultats sont ici plus probants, quelle que soit la composante de la diversité considérée. Ainsi, la réservation d'une offre découverte sur la page d'accueil concernera dans 30 % des cas un bien d'une catégorie que l'utilisateur n'a jamais réservé auparavant. Par comparaison, la fonctionnalité de recherche ne permet une diversification équivalente que dans 10 % des cas.

#### **Graphique n° 9 : proportions de réservations augmentant la diversité par composante en fonction de l'origine de la première consultation**



*Champ : ensemble des utilisateurs depuis la généralisation.*

*Sources : données d'utilisation de la SAS pass Culture*

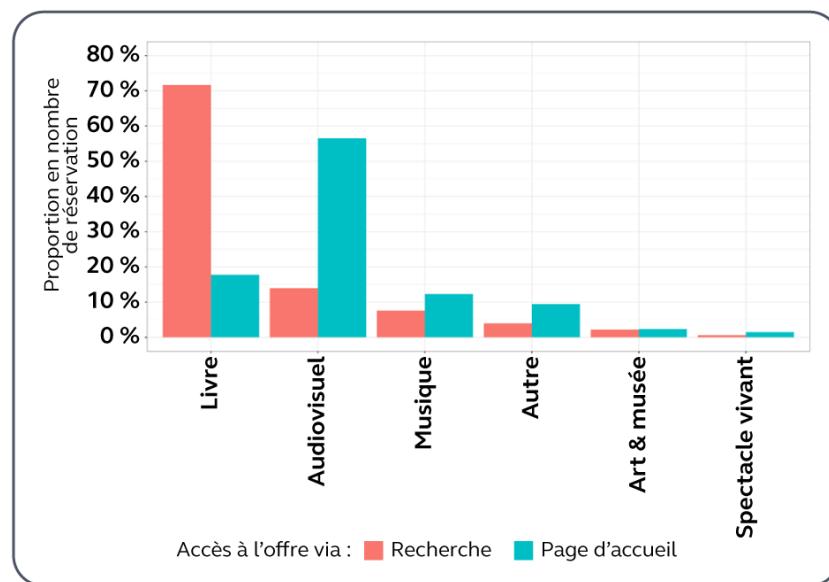
*Légende : catégorie = type de bien (ex : cinéma, livre, spectacle) ; Sous-catégorie = précision sur la catégorie (ex : séance de cinéma, carte de places de cinéma) ; Genre = littéraire, cinématographique, etc. (ex : littérature française, manga, roman policier) ; Format = format du bien (ex : événement en présentiel, bien sur support physique) ; Lieux = lieux de vente ou de consommation du bien (ex : Fnac Forum des Halles, Gaumont Parnasse).*

*Note de lecture : 31 % des réservations découvertes via la page d'accueil concernaient un bien d'une catégorie que l'utilisateur n'avait jamais réservé auparavant.*

Ces analyses convergent avec les indicateurs suivis par la société pass Culture pour mesurer le score de diversification obtenu en fonction de la modalité d'accès à l'offre. Ainsi, le score de diversification moyen d'une offre réservée *via* l'une des pages d'accueil est deux fois plus élevé (+ 2 points) que celui mesuré pour une offre réservée à partir du moteur de recherche (+ 1 point).

L'observation détaillée des catégories les plus plébiscitées sur la page d'accueil fait apparaître les places de cinéma comme l'une des offres phares. La catégorie « musique en concert » bénéficie aussi largement de ces dispositifs éditoriaux. Le spectacle vivant reste, quant à lui, très marginal, concentrant 1,5 % des réservations découvertes via la page d'accueil.

**Graphique n° 10 : catégorie de réservation en fonction de l'origine de la première consultation**



*Champ : ensemble des utilisateurs depuis la généralisation*

*Source : données d'utilisation de la SAS pass Culture*

*Note de lecture : 56 % des réservations découvertes via la page d'accueil concernaient des produits audiovisuels (place de cinéma, films sur support physique)*

Les fonctionnalités de recommandations éditoriales apparaissent ainsi efficaces pour favoriser une diversification des pratiques, mais elles restent peu utilisées. Pour les 18 à 20 ans qui bénéficient du montant de crédit le plus élevé, le dispositif peine encore à se distinguer d'un chèque culture. Dans la majorité des cas, ces utilisateurs savent avant de se connecter ce qu'ils veulent faire, et se dirigent directement vers l'offre la plus adaptée à leur besoin, en mobilisant les fonctionnalités de recherche de l'application. Le pass Culture s'apparente davantage dans cette configuration à un simple portail de réservation plutôt qu'à un véritable espace de découverte.

## C - Un effet d'intensification des pratiques culturelles des jeunes difficile à mesurer sur la durée

En raison des difficultés précédemment évoquées relatives à l'absence d'un groupe contrefactuel (cf. point II.I *supra*), la Cour s'est appuyée sur un sondage commandé auprès de l'institut CSA, afin d'évaluer les effets relatifs à l'utilisation du pass. Le détail de la méthodologie d'exploitation des résultats de ce sondage est présenté en annexe n°4.

L'effet du dispositif sur quatre pratiques (avoir été au cinéma, avoir lu un livre, avoir assisté à un spectacle ou avoir été au musée au cours des 12 derniers mois) apparaît très hétérogène.

Le fait d'avoir dépensé une grande partie de ses crédits pass Culture augmenterait la probabilité d'avoir lu un livre ou d'être allé au cinéma au cours des douze mois. Cette augmentation est cependant assez réduite, de l'ordre de 5 à 10 %. En revanche, l'utilisation des crédits ne semble pas avoir augmenté la probabilité d'être allé au théâtre ou à un concert. L'analyse ne met pas non plus en évidence d'effet significatif sur la probabilité d'être allé au musée dans les douze derniers mois. Ces deux ensembles de résultats sont cohérents avec la répartition des offres réservées sur le pass Culture (cf. point I.II.B. *supra*). La part individuelle se présente avant tout comme une aide à la consommation de livres et de cinéma.

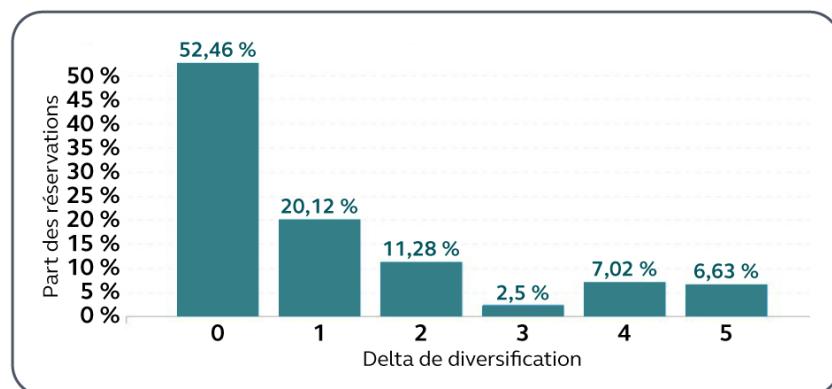
Cette analyse confirme ainsi que le pass Culture a tendance à renforcer des pratiques déjà bien ancrées dans l'univers culturel général des jeunes (la lecture et le cinéma), mais peine à avoir un impact sur d'autres pratiques plus éloignées. C'est avant tout à ce jour un outil d'amplification des pratiques culturelles les plus populaires. Ainsi, la stratégie de la société pass Culture, qui consiste à se fonder sur les pratiques existantes des jeunes pour essayer de les amener dans un second temps vers des pratiques moins populaires, semble avoir du mal à se concrétiser dans la réalité.

Le sondage commandé par la Cour et l'IGAC a montré que la répartition des offres réservées dans le pass Culture reflétait les pratiques culturelles les plus répandues chez les jeunes (cf. point I.II. *supra*). Plus de la moitié (53 %) des jeunes interrogés a néanmoins déclaré avoir découvert de nouvelles pratiques culturelles grâce au pass Culture, et dans une proportion moindre (42 %), de nouveaux lieux culturels. Une proportion de 42 % des utilisateurs a utilisé le pass Culture pour exercer une activité culturelle qu'ils pratiquaient déjà.

Ces chiffres sont un peu supérieurs à ceux recueillis dans le cadre d'une étude menée en février 2023 par la société pass Culture<sup>47</sup>, selon laquelle 52 % des utilisateurs interrogés ont déclaré avoir réservé une offre pour une activité qu'ils pratiquaient déjà avant d'utiliser le pass Culture, contre 46 % effectué une réservation pour des activités qu'ils ne faisaient pas.

Cette capacité encore limitée du pass Culture à faire découvrir de nouvelles activités culturelles se traduit également dans la proportion significative de réservations qui n'ont pas d'impact sur le score de diversification des utilisateurs qui les réservent : plus de la moitié (52,5%) des offres réservées n'augmentent pas le score de diversification.

**Graphique n° 11 : répartition des réservations  
par incrément de diversification**



Source : SAS pass Culture, *La diversification des pratiques culturelles sur le pass Culture*, avril 2023

Lecture : 20,12 % des réservations réalisées contribuent à augmenter le score moyen de diversification des utilisateurs d'un point supplémentaire ; 6,63 % des réservations réalisées contribuent à augmenter ce score de cinq points.

En outre, cet effet d'intensification des pratiques établies apparaît relativement peu durable. Selon le sondage, les lieux découverts grâce au pass Culture ont été de nouveau visités par plus de la moitié des jeunes concernés (58 %) sans utiliser leur pass Culture. Toutefois, une fois les crédits du pass Culture consommés ou expirés, les utilisateurs ne sont plus que 38 % à poursuivre les activités découvertes grâce au pass et 37 % à fréquenter les lieux découverts. Ces proportions sont en net retrait par rapport au désir exprimé pendant la validité du dispositif.

<sup>47</sup> Société pass Culture, *Crédit pass Culture et pouvoir d'achat des utilisateurs*, février 2023 (échantillon de 2 365 utilisateurs ayant activé leur crédit entre mai 2021 et janvier 2023).

Dès lors, et en l'absence de suivi de cohorte des bénéficiaires sortis du dispositif, se pose la question du caractère durable de cette intensification des pratiques permise par le pass Culture, d'autant que 78 % des jeunes interrogés indiquent ne plus utiliser l'application, une fois les crédits consommés.

## D - Une place de la médiation à renforcer

Au-delà des outils d'éditorialisation et de recommandation configurés de façon manuelle ou automatique dans l'application, la société pass Culture a souhaité renforcer la place de la médiation, notamment afin d'inciter les jeunes à découvrir des secteurs vers lesquels ils ne vont pas spontanément et qui ne font pas partie de leurs pratiques habituelles, comme le théâtre, la danse, la musique classique ou encore le patrimoine.

Ces actions de médiation peuvent prendre deux formes selon qu'elles s'inscrivent dans les dispositifs de recommandation d'offres, ou dans les offres en tant que telles.

Parmi les outils de prescription mis à la disposition des utilisateurs, la société a développé plusieurs actions de médiation réalisées par les jeunes eux-mêmes, dans une logique de recommandation de pair à pair. Un réseau des ambassadeurs du pass Culture a été lancé en septembre 2021, constitué de 600 utilisateurs du pass Culture âgés d'au moins 18 ans et répartis dans 25 villes de métropole, ainsi qu'à La Réunion et en Martinique. Ces jeunes ambassadeurs ont pour mission de représenter pendant une année scolaire les utilisateurs du pass Culture auprès des acteurs culturels, des pouvoirs publics et des équipes de la société, mais aussi de communiquer auprès de leurs pairs sur le dispositif. Cette mission de témoignage de leur expérience d'utilisateurs du pass Culture peut se traduire par des visites dans des lycées ou lors de salons étudiants, mais aussi par l'animation sur les réseaux sociaux d'une page consacrée à leurs recommandations d'offres.

Dans la même logique de recommandation par les pairs, la société pass Culture a récemment accompagné la création de clubs d'utilisateurs dans quatre secteurs (livres, musique, cinéma et spectacle vivant), afin d'encourager les jeunes à partager leurs recommandations, par exemple sous la forme de vidéos. Ces contenus sont accessibles sur l'application, mais également sur les comptes réseaux sociaux du pass Culture. De façon générale, la stratégie éditoriale de la société sur les réseaux sociaux consiste, au-delà de la promotion du dispositif, à positionner le pass Culture comme un média destiné aux jeunes.

Face au constat selon lequel le pass Culture ne permet pas à lui seul d'amener les jeunes vers des pratiques très éloignées des leurs, la société pass Culture a encouragé les acteurs culturels à proposer de nouveaux formats d'offres comprenant une dimension de médiation, comme une visite d'exposition complétée d'une rencontre avec un conservateur ou un artiste, ou un spectacle suivi d'une visite des coulisses.

Les partenaires culturels, notamment des secteurs considérés comme plus difficiles d'accès (musées et patrimoine, spectacle vivant), sont incités à publier des offres spéciales ou exclusives en direction des jeunes utilisateurs du pass Culture incluant un volet médiation. Ainsi, à titre d'exemple, le musée des beaux-arts de Rennes a proposé des visites des collections permanentes ou d'expositions temporaires spécialement conçues pour les utilisateurs du pass Culture. Pour ces acteurs, le pass Culture se présente comme un outil supplémentaire pour développer de nouvelles formes de médiation en direction des jeunes. Pour autant, certains offreurs, notamment de petite taille, ne disposent pas forcément en interne des ressources humaines nécessaires pour monter des offres spécifiques aux utilisateurs du pass Culture.

En 2023, 283 offres spéciales ou exclusives (dont 216 organisées au niveau local) ont été co-construites entre les équipes de la société pass Culture et les partenaires culturels. Ces propositions « sur mesure » à destination des utilisateurs du pass Culture ont pu être suivies par 4 560 jeunes au total, soit une moyenne de 16 jeunes par offre. Ces offres ne touchent ainsi à l'heure actuelle qu'un nombre très limité d'utilisateurs.

#### **IV - Une diversification des pratiques qui se concrétise plutôt grâce à la part collective du pass Culture**

Parce qu'elle fait jouer un rôle prépondérant aux enseignants, la partie collective du pass Culture permet de fait une plus grande diversité des pratiques que la seule part individuelle.

## A - Une part collective qui mobilise les établissements scolaires

Le 1<sup>er</sup> janvier 2022, le pass Culture a été élargi aux jeunes en âge d'être scolarisés au collège et au lycée<sup>48</sup>. Participant à l'objectif fixé par le gouvernement de faire bénéficier chaque élève d'un parcours d'éducation artistique et culturelle, la part collective est exclusivement utilisée dans le cadre scolaire, en groupes encadrés par les professeurs. Ces derniers, en lien avec les référents culture et les chefs d'établissement, utilisent exclusivement l'application *ADAGE* de l'éducation nationale afin d'accéder aux offres collectives du pass Culture.

Après deux années scolaires complètes d'utilisation (2022-2023 et 2023-2024), cette extension du pass Culture au collège et au lycée est rapidement montée en charge. En juillet 2024, la part collective concernait ainsi plus de 93 % des établissements scolaires de métropole et d'outre-mer (tous ministères confondus<sup>49</sup>). 72 % des jeunes scolarisés ont bénéficié du dispositif (certaines voies professionnelles n'étant pas parties prenantes).

La part collective agrège, à la mi-2024, sur le seul périmètre du ministère en charge de l'éducation nationale, près de 13 700 offreurs et propose 176 000 offres au plan national. Sur l'année scolaire 2023-2024, plus de 4 millions d'élèves ont ainsi pu bénéficier d'au moins une offre issue de ce dispositif.

Selon les données d'*ADAGE*, au cours de l'année scolaire 2021-2022, le nombre de bénéficiaires était de 497 201 jeunes (tous ministères confondus). En effet, le dispositif a été généralisé à toutes les académies seulement au 1<sup>er</sup> janvier 2022. Lors de l'année scolaire 2022-2023, le chiffre des bénéficiaires a été multiplié par 4,5 et s'établissait à 2 196 141 jeunes.

---

<sup>48</sup> Décret n° 2021-1453 du 6 novembre 2021 sur l'extension du pass Culture ; arrêté d'application du 6 novembre 2021.

<sup>49</sup> Établissements relevant des ministères de l'éducation nationale, de la mer, de l'agriculture et des armées.

**Tableau n° 9 : données clés du déploiement de la part collective  
du pass Culture**

Tous ministères confondus	Nombre d'élèves ayant bénéficié d'au moins une offre	% d'élèves par rapport au nombre total d'élèves de la 6 <sup>e</sup> à la Terminale	Nombre d'établissements ayant pré-réserve au moins une offre	Part d'établissements par rapport au nombre total de collèges et lycées
Année scolaire 2023-24				
Total	4 189 236	72 %	10 820	93 %

Source : ADAGE

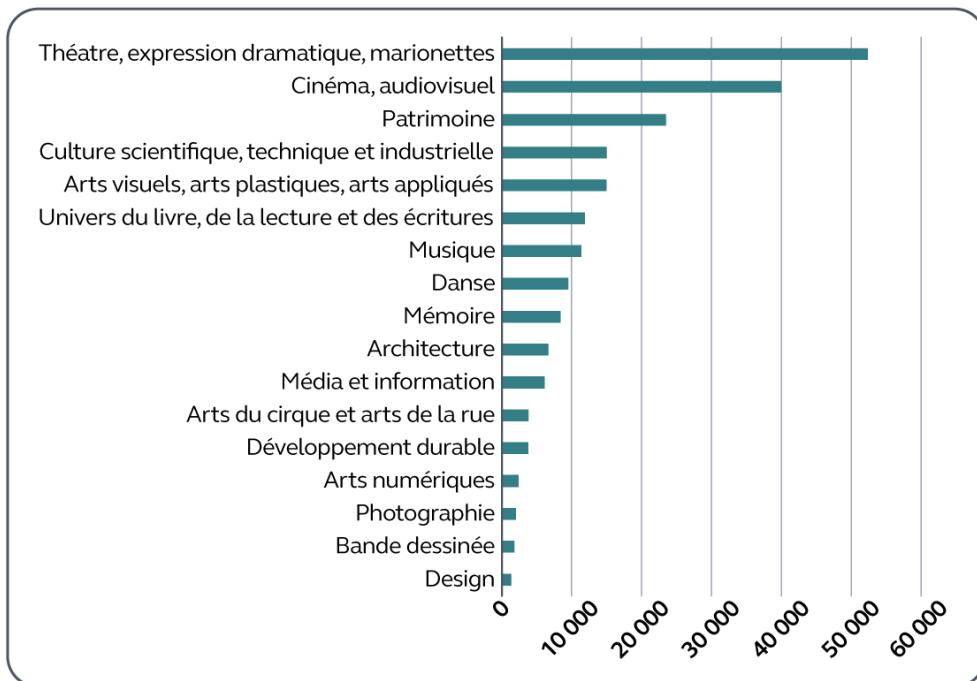
Le présent rapport n'a pas pour objet d'évaluer la part collective du pass Culture ; au demeurant, les parts individuelles et collectives du pass Culture fonctionnent de façon autonome l'une de l'autre. Cependant, ces deux programmes ne sont pas sans interactions. En effet, le lancement de la part collective début 2022 s'est parallèlement traduit, en pratique, par une évolution à la hausse du taux d'inscription de la part individuelle des jeunes de 15 à 17 ans, en raison de l'engagement des professeurs et des équipes pédagogiques. Le rôle de prescription, d'accompagnement voire de recommandation des enseignants peut jouer un rôle positif dans l'appropriation du dispositif par les plus jeunes bénéficiaires. Dans sa réponse aux observations de la Cour, le ministère de la culture indique que les territoires présentant les taux de couverture les plus élevés pour la part individuelle coïncident avec ceux dont plus de 80 % d'élèves ont bénéficié de la part collective.

## B - Une part collective très complémentaire

Les choix d'offres culturelles varient entre la part individuelle, plus axée sur les livres, et la part collective, privilégiant le spectacle vivant. Seul le cinéma réussit à s'imposer de part et d'autre.

La principale différence réside dans le travail de médiation réalisé par les enseignants. Un tiers des actions sont réalisées au sein des établissements scolaires (accueil d'artistes en résidence, d'écrivains, de troupes de théâtre, etc.).

**Graphique n° 12 : domaines artistiques ayant l'objet de réservations en 2023-24 sur la part collective**



Source : DGESCO

À ce stade, les deux volets du pass Culture – part individuelle et part collective – fonctionnent en silo, tant du point de vue des outils que des processus d’engagement et de sélection des offres. Un travail a été engagé sur ce sujet par le ministère en charge de l’éducation nationale, notamment pour déterminer, au moyen de l’identifiant national élève, étudiant ou apprenti unique (INE) dans quelle mesure les expériences vécues grâce à la part collective influencent les comportements d’usage de la part individuelle. Dans sa réponse aux observations de la Cour, la société pass Culture a indiqué que des travaux étaient en cours avec le ministère de l’éducation nationale afin de suivre le parcours complet des jeunes bénéficiaires, à la fois dans la part individuelle et dans la part collective. Il serait, en effet, opportun de rapprocher les deux logiques, aujourd’hui étanches, dans le sens d’un parcours intégré des jeunes élèves.

---

### ***CONCLUSION ET RECOMMANDATION***

---

*En l'absence de toute hiérarchisation entre les activités culturelles et de définition de l'objectif de diversification des pratiques culturelles, la part individuelle du pass Culture apparaît aujourd'hui comme un moyen de financer les pratiques déjà bien ancrées parmi les jeunes.*

*Malgré des résultats encourageants auprès des utilisateurs les plus jeunes, les dispositifs de recommandation d'offres développés dans l'application n'ont qu'un impact très limité sur la diversification des pratiques. L'utilisation du pass Culture ne permet pas non plus de réduire les écarts observés en fonction du milieu social d'origine. Enfin, la découverte de nouvelles pratiques ou de nouveaux lieux, lorsqu'elle existe, n'apparaît pas durable, même si l'absence de suivi de cohorte de bénéficiaires ne permet pas de statuer de façon définitive sur ce point.*

*Dès lors, le principal impact du pass Culture se traduit par une intensification des pratiques culturelles habituelles des jeunes. Cet effet d'intensification, qui ne faisait pas partie des objectifs initiaux du dispositif, contribue à confirmer le risque d'effet d'aubaine dans l'utilisation du pass Culture par des jeunes disposant d'un capital culturel plus élevé. Contrairement à la part collective qui repose sur le travail de médiation des enseignants, la médiation est peu développée au sein de la part individuelle, ce qui empêche de contrecarrer les effets liés aux inégalités structurelles préexistantes dans l'accès à la culture que le pass révèle et ne saurait à lui seul résorber.*

*La Cour formule la recommandation suivante :*

- 1. Dans les secteurs éloignés des pratiques habituelles des utilisateurs (spectacle vivant, musées, etc.), développer avec les acteurs culturels des offres comportant un volet médiation et les mettre en avant dans l'application grâce aux dispositifs de recommandation (société pass Culture, ministère de la culture, 2025).*
-



## **Chapitre III**

### **Un dispositif de guichet à maîtriser**

Sur le plan budgétaire, le pass Culture s'apparente à une dépense de guichet difficilement maîtrisable. La montée en charge rapide du dispositif a entraîné des difficultés de prévision des enveloppes de crédits à mobiliser, en l'absence notamment de données consolidées quant au nombre d'utilisateurs et au taux de recours. En outre, le modèle économique de la société pass Culture souffre d'importantes fragilités car il était supposé au départ se financer grâce à des recettes importantes issues du secteur privé. En réalité, la part des ressources propres est restée fort limitée tandis que les besoins en financements publics sont allés croissants. Des pistes d'économies et des mesures de recalibrage du dispositif doivent être envisagées afin de garantir la soutenabilité de cette politique publique.

#### **I - Une forte montée en charge budgétaire**

##### **A - Une dépense non maîtrisée**

La dépense budgétaire pour la part individuelle du pass Culture s'établissait à 93 M€ en 2021 et est prévue à hauteur de 244 M€ en 2024. L'enveloppe correspondant à 800 000 jeunes et au crédit individuel de 300 € se situerait, d'après les simulations de la direction du budget, tendanciellement aux alentours de 240 M€. La société pass Culture estime, quant à elle, que le budget annuel nécessaire devrait se stabiliser, en prenant en compte les hypothèses d'un pourcentage incompressible de non-recours, autour de 210 M€. Ce chiffrage manque sans doute de réalisme : si des actions de sensibilisation sont menées auprès des jeunes afin qu'ils soient plus nombreux à activer l'application, puis à utiliser leurs crédits, la part individuelle représentera toutes choses égales par ailleurs et, en régime de croisière, une dépense oscillant entre 220 et 250 M€.

Ces montants représentent 25% des crédits du programme 361, ce qui n'est pas sans poser des difficultés de soutenabilité<sup>50</sup>.

Tel que le dispositif a été mis en place, la dépense qui lui est associée répond à une logique de guichet : le remboursement des offreurs culturels constitue en effet une dépense automatique et obligatoire, et reste de ce fait difficilement pilotable en cours d'exercice. Au cours de la période sous revue, la direction du budget a d'ailleurs considéré à juste titre que les économies ou réductions de dépenses de la mission Culture portée par le ministère ne pouvaient pas reposer sur ce seul dispositif, sous peine d'insincérité budgétaire.

Les efforts budgétaires consentis par le ministère se sont ainsi mécaniquement déportés sur d'autres programmes. Compte tenu du volume de dépenses associées à la part individuelle à laquelle s'ajoute la part collective, cette dépense de guichet devrait faire l'objet d'un suivi infra-annuel constant afin d'éviter tout dérapage budgétaire en fin d'exercice.

La part collective du pass Culture a également nécessité une augmentation des enveloppes inscrites en lois de finances initiales. Les versements du ministère à la société pass Culture sont en effet passés de 45 M€ en autorisations d'engagement (AE) et 18 M€ en crédits de paiement (CP) en 2022 à 24 M€ en AE et 51 M€ en CP en 2023 puis à 62 M€ en AE et CP en 2024. Le ministère de l'éducation nationale construit sa prévision de dépenses, qui pourrait s'établir aux alentours de 80 M€ fin 2024, à partir de la moyenne des montants moyens<sup>51</sup> constatés en 2022/2023 et des estimations des taux d'activation prévisionnel par niveau, élaborées à partir de la consommation constatée dans ADAGE à la rentrée 2023.

En outre, le ministère de l'éducation nationale et de la jeunesse avait porté en réunion technique avec la direction du budget une mesure d'extension du dispositif aux élèves de CM1 et CM2. Selon les calculs du ministère, ses versements à la société pass Culture augmenteraient alors pour s'établir à 83,1 M€ en AE et CP en 2025, à 87,6 M€ en AE et CP en 2026 puis 92,1 M€ en AE et CP en 2027. Pour l'heure, la décision a été prise de ne pas étendre la mesure, ce qui paraît conforme au souhait général du ministère des finances de stabiliser, voire de réduire la dépense associée au pass Culture, dans ses deux composantes.

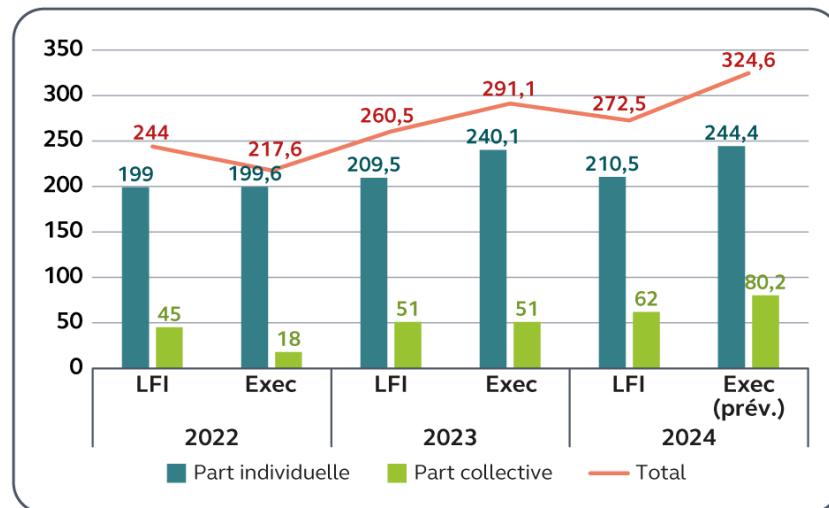
---

<sup>50</sup> La note d'analyse de l'exécution budgétaire 2023 de la mission « Culture » indique qu'en 2023, les aléas de gestion de ce dispositif d'intervention ont nécessité un dégel anticipé en novembre, un dégel en décembre et une ouverture de crédits en fin de gestion pour un montant total de 65,7 M€ en CP.

<sup>51</sup> L'offre moyenne dont les jeunes ont bénéficié en 2021/2022 s'établissait à 13,21€, s'est élevée à 17,61 € en 2022/2023. Il faut rappeler que la part collective a été étendue aux élèves de 6<sup>ème</sup> et de 5<sup>ème</sup> à la rentrée scolaire de 2023 (chiffres direction du budget, juin 2024).

Le cumul des dépenses de la part individuelle et de la part collective du pass Culture augmente de 217 M€ à 324 M€ entre 2022 (exécuté) et 2024 (prévisions d'exécution), soit une croissance de près de 50 % en deux ans.

**Graphique n° 13 : évolution des dépenses budgétaires du pass Culture (CP, M€)**



Source : Cour des comptes, juin 2024

## B - La sous-estimation du budget de la part individuelle

Le tableau ci-après retrace les montants des enveloppes inscrits dans les lois de finances initiales (LFI) et les exécutions constatées. Celles-ci sont systématiquement supérieures aux dotations initiales.

**Tableau n° 10 : dotations budgétaires du ministère de la culture pour la part individuelle du pass Culture entre 2020 et 2024 (en M€)**

2020		2021		2022		2023		2024	
LFI	EXEC	LFI	EXEC	LFI	EXEC	LFI	EXEC	LFI	Prévision exécution
24,7	39	59	93,7	199	199,6	209,5	240,1	210,5	244,4

Source : direction du budget, mai 2024

La dotation initiale en 2024 s'est élevée à 210,5 M€, inférieure de 30 M€ au montant constaté l'année précédente, ce qui n'est pas cohérent et

pose un problème de sincérité budgétaire. En effet, les prévisions sont réalisées selon plusieurs variables : la quantité de bénéficiaires inscrits, le taux de transformation<sup>52</sup>, et enfin, le panier moyen qui correspond au montant dépensé par les utilisateurs. Les hypothèses retenues pour 2024 auraient dû conduire à une augmentation de l'enveloppe dès la loi de finances initiale, puisque le nombre de bénéficiaires inscrits était estimé à 749 000 (+ 3,4 % par rapport à 2023) sur une génération de 870 000 jeunes, plus nombreuse qu'en 2023 (850 000). De plus, la société pass Culture prévoit une amélioration continue du recrutement de bénéficiaires grâce aux campagnes de communication, à la mise en place de partenariats et à l'impact de la part collective sur la notoriété du dispositif. De plus, la dépense moyenne des bénéficiaires de 18 ans dotés de 300 € sur l'ensemble du cycle de vie du dispositif était estimée à 267 € en mai 2024.

**Tableau n° 11 : le taux d'inscription des jeunes de 18 ans au pass Culture en 2023-2024**

Année	Nombre d'inscrits	Potentiel total	Pourcentage d'inscription
2023	724 155	851 148	85,1 %
2024	749 016	870 247	86,1 %

*Source : direction du budget, mai 2024*

Pour l'exercice 2024, l'impasse est estimée à 25 M€ par le ministère de la culture, selon des projections ayant vocation à être affinées en fin d'exercice. La couverture de cette impasse en gestion nécessitera d'opérer des redéploiements internes au programme ou de dégel de la réserve de précaution (qui correspond en 2024 à 38 M€).

Or, la société pass Culture n'est pas dotée de fonds de roulement (le résultat est à 0 chaque année). En fin d'exercice, la société est contrainte de réguler le versement des remboursements aux offreurs : un effort de priorisation en fonction de la taille des offreurs est certes opéré, mais cela pose problème dans la mesure où les conventions précisent que le délai de paiement doit être de 15 jours maximum. En janvier, de façon anticipée, le contrôleur budgétaire et comptable ministériel (CBCM) accepte de payer la subvention n+1 dans les 15 premiers jours de l'année, ce qui pose problème du point de vue de l'annualité budgétaire : la société utilise la

---

<sup>52</sup> Le fait pour un bénéficiaire d'utiliser une partie de son crédit sur un mois donné. Ce taux correspond à la part des utilisateurs d'une même cohorte (inscrits le même mois) qui font une dépense sur un mois donné.

dotation de l'année suivante. Cela fut le cas en 2021, 2022 et 2023. Cette situation, qui s'apparente à de la cavalerie budgétaire et qui aura probablement encore lieu en 2024, n'est pas acceptable.

Il existe par ailleurs naturellement un principe de non-fongibilité des subventions provenant des différents ministères. En cas de difficultés de trésorerie, l'ensemble des échéances de la part individuelle ou de la part collective pourraient être bloquées.

Le pass Culture doit à présent faire l'objet d'un suivi fin de la part des ministères concernés (culture et éducation nationale), comme du ministère du budget et des comptes publics, afin d'assurer une gestion infra-annuelle saine et rigoureuse.

## C - Des pistes d'économies

La situation des finances publiques du pays impose des mesures visant à contenir la dynamique de la dépense liée à la part individuelle, sauf à ce que le ministère de la culture accentue les arbitrages au détriment d'autres programmes budgétaires. Les annulations de crédits décidées à partir de février 2024 ont par ailleurs jusqu'ici épargné le pass Culture.

Dans ce contexte, et à l'aune des premières évaluations pouvant être faites sur le dispositif, tout *statuo quo* concernant le dispositif apparaît comme non tenable. Plusieurs pistes d'économies sont envisageables :

- une diminution du crédit de la part individuelle des jeunes de 18 ans. Cette solution a déjà été appliquée en Allemagne et en Italie. Au regard de l'absence de données consolidées transmises par la société pass Culture, la direction du budget estime que l'impact d'une diminution du crédit de la part individuelle de 300 à 200 € reste difficile à établir précisément, compte tenu de l'indisponibilité des données d'utilisation (en particulier le montant médian utilisé et l'écart type des consommations). Cependant une estimation fondée sur le montant moyen actuel d'utilisation de l'enveloppe du pass Culture et du nombre d'utilisateurs de 18 ans en 2025, l'économie résultant d'une baisse de l'enveloppe à 200 € pourrait atteindre 30 M€ à 40 M€ sur la durée d'utilisation du pass (24 mois sur la cohorte 2025).
- une mise sous conditions de ressources. Partant du constat que l'universalité du pass Culture conduit à la fois à des effets d'aubaine pour les jeunes les plus aisés et à la reproduction des inégalités en laissant de côté précisément ceux qui en auraient le plus besoin, le pass serait, dans cette hypothèse, réservé aux jeunes issus de familles à

revenus modestes selon d'autres modalités à définir (quotient familial, ou ciblage sur les jeunes boursiers).

- le ciblage des bénéficiaires selon des critères sociaux (jeunes boursiers) ou géographiques (quartiers de la politique de la ville, *etc.*).

Ainsi, la Cour considère qu'un recalibrage du dispositif est non seulement possible mais souhaitable eu égard aux résultats contrastés de cette politique, que le présent rapport souligne. Il appartient désormais à la tutelle de la société pass Culture de se saisir des pistes évoquées, éventuellement cumulables entre elles, en fonction de l'équilibre souhaité et des nouvelles priorités affichées par le ministère de la culture. Le renforcement de la démocratisation peut conduire à de nouveaux équilibres entre le principe de l'universalité et le souhait de mieux toucher les publics prioritaires, qui sont les moins familiers des pratiques culturelles.

## **II - Une organisation et une gouvernance qui ont montré leurs limites et imposent désormais des réformes d'ampleur**

Une certaine souplesse de gestion permise par le statut de société pass Culture a utilement présidé aux débuts de la mise en place du dispositif, ce qui a certainement contribué à son déploiement rapide. Une étape de consolidation de l'outil et du pilotage doit désormais succéder à cette première phase, ce qui devrait passer par une implication plus forte et plus directe du ministère de la culture.

### **A - Une organisation souple certes adaptée à la phase de création, mais qui doit désormais être mieux encadrée**

#### **1 - Des coûts de fonctionnement insuffisamment maîtrisés**

La Cour a examiné en 2023 la mise en place du pass Culture dans l'urgence et d'une manière dérogatoire aux règles habituelles<sup>53</sup>. Société de droit privé, bien qu'intégralement financée sur deniers publics, la société pass Culture s'apparente néanmoins à certains établissements publics

---

<sup>53</sup> Cf. Observations définitives, Cour des comptes, *Le pass Culture, création et mise en œuvre*, 2023.

administratifs du ministère : quasi-exclusivement financée par l'Etat, sans ressources propres, soumise aux règles de la commande publique, constituée d'un secrétariat général et de directions métiers, etc.

L'organisation interne de la société s'est progressivement structurée, accompagnée par un rôle actif du contrôleur financier, avec la mise en place d'un comité des rémunérations, d'une politique des achats, de quelques cartes des risques ou d'une attention accrue aux enjeux de sécurité, comme en témoigne l'homologation au référentiel général de sécurité (RGS)<sup>54</sup> ou le déploiement de solutions informatiques (sur la sensibilisation, la protection des terminaux, le contrôle d'accès *etc.*). Sur ce point, la Cour ne peut qu'encourager la poursuite des efforts menés, dans un contexte de développement de la cybercriminalité et au regard de la sensibilité particulière des bases de données de la population éligible dont la société pass Culture assure le traitement.

Sans véritable ressources propres, soumise aux règles de la commande publique, la société tient une comptabilité d'engagement enregistrée en droit privé. Aidé d'un cabinet d'expertise comptable, la société dispose d'une documentation budgétaire et comptable limitée, en comparaison d'établissements ou d'opérateurs publics du secteur culturel. La qualité de l'information budgétaire et comptable, notamment destinée aux membres du comité stratégique et à la tutelle, devrait être renforcée.

L'essentiel des produits du pass Culture est constitué des subventions reçues, à plus de 90% du ministère de la Culture, les autres subventions provenant essentiellement du ministère de l'éducation nationale et de la jeunesse et des subventions des autres ministères engagés dans les remboursements des acteurs culturels au sein de la part collective. Les produits ont augmenté de 2,15 M€ en 2019 à 293 M€ en 2023.

Les dépenses d'investissements s'établissent à près de 7 M€ de 2020 à 2021 (essentiellement destinés au financement des solutions applicatives en raison de l'internalisation de prestations précédemment effectuées dans le cadre de marchés). Les dépenses de fonctionnement augmentent de 0,5 M€ en 2019 à plus de 20 M€ en 2023 et sont constituées, pour l'essentiel, du poids de la masse salariale.

Enfin, les coûts agrégés de fonctionnement, en pourcentage des dépenses totales, ont baissé favorablement entre 2019 et 2023, représentant 8% du total en 2023. Cette baisse est essentiellement liée à l'internalisation

---

<sup>54</sup> Commission d'homologation du 6 janvier 2023, réalisée par le pass Culture ; obtention d'une homologation pleine de 18 mois, valable jusqu'au 5 juillet 2024, clause de réexamen à six mois.

des compétences des prestataires externes, techniques notamment. Cette décision a cependant eu pour conséquence d'accroître les recrutements liés à ces fonctions très sensiblement.

**Tableau n° 12 : évolution des produits et des charges de la société pass Culture (M€)**

	2019	2020	2021	2022	2023
<i>Produits</i>	2,15	19,97	114,58	219,49	292,74
<i>Dont subvention ministère culture</i>	2,15	18,95	111,10	199,68	231,50
<i>Charges</i>	2,15	19,97	114,58	219,49	292,74
<i>dont remboursement offreurs part individuelle des + de 18 ans</i>	1,52	7,96	92,01	151,76	177,90
<i>dont remboursement offreurs part individuelle des – de 18 ans</i>	-	-	0,03	21,79	29,22
<i>dont remboursement offreurs part collective</i>	-	-	-	14,32	54,52
<i>Sous-total des dépenses d'intervention</i>	1,52	7,96	92,04	187,87	261,64
<i>Investissements</i>	0,08	6,85	6,66	7,50	3,75
<i>Fonctionnement</i>	0,52	4,14	12,42	18,62	20,65
<i>dont fonctionnement des directions</i>	0,18	1,82	7,52	10,85	9,37
<i>dont masse salariale</i>	0,34	2,32	4,89	7,77	11,28
<i>Sous-total des charges de fonctionnement (dont amortissements et charges exceptionnelles)</i>	0,63	12,00	22,54	31,62	31,10
<i>Taux de structure (fonctionnement et invest. /intervention) (%)</i>	29 %	55 %	17 %	12 %	8 %

Sources : SAS pass Culture, retraitement Cour des comptes

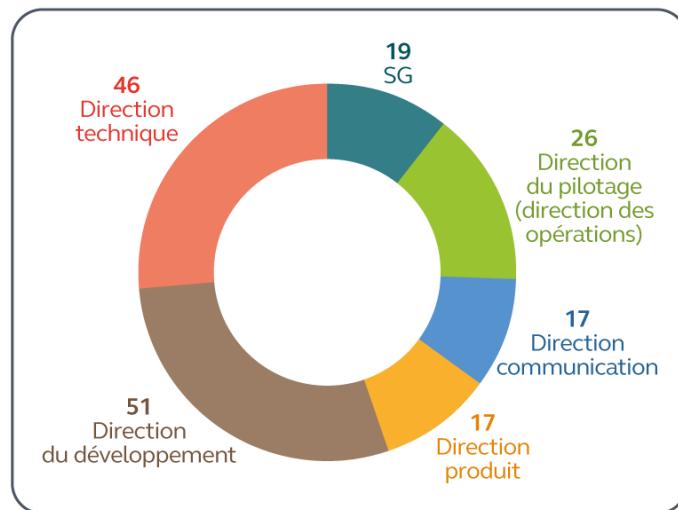
## 2 - Une forte croissance des emplois à endiguer

La société pass Culture a constitué plusieurs pôles d'expertise, afin de déployer ses missions et le développement de l'application. Les profils recrutés sont, pour la plupart, très qualifiés, pourvus de compétences rares dans certaines directions (pôles engineering ou data par exemple), et partageant une même culture collective : fin 2022, la moyenne d'âge était de 32 ans et 62 % étaient des femmes.

En 2024, la société est dotée de 176 équivalents temps plein (ETP) répartis au sein d'une direction du pilotage et des opérations (26 ETP), d'un secrétariat général (17 ETP), d'une direction technique (46 ETP), d'une direction du produit (17 ETP), d'une direction de la communication et du marketing (17 ETP), d'une direction du développement (52 ETP, dont la moitié déployée en région auprès des DRAC)<sup>55</sup>.

La montée en charge rapide des missions s'est traduite par une forte croissance des effectifs et de la masse salariale (cf. tableau n°14, pour la ventilation mensuelle de la masse salariale). Dépourvue de plafond d'emplois, la société pass Culture a en effet obtenu chaque année des moyens supplémentaires de la part du ministère.

**Graphique n° 14 : répartition des effectifs  
au sein de la société pass Culture**



Source : SAS pass Culture

Plus de 170 salariés ont été recrutés en quatre ans. La masse salariale atteint 11,3 M€ fin 2023, soit 4,3% des dépenses totales de la société pass Culture, et explique en grande partie les coûts de structure de la société qui ont, depuis 2019, augmenté de façon constante.

<sup>55</sup> La société est organisée de façon agile : la plupart des directions fonctionnent à l'aide de « squads », équipes transverses de six à douze personnes se concentrant sur un domaine d'action précis.

La société pass Culture justifie cette évolution par l'internalisation de certaines compétences et l'intégration de prestations extérieures (dont les développeurs informatiques) et l'extension progressive des missions et des activités de la société. À la fin de l'année 2024, l'objectif en matière d'effectif pourrait avoisiner 186 ETP et 6 apprentis (représentant un coût supérieur à 14 M€). Les évolutions des années suivantes dépendront des projets et de la validation des besoins.

Le plafond d'emplois ne fait aujourd'hui pas l'objet de vote par le Parlement dans le cadre de l'examen du projet de loi de finances initiale ; or, les effectifs de la société pass Culture ont crû de manière constante au cours des quatre dernières années, tandis que d'autres entités dépendant du ministère de la culture étaient, quant à elles, contraintes de surveiller de près ou de réduire leur plafond d'emploi comme leur masse salariale.

Comme souligné en partie III.I. du rapport, la trajectoire de dépenses ou de recrutements de la société n'a pas fait l'objet à ce stade d'un quelconque cadrage pluriannuel. Sans schéma d'emplois, tel que le prévoit l'organisation d'un opérateur de l'État, la maîtrise des coûts salariaux et de fonctionnement semble très difficile à cadrer avec précision à l'avenir.

Tous ces éléments plaident aujourd'hui pour une remise à plat du pilotage du dispositif dans son ensemble.

### 3 - La nécessité d'un pilotage plus resserré de la part du ministère

Le ministère de la culture porte l'une des 60 politiques prioritaires du Gouvernement (PPG) intitulée « *Faciliter pour chaque jeune l'accès la culture, au patrimoine et à la création* ». Le taux de couverture du pass Culture auprès des jeunes de 18 ans et plus (« *atteindre 80% de jeunes ayant le pass Culture* ») figure ainsi parmi les indicateurs de la PPG.

Alors même que la gestion du pass Culture a été confiée depuis juillet 2019 à la société pass Culture, ce n'est qu'en février 2023 qu'un contrat d'objectifs et de performance (COP) a été signé avec le ministère de la culture, couvrant la période 2023-2025<sup>56</sup>. Ce décalage s'explique notamment par l'impact de l'épidémie de covid-19 et par les extensions successives du dispositif.

---

<sup>56</sup> Une convention de gestion entre la société pass Culture et le ministère a été signée le 20 septembre 2021 dans la foulée de la généralisation de la part individuelle du dispositif.

Ce contrat définit trois axes stratégiques pour le pass Culture et la structure qui le porte :

- devenir incontournable pour tous les 15-20 ans ;
- atteindre une appropriation complète pour tous ses partenaires ;
- construire une équipe ambitieuse et compétente et une société solide et responsable.

**Tableau n° 13 : indicateurs du COP 2023-2025 relatifs aux axes n°1 et 2**

Axes	Indicateurs	réalisé 2022	cible 2023	réalisé à fin 2023	cible 2024	réalisé mai 2024	cible 2025
1	Indicateur n°1 : taux de couverture (+18 ans)	72 %	74 %	79 %	76 %	82 %	78 %
1	Indicateur n°2 : taux de couverture (-18 ans)	45 %	50 %	58 %	55 %	62 %	60 %
1	Indicateur n°3 : taux d'activation (+18 ans)	60 %	65 %	82 %	68 %	85 %	70 %
1	Indicateur n°4 : taux d'activation (-18 ans)	30 %	35 %	45 %	40 %	45 %	50 %
1	Indicateur n°5 : montant moyen dépensé par les jeunes (+ 18 ans)	*	220 €	254 €	230 €	254 €	240 €
1	Indicateur n°6 : diversification des pratiques culturelles des jeunes (pass +18)	9	10	12	11	/	12
2	Indicateur n°7 : taux d'activation des partenaires culturels	70%	73%	85%	76%	85%	78%

Source : SAS pass Culture, juin 2024

Hormis l'indicateur relatif à la progression du score de diversification, tous les indicateurs retenus sont de nature quantitative, et encore très focalisés sur la phase de déploiement du dispositif près de trois ans après sa généralisation.

En outre, au regard du rythme de déploiement rapide du dispositif, les indicateurs fixés dans le COP pour la période 2023-2025 apparaissent peu ambitieux. À l'exception du taux d'activation par les jeunes de moins de 18 ans, les cibles 2025 ont toutes été atteintes, voire dépassées dès la fin de l'année 2023, année de signature du contrat. Certains de ces indicateurs gagneraient désormais à être déclinés à un niveau plus fin, pour mieux appréhender par exemple l'utilisation du pass dans les quartiers de la politique de la ville ou dans les zones rurales.

Au-delà de ces indicateurs quantitatifs, il conviendrait d'ajouter quelques indicateurs de nature plus qualitative, permettant par exemple de suivre le nombre d'offres gratuites ou comprenant un volet de médiation, le nombre de partenariats noués par la société pass Culture avec des acteurs de l'insertion et du champ socio-éducatif.

Dans sa réponse aux observations de la Cour, le ministère de la culture indique préparer la signature d'un nouveau contrat d'objectifs et performance dès l'automne 2024, couvrant la période 2025-2027. Dans cette perspective, le ministère travaille à la construction de nouvelles cibles à atteindre, et s'engage à passer d'une recherche de performance quantitative, focalisée sur le nombre de jeunes inscrits, à une « *réelle politique qualitative de démocratisation culturelle* ».

## **B - L'inscription dès 2025 de la société pass Culture dans la liste des opérateurs de l'État avant d'internaliser ses missions et ses équipes au sein du ministère**

Pour rappel, la société pass Culture a été créée à l'origine sous la forme de société de droit privé dans la mesure où elle était supposée générer un taux de ressources propres de 80%. Cinq ans après sa création, les ressources propres restent très minoritaires et n'ont pas vocation à croître à court terme. La situation actuelle s'apparente ainsi à une quasirégie : la Caisse des dépôts et des consignations, qui détient 30 % du capital de la société rembourse les offreurs grâce aux crédits budgétaires alloués à la structure chaque année. Le *statu quo* n'est pas souhaitable.

La gouvernance actuelle, caractérisée par un rôle prépondérant du président de la société pass Culture et un rôle plus secondaire du président du comité stratégique assuré par un président par intérim depuis plus d'un an, n'est pas satisfaisante. Son principal défaut est de ne pas permettre au ministère de suffisamment bien respecter les orientations qu'il souhaite donner à un outil qu'il finance pourtant presque intégralement pour ce qui est de la part individuelle. Le contrôle direct par l'État se limite aujourd'hui à un contrôle économique et financier, certes rigoureux, mais qui ne donne pas les leviers pour traiter de tous les sujets stratégiques à bon niveau et en amont.

Après une phase de montée en puissance, la société pass Culture doit désormais être mieux encadrée et pilotée par sa tutelle. À cette fin, la Cour avait recommandé, dans son rapport de 2023 précité, d'inscrire la société pass Culture dans la liste des opérateurs de l'État. La qualification de la

société pass Culture en opérateur de l'État répond en effet aux critères définis dans la circulaire du Premier ministre du 9 avril 2013 relative aux modalités d'organisation des services de l'État.

L'inscription comme opérateur a plusieurs avantages :

- une meilleure information du Parlement, notamment à travers les documents budgétaires annexés aux lois de finances (projet annuel de performance, rapport annuel de performance et « jaune opérateurs »).
- l'octroi d'une subvention pour charges de service public ;
- la fixation d'un plafond d'emplois ;
- la soumission aux règles de la comptabilité publique et notamment aux dispositions du décret n°2012-1246 relatif à la gestion budgétaire et comptable publique qui prévoit la construction du budget sous forme d'autorisations d'engagement (AE) et de crédits de paiement (CP), ce qui donnerait une vision pluriannuelle des dépenses ;

Cette recommandation demeure pleinement justifiée et pourrait être mise en œuvre dans des délais très brefs, dans le cadre, par exemple, de la loi de finances 2025. Une démarche est actuellement menée par le ministère de la culture en lien avec la direction du budget pour déployer cette réforme dès l'exercice 2025.

Dans un second temps, pour donner plus de lisibilité à cette politique publique et en définir les objectifs de manière non équivoque, tout en permettant un encadrement opérationnel plus resserré, l'internalisation des activités du pass Culture au sein du ministère apparaît indispensable. Si le fait d'avoir recouru à une SAS pour monter la plateforme pouvait se justifier et apporter une certaine agilité au processus, à terme, rien ne justifie qu'un pan entier de la politique culturelle du pays soit géré par une structure privée presque intégralement financée sur fonds publics.

## **C - Une réappropriation indispensable par le ministère de cette politique majeure**

Le ministère de la culture a pleinement vocation à mettre en place, suivre et orienter les dispositifs mis en place à l'échelle du pays et s'adressant aux cohortes de l'ensemble d'une classe d'âge. La pleine réappropriation du pass Culture par le ministère permettrait au minimum de résoudre deux difficultés identifiées : d'une part, la mise à disposition inachevée des données de la société pass Culture au ministère et, d'autre part, la bonne articulation entre les équipes territoriales du pass culture et celles déployées au sein des DRAC.

## 1 - Des données devant être mises à la disposition du ministère de la culture, sécurisées et préservées

Forte de la technicité de certains profils recrutés et du caractère innovant de son organisation, la société pass Culture a réussi à développer en un temps réduit de nombreux services (réseaux sociaux, *etc.*), données, partenariats au plan local et un nombre de référencements inédit pour le ministère de la culture. Ainsi, les données récoltées par la société sont sans commune mesure avec les enquêtes ou les bases de données éparses exploitées par les services du département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation (DEPS) en administration centrale.

Si le ministère a commencé depuis plusieurs années à renforcer ses services *data* (notamment par le déploiement progressif en *open source* de centaines de jeux de données accessibles sur *data.culture.gouv.fr*), l'expertise et les solutions déployées par la société pass Culture constituent en réalité une continuité directe de l'action du ministère et un poste d'observation privilégié des pratiques culturelles des 15-20 ans. Dès lors, il est essentiel que le ministère puisse valoriser pleinement les solutions créées par la société, cette base de données de l'offre culturelle et des pratiques culturelles des jeunes, sans équivalent, étant un actif à part entière.

Or, ces données exploitées par la société pass Culture font aujourd'hui l'objet d'un partage insuffisant avec le ministère, que ce soient les directions centrales ou les DRAC, en dépit d'une convention entre la société et le DEPS censée faciliter l'accès aux données.

Porteuse d'une mission de service public, la société pass Culture doit ainsi impérativement faciliter la transmission des données au ministère à titre gratuit, anonymisées lorsque le règlement général sur la protection des données le requiert.

Les systèmes d'information de la société doivent pouvoir exporter plus facilement leurs bases vers celles du ministère, financeur quasi-exclusif, afin de créer ce « commun numérique », en conformité avec les exigences réglementaires, par la voie d'une interface de programmation d'application (API) spécifique.

D'une manière générale, il est impératif que la société pass Culture comme le ministère s'assurent que les données collectées sur les jeunes soient intégralement protégées et gardées confidentielles. Elles ne sauraient faire l'objet d'un partage ou d'une marchandisation auprès de quelque plateforme privée que ce soit. Il en va de la souveraineté et de la sécurité de données personnelles qui concernent des générations entières de jeunes.

Les données du pass Culture représentent également une source d'information tout à fait précieuse sur l'offre disponible dans l'ensemble du territoire et sur les pratiques culturelles entre 15 à 20 ans. Il serait intéressant que ces données soient mises gratuitement au service des politiques publiques portées par le ministère, tant au plan national que territorial.

## 2 - Le rattachement fonctionnel des équipes territoriales du pass Culture aux DRAC

La société pass Culture dispose de référents dans chaque région ayant pour mission d'incarner et de développer le dispositif dans les territoires dont ils ont la charge. Les équipes territoriales sont en général<sup>57</sup> composées d'un binôme formé d'un chargé de développement et d'un chargé d'animation. Le chargé de développement est l'interlocuteur des DRAC, des rectorats et des élus locaux. Le chargé d'animation intervient à un niveau plus opérationnel dans l'accompagnement des acteurs culturels (inscription sur la plateforme, création d'offres), le montage d'actions culturelles et l'animation du réseau des ambassadeurs. Au total, les équipes territoriales de la société comprennent 32 agents, dont quatre responsables de développement territorial qui encadrent les équipes territoriales à l'échelle de plusieurs régions. Le nombre d'agents sur le terrain par région, à l'exception de l'Île-de-France, est donc le même quelle que soit la taille de la région.

Les objectifs fixés à ces équipes territoriales par les services centraux de la société concernent principalement la progression du taux de couverture du dispositif, notamment pour les publics cibles les plus jeunes (15-17 ans), ainsi que l'inscription de nouveaux acteurs culturels sur la plateforme, en particulier parmi ceux qui sont les moins présents aujourd'hui comme les musées et les médiathèques. Ces agents ont également pour mission d'animer les réseaux jeunesse et éducation populaire en régions, et de travailler avec les réseaux associatifs locaux afin de recruter les utilisateurs les plus éloignés de la culture.

Ces équipes territorialisées travaillent en lien étroit avec les DRAC et sont parfois hébergées dans leurs locaux dans le cadre d'une convention. Le chargé de développement territorial peut être invité à participer aux réunions de direction de la DRAC afin de prendre connaissance des dossiers d'actualité. Chaque DRAC a désigné au sein de son équipe un

<sup>57</sup> Dans les trois régions Auvergne Rhône Alpes, Provence Alpes Côte d'Azur et Grand, les équipes sont composées de deux chargés de développement. L'équipe couvrant l'Île-de-France est composée de chargés de développement d'un chargé d'animation. Un chargé de développement couvre Mayotte et La Réunion, tandis que les autres territoires d'outre-mer sont couverts par un chargé de développement et un chargé d'animation.

réfèrent « pass Culture ». Un tableau de bord est adressé mensuellement par les équipes de la société pass Culture aux DRAC et aux rectorats comprenant une série d'indicateurs nationaux et déclinés à l'échelle régionale. Ces indicateurs, essentiellement quantitatifs, permettent aux services déconcentrés de l'État de suivre la progression du déploiement du pass Culture (part individuelle et collective) dans leurs régions respectives.

Si les relations de travail entre les équipes des DRAC et celles du pass Culture ne soulèvent pas de difficulté particulière sur le plan opérationnel, la coexistence de ces deux équipes pose la question de l'unicité et la cohérence de la politique culturelle de l'État à l'échelle du territoire régional, notamment vis-à-vis des collectivités territoriales :

- les DRAC ne sont ainsi pas toujours informées des contacts pris par les équipes territoriales du pass Culture avec les élus locaux ;
- elles ne sont pas plus sollicitées de façon systématique pour avis dans le processus d'éditorialisation des offres au titre de la part individuelle opérée en totale autonomie par les équipes territoriales du pass Culture.

En outre, les équipes des DRAC, au-delà des indicateurs très généraux figurant dans le tableau de bord mensuel, n'ont pas d'accès direct aux données du pass Culture pour leur territoire. Si elles souhaitent par exemple obtenir un chiffre concernant le montant de remboursements versés à un offreur culturel, elles doivent adresser une demande aux équipes du pass Culture. Elles ne disposent ainsi d'aucune vision globale sur la contribution financière apportée par le pass Culture aux acteurs culturels de leur territoire, alors même qu'il s'agit de crédits du ministère de la culture (et non de ressources propres), et ne sont donc pas en mesure de valoriser cet apport qui vient en complément des subventions de l'État.

Aussi, dans la mesure où le pass Culture apparaît comme un outil au service des politiques du ministère de la culture, les équipes territoriales de la société devraient être placées sous l'autorité fonctionnelle du directeur régional des affaires culturelles, représentant du ministère en région. Cette clarification de leur positionnement permettrait de renforcer la cohérence de l'action du ministère dans les territoires. Cette autorité fonctionnelle devrait être confortée par la mise à disposition des DRAC, par un accès direct, de l'ensemble des données relatives au déploiement du pass Culture sur leur territoire, qu'il s'agisse des acteurs culturels inscrits ou des montants de remboursement versés.

### Le déploiement des dispositifs en régions Bretagne et Grand Est

Les services régionaux du ministère de la culture en régions Bretagne et Grand Est ont accompagné la montée en charge du pass Culture de façon active.

Territoire d'expérimentation du pass dans sa phase d'amorçage, la Bretagne a un taux de couverture des +18 ans de 90% début 2024 (de 8 points plus élevé que le taux national), tandis qu'en région Grand Est, celui-ci reste inférieur à la moyenne nationale et s'établit à 75%.

Concernant la part collective, près de 95% des établissements de ces deux régions ont engagé au moins une action collective en 2023-2024. Dans ces deux régions, les relations entre la DRAC et le rectorat jouent un rôle essentiel, en coordonnant et en amplifiant les initiatives.

En Bretagne, les acteurs ayant le plus bénéficié des réservations demeurent les grandes librairies indépendante. Le festival des Vieilles Charrues est également l'une des offres les plus plébiscitéees.

Cependant, des disparités territoriales importantes existent dans ces régions. Les grandes villes et métropoles concentrent l'essentiel des offres proposées et des réservations effectuées. En région Grand Est, l'initiative « Caravelle » est ainsi à souligner : une coopération expérimentale est actuellement menée entre les services de l'État (DRAC et rectorat), la société pass Culture, le conseil régional et plusieurs conseils départementaux, visant à faciliter la prise en charge des coûts de transport et de déplacement des jeunes bénéficiaires d'une action d'éducation artistique et culturelle (part collective) : ainsi, en Haute Marne, le conseil régional s'est engagé à attribuer une dotation par lycée au prorata du nombre d'élèves, le conseil département également pour les collèges.

---

**CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS**

---

*La période de montée en charge du pass Culture couplée aux extensions successives de son périmètre ont conduit à une croissance forte de la dépense budgétaire et des effectifs de la société pass Culture. Cette première phase de déploiement massif étant désormais achevée, des arbitrages doivent être pris dès que possible pour mettre un terme à la croissance continue des enveloppes budgétaires mobilisées pour le pass Culture et stabiliser les effectifs de la société.*

*Cette nouvelle période qui s'ouvre doit ainsi être l'occasion de revoir en profondeur la gouvernance et l'organisation de la société pass Culture. L'inscription de celle-ci parmi les opérateurs de l'État doit désormais être réalisée sans délai afin qu'un plafond d'emplois lui soit appliqué et qu'un contrôle plus étroit du ministère comme du Parlement puisse être réalisé. Les équipes en régions de la société pass CultureSAS pourraient en outre être rattachées fonctionnellement aux DRAC. À terme, afin de faire du pass Culture un véritable outil au service des politiques publiques culturelles portées par le ministère, les activités et agents de la société pass Culture devraient avoir vocation à être internalisés au sein des services du ministère de la culture.*

*La Cour adresse au ministère de la culture, au ministère du budget et des comptes publics, ainsi qu'à la société pass Culture les recommandations suivantes :*

2. *inscrire en loi de finances, dès l'exercice 2025, des enveloppes de crédits pour le pass Culture cohérentes avec les montants des crédits exécutés et avec les prévisions de dépenses (ministère de la Culture, ministère du budget et des comptes publics, société pass Culture, 2025) ;*
  3. *inscrire sans délai la société pass Culture dans la liste des opérateurs de l'État avant d'internaliser ses équipes et ses missions au sein du ministère de la culture dans une seconde étape (ministère de la culture, ministère du budget et des comptes publics, 2025) ;*
  4. *enrichir le prochain contrat d'objectifs et de performances 2025-2027 d'indicateurs de nature plus qualitative (notamment sur les offres gratuites ou comprenant un volet de médiation, ou les partenariats avec des acteurs de l'insertion et du champ socio-éducatif (ministère de la Culture, société pass Culture, 2025) ;*
  5. *mettre en place un partage avec le ministère de la culture de l'ensemble des données d'utilisation récoltées par la société (société pass Culture, ministère de la culture, 2025).*
-

## Liste des abréviations

ASE.....	Aide sociale à l'enfance
API.....	Application programming interface
CBCM .....	Contrôleur budgétaire et comptable ministériel
COP.....	Contrat d'objectifs et de performance
CSA.....	Consumer, science & analytics
DEPP.....	Direction de l'évaluation, de la prospective et de la performance
DEPS.....	Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation
DRAC .....	Direction régionale des affaires culturelles
EAC.....	Éducation artistique et culturelle
ETP .....	Équivalent temps plein
IGAC.....	Inspection générale des affaires culturelles
INE.....	Identifiant national élève, étudiant ou apprenti unique
LFI.....	Lois de finances initiales
MLDS .....	Missions académiques de lutte contre le décrochage scolaire
NEET .....	« <i>Not in Employment, Education or Training</i> » en anglais, soit ni en emploi, ni en études, ni en formation
PPG .....	Politiques prioritaires du Gouvernement
QPV.....	Quartier prioritaire de la politique de la ville
RGS.....	Référentiel Général de Sécurité
SAS .....	Société par actions simplifiée
UNIJ .....	Union nationale de l'information jeunesse



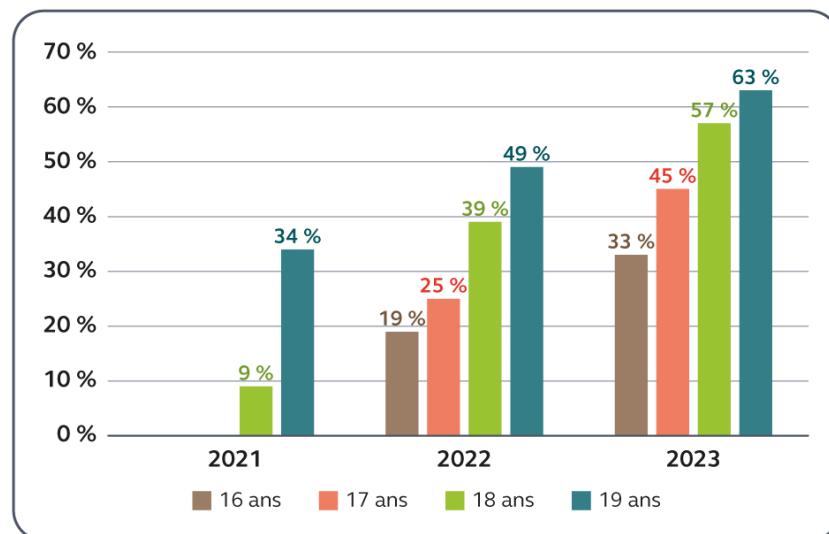
## **Annexes**

Annexe n° 1 : le déploiement du pass Culture dans les territoires d'outre-mer .....	94
Annexe n° 2 : les dix offres les plus réservées sur le pass Culture depuis son lancement (juin 2024) .....	96
Annexe n° 3 : volume d'affaires global, contributions et remboursements nets aux offreurs de 2021 à 2023 .....	97
Annexe n° 4 : méthodologie d'exploitation du sondage CSA commandé par la Cour et l'IGAC pour estimer l'effet du pass à partir d'une méthode contrefactuelle .....	99
Annexe n° 5 : résultats du sondage de l'Institut CSA commandé par la Cour et l'IGAC .....	102

## Annexe n° 1 : le déploiement du pass Culture dans les territoires d'outre-mer

Depuis 2022, des campagnes de communication spécifiques ont été menées chaque année dans les territoires ultra-marins. Les taux de couverture restent cependant nettement en retrait par rapport aux moyennes nationales, quel que soit l'âge.

**Graphique n° 15 : taux de couverture par âge dans les territoires d'outre-mer**



Source : SAS pass Culture

**Tableau n° 14 : taux de couverture par âge dans les territoires d'outre-mer (juin 2024)**

	15-17 ans	18 ans et plus
<i>Guadeloupe</i>	44 %	93 %
<i>Guyane</i>	34 %	42 %
<i>La Martinique</i>	69 %	93 %
<i>La Réunion</i>	52 %	84 %

Source : SAS pass Culture, tableaux de bord « Metabase »

Compte tenu du faible taux d'inscription constaté (7%) en octobre 2023 des jeunes de 15 à 17 ans de Mayotte, deux chargés de missions ont été recrutés par la société pass Culture en renfort temporaire à compter de mars 2024 pour accroître les inscriptions sur la part individuelle du pass à partir d'interventions en milieu scolaire.

## **Annexe n° 2 : les dix offres les plus réservées sur le pass Culture depuis son lancement (juin 2024)**

**Tableau n° 15 : nombre de réservations des dix offres les plus réservées sur le pass Culture depuis son lancement (juin 2024)**

<i>CinéCarte 1 place Cinémas Pathé</i>	<b>512 241</b>
<i>Carte CGR pass Culture 2 Places</i>	329 293
<i>CinéCarte 3 places Cinémas Pathé</i>	324 860
<i>CinéCarte 5 places Cinémas Pathé</i>	266 127
<i>1 place de cinéma UGC</i>	233 095
<i>Carte CGR pass Culture 3 Places</i>	169 977
<i>CinéPass Pathé</i>	154 338
<i>CinéCarte 1 Place Cinémas Pathé</i>	151 224
<i>Carte CGR pass Culture 5 places</i>	131 719
<i>CANAL+ : 3 mois d'abonnement à l'offre -26 ans</i>	126 377

*Source : SAS pass Culture, tableaux de bord « Métabase »*

### **Annexe n° 3 : volume d'affaires global, contributions et remboursements nets aux offreurs de 2021 à 2023**

Les tableaux ci-après indiquent le volume d'affaires généré par le pass Culture, global et dans trois secteurs particuliers : livre, cinéma et spectacle vivant.

**Tableau n° 16 : volumes d'affaires, contributions  
et remboursements nets des offreurs (2021)**

<b>2021</b>	<b>Volume d'affaires global tous offreurs</b>	<b>Contributions totales</b>	<b>Remboursements nets</b>
	101 291 477,37 €	8 757 764,52 €	92 533 712,85 €
<i>Dont secteur livres</i>	55 856 159,43 €	1 734 131,85 €	54 122 027,58 €
<i>Dont secteur cinéma</i>	17 836 904,27 €	2 132 320,22 €	15 704 584,05 €
<i>Dont spectacle vivant (spectacle et musique live)</i>	2 861 443,80 €	65 227,86 €	2 796 215,94 €

Source : SAS et retraitement Cour, juin 2024

**Tableau n° 17 : volumes d'affaires, contributions  
et remboursements nets des offreurs (2022)**

<b>2022</b>	<b>Volume d'affaires global tous offreurs</b>	<b>Contributions totales</b>	<b>Remboursements nets</b>
	186 406 148,14 €	13 126 448,21 €	173 279 699,93 €
<i>Dont secteur livres</i>	92 215 379,63 €	3 314 363,69 €	88 901 015,94 €
<i>Dont secteur cinéma</i>	34 540 708,93 €	3 582 906,63 €	30 957 802,30 €
<i>Dont spectacle vivant (spectacle &amp; musique live)<sup>58</sup></i>	20 658 456,21 €	1 135 512,39 €	19 522 943,82 €

Source : SAS et retraitement Cour, juin 2024

---

<sup>58</sup> En 2022, le spectacle seul a bénéficié de 6 102 384,47€ de remboursements avec la part collective du pass Culture.

**Tableau n° 18 : volumes d'affaires, contributions et remboursements nets des offreurs (2023)**

2023	Volume d'affaires global tous offreurs	Contributions totales	Remboursements nets
	221 948 664,29 €	13 900 067,51 €	208 048 596,78 €
Dont secteur livres	96 572 987,50 €	3 506 940,89 €	93 066 046,61 €
Dont secteur cinéma	54 883 249,86 €	5 534 943,10 €	49 348 306,76 €
Dont spectacle vivant (spectacle & musique live <sup>59</sup> )	30 899 643,22 €	1 363 478,12 €	29 536 165,10 €

Source : SAS et retraitement Cour, juin 2024

---

<sup>59</sup> En 2023, le spectacle seul a bénéficié de 22 459 037,11€ de remboursements avec la part collective du pass Culture

## **Annexe n° 4 : méthodologie d'exploitation du sondage CSA commandé par la Cour et l'IGAC pour estimer l'effet du pass à partir d'une méthode contrefactuelle**

La mesure des effets d'un dispositif comme le pass Culture requiert la mise en œuvre d'un raisonnement dit « contrefactuel », qui suppose de comparer des individus ayant bénéficié du dispositif à des individus n'en ayant pas bénéficié. La comparaison entre les pratiques culturelles d'un groupe d'individus qui a fait usage de la subvention, et celles d'un groupe d'individus qui n'en a pas bénéficié, doit permettre de révéler « l'effet propre » du dispositif. En outre, pour rendre possible cette comparaison, les deux populations doivent être comparables, c'est-à-dire qu'indépendamment du fait qu'elles aient ou non bénéficié de la subvention, leurs pratiques de départ soient globalement identiques. Si les deux groupes sont différents *a priori*, aucune conclusion ne pourra être tirée d'une simple comparaison, car il sera impossible de déterminer si les écarts observés sont dus à des différences antérieures ou à l'application de la politique elle-même.

Or dans le cas du pass Culture, il est impossible de comparer les bénéficiaires aux non-bénéficiaires, dans la mesure où il existe un fort biais de sélection dans le fait d'adhérer au dispositif (cf. point I.I.C. *supra* sur les facteurs de non-recours) : les jeunes renonçant à la subvention sont très différents en termes socio-démographiques des jeunes qui s'inscrivent au programme. Ces différences se situent notamment dans leur rapport à la culture : les jeunes non-inscrits sont moins intéressés par les sorties culturelles et consomment moins de produits culturels en général. Ces différences sont largement antérieures à l'utilisation du pass Culture, et ne peuvent de ce fait être interprétées comme un effet de ce dernier.

Pour parvenir à proposer un raisonnement contrefactuel robuste, plutôt que d'effectuer une comparaison entre les utilisateurs et les non-utilisateurs, il est proposé d'observer la différence, parmi les utilisateurs actifs, entre le fait d'avoir dépensé une large part de son crédit et le fait de n'avoir dépensé que quelques euros. Cette méthode permet d'observer une population beaucoup plus homogène, à savoir les individus qui ont débloqué leurs crédits, et qui montrent donc par là-même un intérêt pour le dispositif. La comparaison effectuée va permettre d'estimer l'effet, parmi les bénéficiaires, « d'avoir dépensé ses crédits » plutôt que « de ne pas les avoir dépensés ». Le groupe de ceux qui ont activé leur pass, mais ont peu dépensé, fera office de groupe témoin pour le groupe de ceux qui ont dépensé la majorité de leur crédit.

Cette méthode présente cependant elle aussi un risque de biais de sélection : le fait de dépenser plus rapidement ses crédits pourrait être lié à un intérêt plus grand pour la culture. Serait ainsi mesurée non pas tant l'effet de la dépense des crédits, mais plutôt une disposition générale à la culture des individus qui se traduirait une dépense rapide de leur crédit. Une façon de se prémunir de ce biais est de tester l'effet d'avoir dépensé ses crédits sur une pratique culturelle pour laquelle il est établi que le pass Culture n'a pas d'impact, par exemple la visite d'un musée. En effet, les jeunes n'utilisent quasiment jamais leur pass Culture pour aller au musée, du fait de la gratuité pour cette tranche d'âge. Par ailleurs, la pratique des visites muséales étant très liée aux dispositions culturelles générales, la mesure d'un effet sur cette pratique révèlera un biais de sélection lié au capital culturel.

La comparaison entre un groupe d'utilisateurs ayant dépensé une large partie de leur crédit et le groupe de ceux ayant encore peu dépensé peut être réalisée à l'aide d'un modèle statistique appelé modèle de probabilité linéaire. Ce type de modélisation permet de raisonner à situation sociodémographique égale, en fixant statistiquement certains paramètres observés dans le sondage commandé par la Cour, comme certaines variations liées à l'âge ou encore à la situation socio-économique qui pourraient également biaiser les résultats. Ainsi, l'effet d'avoir dépensé une grande partie des crédits de son pass plutôt que très peu, pourra être mesuré *à âge égal, sexe égal, statut professionnel égal, taille de la commune de résidence égale, origine sociale égale*.

Dans le cadre du sondage commandé par la Cour à l'institut CSA, les jeunes étaient interrogés sur la prévalence simple (au moins une fois au cours des douze derniers mois) de quatre pratiques culturelles : le fait d'avoir lu un livre, d'être allé au cinéma, d'être allé voir un concert ou un spectacle, d'être allé au musée. Il n'est donc pas possible de distinguer les utilisateurs y allant rarement de ceux y allant souvent, ce qui ne permettra donc pas de conclure sur un éventuel effet du pass sur le volume des consommations. Cette méthode mesure simplement si un jeune a une pratique ou non, quelle que soit la fréquence.

**Tableau n° 19 : modélisation de la probabilité d'avoir lu un livre, d'être allé au cinéma, d'être allé à un spectacle ou un concert, ainsi que d'être allé au musée, au cours des douze mois**

Montant du pass dépensé :	Probabilité d'avoir réalisé l'une des pratiques suivantes au cours des 12 mois :							
	Lecture		Cinéma		Spectacle ou concert		Musée	
	Beta	p-valeur	Beta	p-valeur	Beta	p-valeur	Beta	p-valeur
moins de 50 €	—		—	—	—	—	—	—
50 € à 200 €	0,03	0,3	0,08	<0,001	0,02	0,4	0,01	0,8
200 € et plus	0,06	<b>0,033</b>	0,07	<0,001	0,04	0,2	-0,01	0,8

*Champ : Jeunes de 18 à 20 ans ayant débloqué leurs crédits pass Culture depuis moins de 24 mois. N = 2292.*

*Données : Sondage Cour des comptes – IGAC 2024. Données pondérées.*

*Légende : Les coefficients significatifs au seuil de 95 % sont indiqués en gras.*

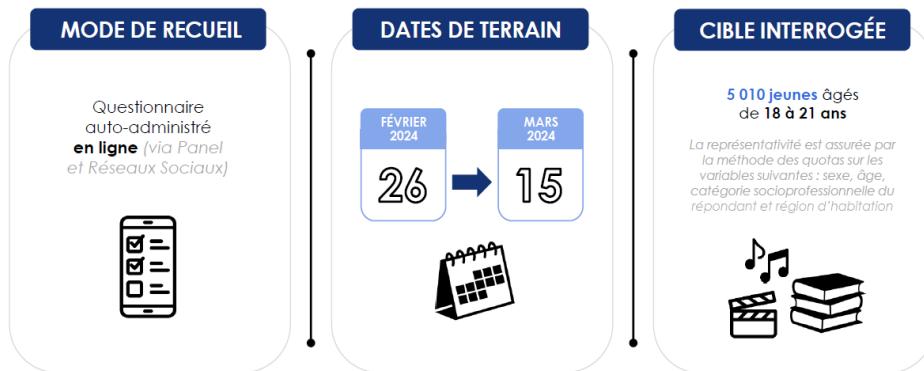
*Note de lecture : Il s'agit de quatre modèles de probabilités linéaires, estimant la probabilité d'avoir effectué la pratique référencée en colonne au cours des douze mois. Sont également pris en compte dans les modèles l'âge, le sexe, le statut professionnel, la taille de la commune de résidence et l'origine sociale. Les coefficients de ces variables ne sont pas affichés pour plus de lisibilité.*

*Les coefficients bêta s'interprètent comme une variation de probabilité par rapport à la situation de référence, elle-même symbolisée par une barre horizontale et une absence de coefficient. Par exemple, le fait d'avoir dépensé 200 € ou plus de son pass, plutôt que 50 € ou moins, augmente la probabilité d'être allé au cinéma de 0,07 à situation sociodémographique égale.*

**Annexe n° 5 : résultats du sondage de l’Institut  
CSA commandé par la Cour et l’IGAC**



**Méthodologie**



# PREMIÈRE PARTIE



sa



**En moyenne, au cours d'une année, les jeunes réalisent douze différents types d'activités culturelles...**

A1-1/2/3 RECAP. Parmi la liste d'activités culturelles suivantes, lesquelles avez-vous pratiqué durant les 12 derniers mois ?  
Base : A tous (n=5010) – Plusieurs réponses possibles

**EN MOYENNE LES JEUNES ONT PRATIQUÉ**

**11.9**

Parent >BAC : 12.9 / Parent <BAC : 10.6  
Femmes : 12.6 / Hommes : 11.3

**ACTIVITÉS CULTURELLES**

au cours des 12 derniers mois



5

**Ils sont tous très friands de musiques, de films, de vidéos sur Internet, de réseaux sociaux et de jeux vidéo...**

A1-1. Parmi la liste d'activités culturelles suivantes, lesquelles avez-vous pratiqué durant les 12 derniers mois ?  
Base : A tous (n=5010) – Plusieurs réponses possibles

Écouter de la musique

89%

Regarder des films ou des séries

88%

Regarder des vidéos sur internet

87%

Utiliser les réseaux sociaux

87%

Jouer aux jeux vidéo

80% Hommes : 86%

Jouer à des jeux de société, aux cartes, des jeux de chiffres ou de lettres, des jeux de plateau

73% Parent >BAC : 80% Femmes : 79%



Regarder la télévision/des programmes télévisés en direct ou en replay

68% Femmes : 74%

Écouter la radio

52%

Écouter un podcast

37% Parent >BAC : 45%

NOMBRE MOYEN D'ACTIVITÉS  
6.7



Aucune des activités citées

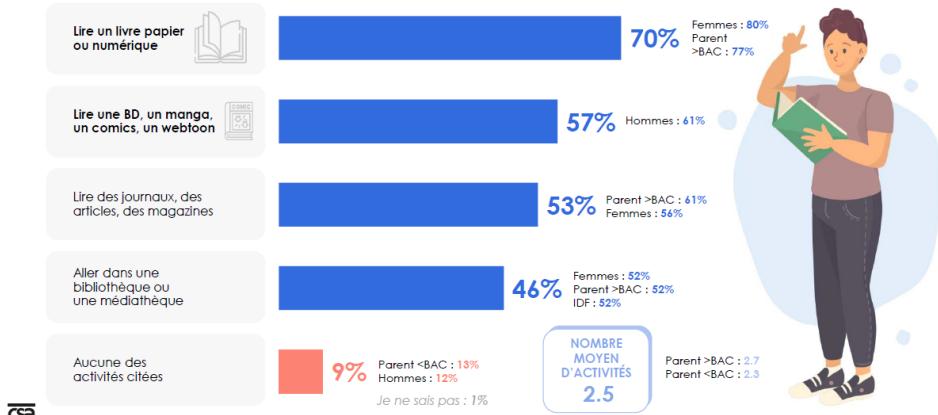
0%

Parent >BAC : 7.0 / Parent <BAC : 6.2  
Femmes : 6.9 / Hommes : 6.4

6

## Ils sont aussi nombreux à pratiquer la lecture, qu'elle soit littéraire, illustrée ou bien informative...

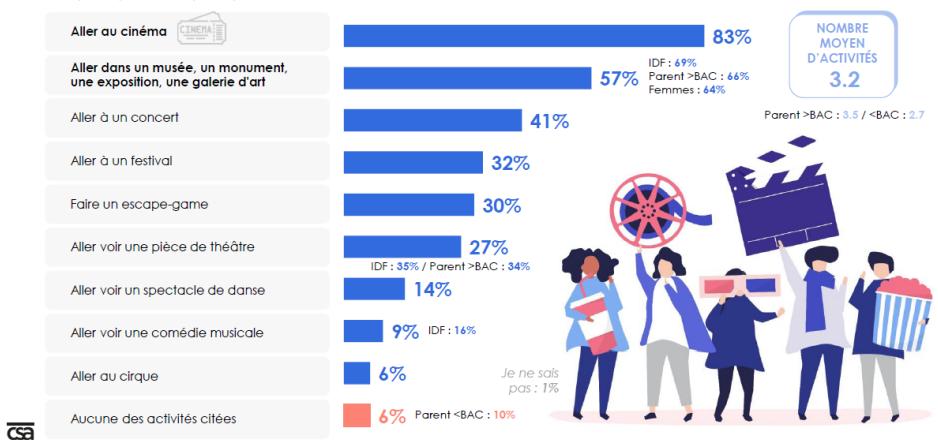
A1-2. Et parmi cette seconde liste d'activités culturelles, lesquelles avez-vous pratiqué durant les 12 derniers mois ?  
Base : A tous (n=5010) – Plusieurs réponses possibles



7

## Et concernant la visite de lieux culturels, le cinéma arrive très largement en tête, suivi par les musées et expositions

A1-3. Parmi la liste d'activités culturelles suivantes, lesquelles avez-vous pratiqués durant les 12 derniers mois ?  
Base : A tous (n=5010) – Plusieurs réponses possibles



8



## 2. Un pass Culture qui participe aux choix et au financement des activités culturelles

©

### Près de deux tiers des jeunes pratiquent une activité de loisir en amateur...

A2. Actuellement, faites-vous une activité de loisir en amateur (dessin, peinture, musique, chant, vidéo, poterie, photo, danse, théâtre, écriture...) ?  
Base : A tous (n=5010) – Une seule réponse possible

On entend par « loisirs en amateur » toutes les activités pratiquées chez vous ou dans le cadre des clubs, des associations scolaires et/ou universitaires, les comités d'entreprise ou entre amis, en présentiel ou en ligne quel que soit le support (ordinateur, tablette, smartphone...)

**NON  
35%**

Parent <BAC : 40%  
Hommes : 38%



**OUI  
62%**

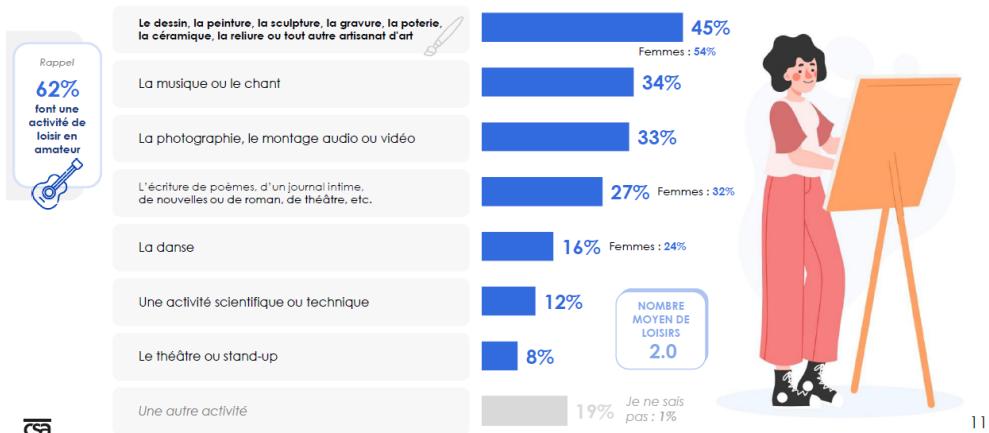
Parent >BAC : 66%  
Femmes : 65%

©

10

## ... principalement une activité artistique comme du dessin, mais aussi de la musique, de la photographie ou de l'écriture

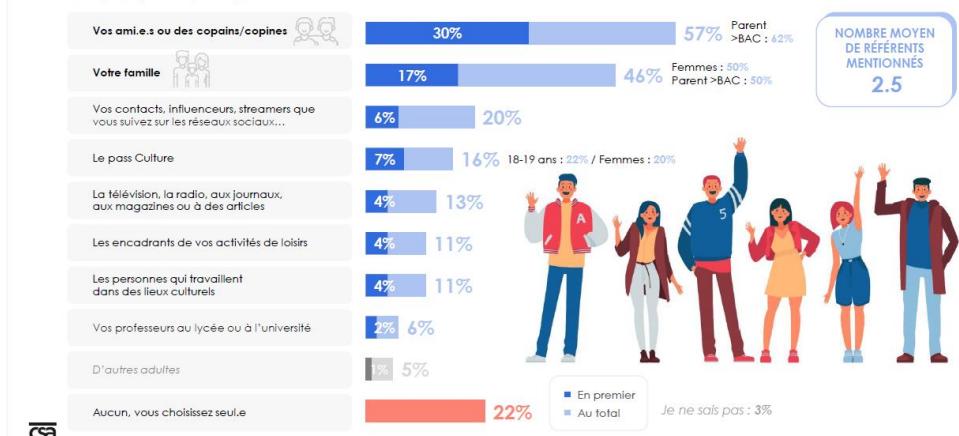
A3. De quel(s) loisirs en amateur s'agit-il ?  
Base : A ceux qui font une activité de loisir en amateur (n=3127) – Plusieurs réponses possibles



11

## Ces loisirs, ils les choisissent grâce aux conseils de leurs amis et de leur famille... le pass Culture se révèle également utile, en second plan

A4. Lorsque vous choisissez vos loisirs, vers qui/quoi vous tournez vous en priorité ? En premier ? Et ensuite ?  
Base : À tous (n=5010) – Trois réponses possibles

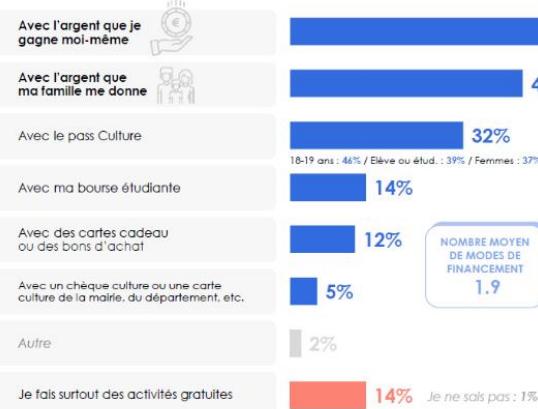


12

## Un tiers des jeunes financent leurs loisirs culturels, au moins en partie, grâce au pass Culture

A5. La plupart du temps, comment financez-vous ces loisirs culturels ?

Base : A tous (n=5010) – Plusieurs réponses possibles



13

## Un tiers des jeunes financent leurs loisirs culturels, au moins en partie, grâce au pass Culture

A5. La plupart du temps, comment financez-vous ces loisirs culturels ?

Base : A tous (n=5010) – Plusieurs réponses possibles



13

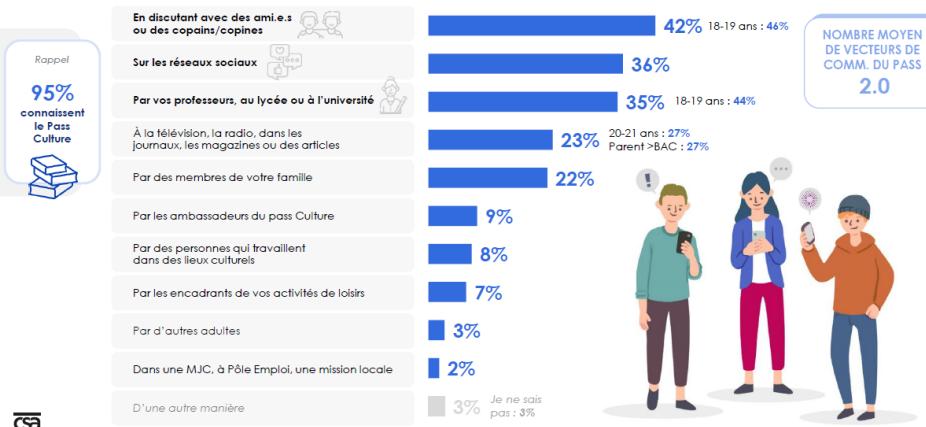


## 1. Une application massivement téléchargée grâce aux amis, aux enseignants et aux réseaux sociaux

CSA

### Les jeunes ont entendu parler du Pass Culture en échangeant avec leurs amis, enseignants ou bien grâce aux Réseaux sociaux

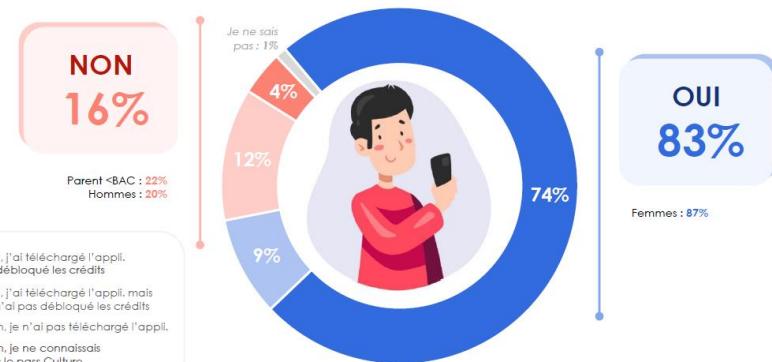
B6. Comment avez-vous entendu parler du Pass Culture ?  
Base : Aux connaisseurs du Pass Culture (n=4732) – Plusieurs réponses possibles



16

### Ainsi, presque tous ont téléchargé l'application...

**B1. Avez-vous téléchargé l'application pass Culture et débloqué les crédits ?**  
 Débloquer les crédits signifie avoir créé un compte pass Culture et avoir communiqué un code Educonnect ou une carte d'identité.  
 Base : A tous (n=5010) – Une seule réponse possible

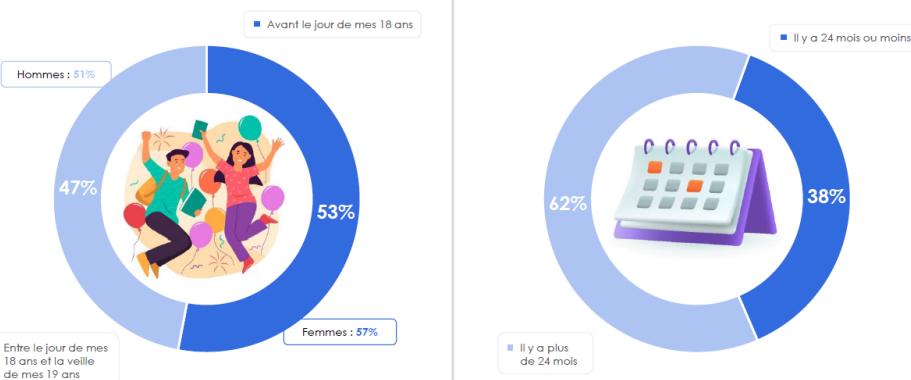


17

### Et une moitié ont débloqué les crédits avant leurs 18 ans

**B2. Quand avez-vous débloqué les crédits du pass Culture ?**  
 Base : A ceux qui ont téléchargé l'application et débloqué les crédits (n=3713)  
 – Une seule réponse possible

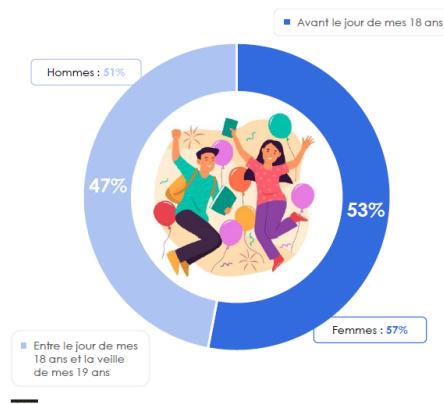
**B2bis. Et plus précisément, avez-vous activé vos crédits... ?**  
 Base : A ceux qui ont débloqué leurs crédits entre le jour de leurs 18 ans et la veille de leurs 19 ans et qui ont 20 ans actuellement (n=684) – Une seule réponse possible



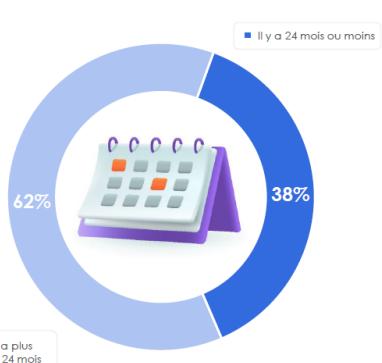
18

## Et une moitié ont débloqué les crédits avant leurs 18 ans

B2. Quand avez-vous débloqué les crédits du pass Culture ?  
Base : A ceux qui ont téléchargé l'application et débloqué les crédits (n=3713)  
- Une seule réponse possible



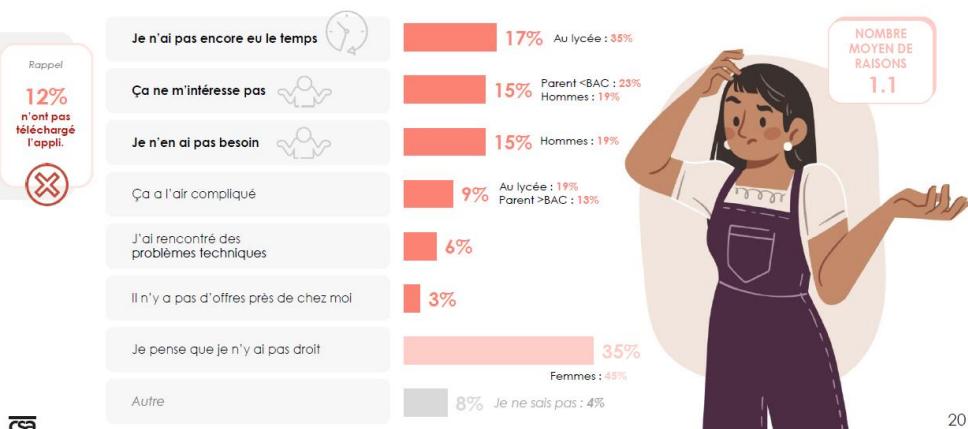
B2bis. Et plus précisément, avez-vous activé vos crédits... ?  
Base : A ceux qui ont débloqué leurs crédits entre le jour de leurs 18 ans et la veille de leurs 19 ans et qui ont 20 ans actuellement (n=684) – Une seule réponse possible



18

## Et pour les jeunes n'ayant même pas téléchargé l'application, c'est simplement par manque d'informations !

C2. Pourquoi n'avez-vous pas téléchargé l'application pass Culture ?  
Base : A ceux qui n'ont pas téléchargé l'application (n=598) – Plusieurs réponses possibles

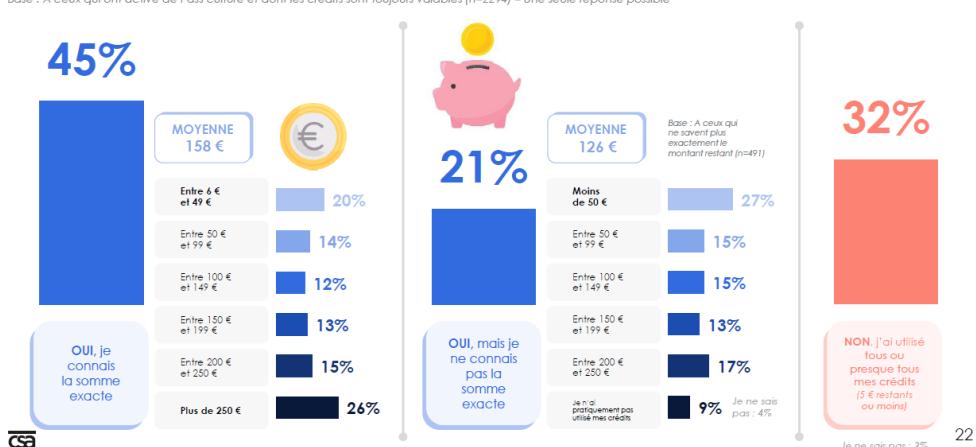


20



### Actuellement, deux tiers des jeunes possèdent encore du crédit sur l'application Pass Culture...

B3. Sur les 300 € crédités à vos 18 ans, avez-vous encore des crédits sur l'application Pass Culture ? B3BIS. Parmi ces tranches, combien de crédits vous reste-t-il ?  
Base : A ceux qui ont activé la Pass culture et dont les crédits sont toujours valables (n=2294) – Une seule réponse possible



**Qu'en est-il pour ceux dont les crédits ne sont plus valables ? Pour la plupart, il ne restait plus rien...**



84. Au bout des 24 mois, avez-vous utilisé les 300 € de crédits ?  
Base : A ceux qui ont activé le Pass culture mais dont les crédits ne sont plus valables à ce jour (n=1420) – Une seule réponse possible

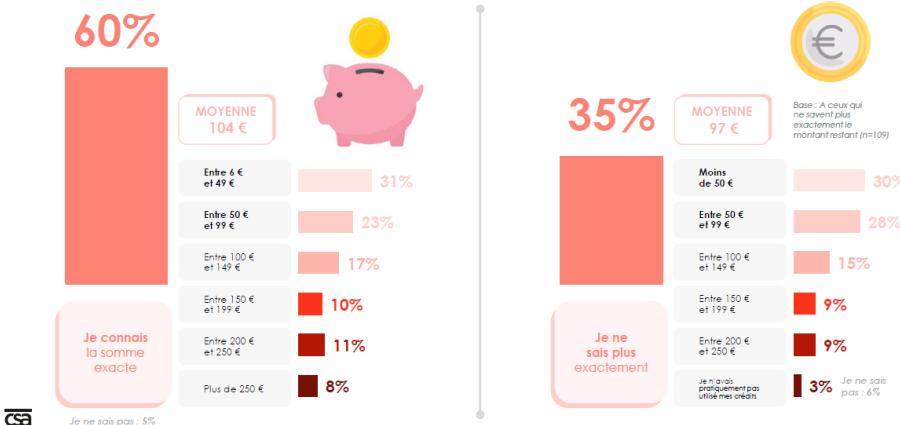


23

**Pour ceux à qui il restait des crédits, la moyenne s'élève à un tiers de la somme totale**



85. Combien de crédits vous restaient-ils sur le pass Culture au bout des 24 mois ? BSBIS. Parmi ces tranches, combien de crédits vous restait-il au bout des 24 mois ?  
Base : A ceux qui n'avaient pas utilisé tous leurs crédits au bout des 24 mois (n=312) – Une seule réponse possible



24

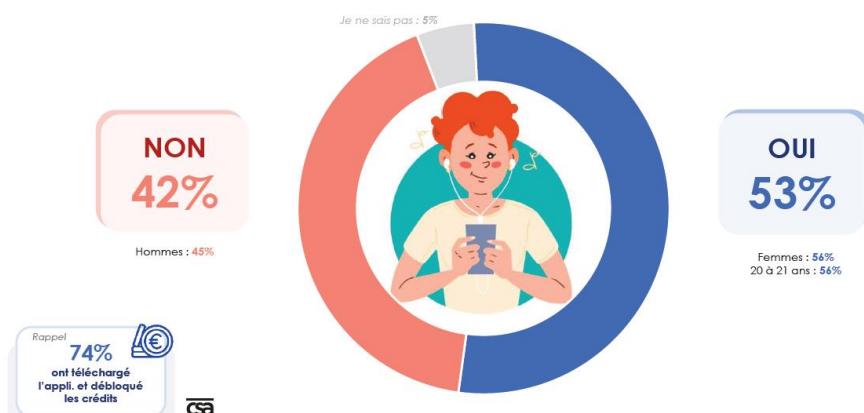


CSA

### 3. Un pass Culture qui participe à élargir les horizons culturels de nombreux jeunes

#### Une moitié des jeunes déclarent avoir fait de nouvelles découvertes culturelles avec le pass Culture...

B7. Avec le pass Culture, pensez-vous avoir découvert des loisirs culturels, des artistes (chanteurs, musiciens, comédiens...), des genres de livres, de BD, de films, de séries, de musiques, de jeux vidéo, de spectacles, des journaux, des émissions à la télévision ou à la radio ou tout autre chose que vous ne connaissiez pas auparavant ?  
Base : A ceux qui ont téléchargé l'application et débloqué les crédits (n=3713) – Une seule réponse possible

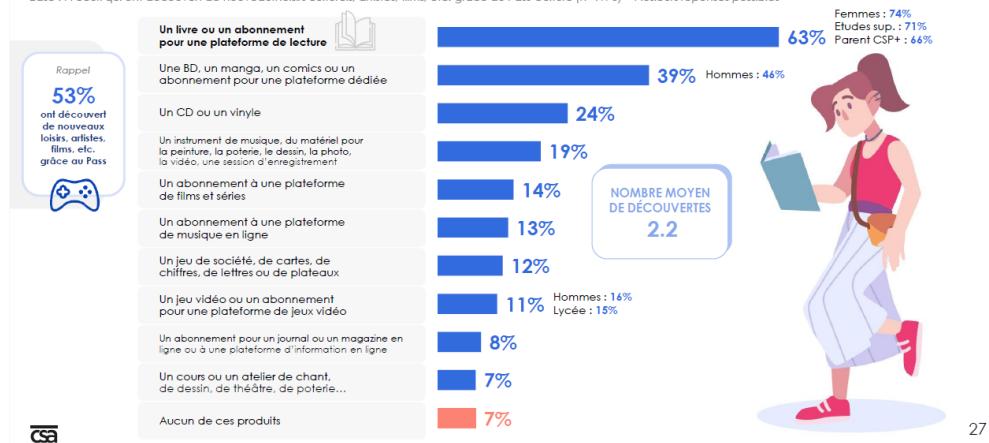


26

## ...et c'est avant tout leur culture livresque qui s'est élargie

B8. Les découvertes que vous avez pu faire grâce au pass Culture vous ont-elles amené à acheter...

Base : A ceux qui ont découvert de nouveaux loisirs culturels, artistes, films, etc. grâce au Pass Culture (n=1973) – Plusieurs réponses possibles

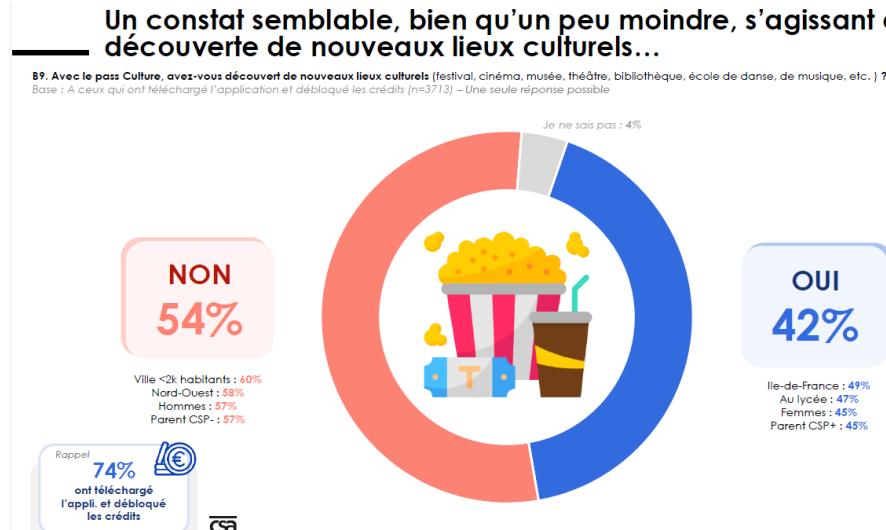


27

## Un constat semblable, bien qu'un peu moindre, s'agissant de la découverte de nouveaux lieux culturels...

B9. Avec le pass Culture, avez-vous découvert de nouveaux lieux culturels (festival, cinéma, musée, théâtre, bibliothèque, école de danse, de musique, etc.) ?

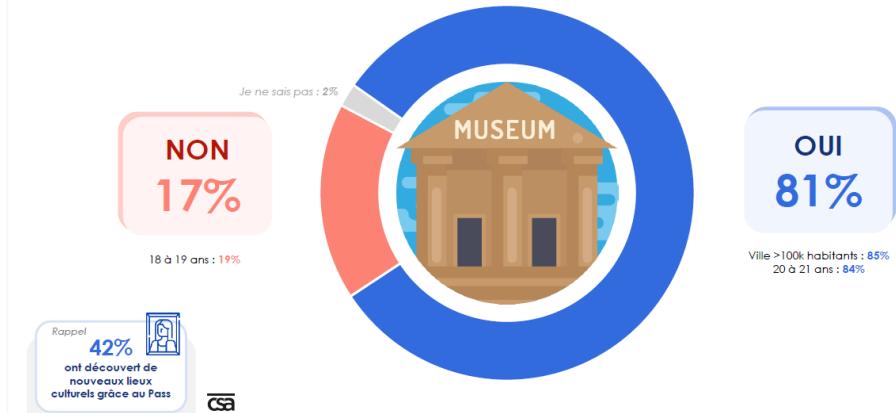
Base : A ceux qui ont téléchargé l'application et débloqué les crédits (n=3713) – Une seule réponse possible



28

### ...des découvertes suivies d'effets !

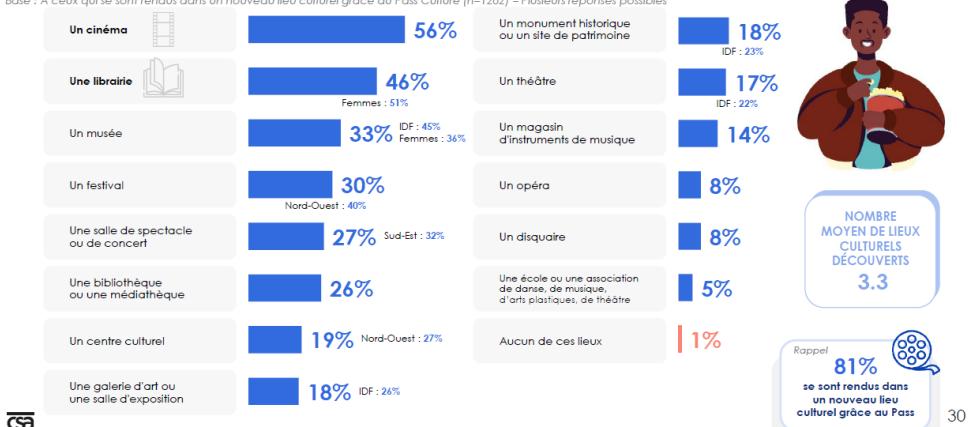
B10. Vous êtes-vous rendu dans au moins un des lieux culturels que vous avez découverts grâce au pass Culture (ex : une librairie, un magasin d'instruments de musique...) ?  
Base : A ceux qui ont découvert de nouveaux lieux culturels grâce au Pass Culture (n=1555) – Une seule réponse possible



29

Les jeunes ayant découvert de nouveaux lieux culturels grâce au pass Culture ont ainsi pu se rendre dans un cinéma, une librairie ou encore un musée ou un festival...

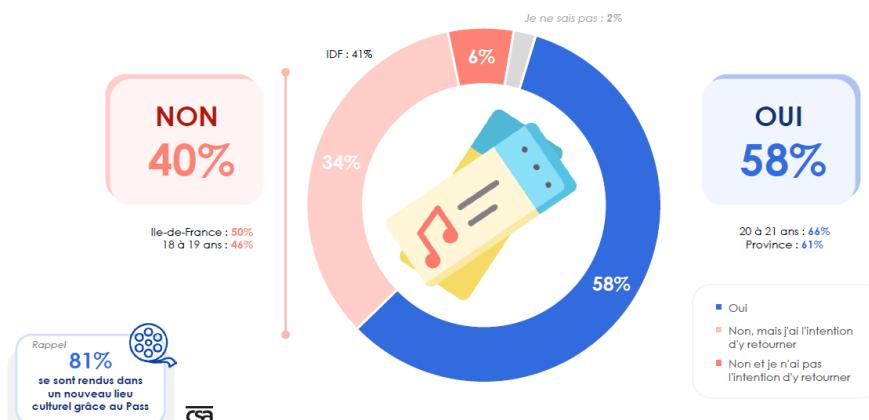
B11. Et plus précisément, les découvertes que vous avez pu faire grâce au pass Culture vous ont-elles amené à vous rendre dans...  
Base : A ceux qui se sont rendus dans un nouveau lieu culturel grâce au Pass Culture (n=1262) – Plusieurs réponses possibles



30

## ...des effets durables : ces lieux ont été revisités par plus de la moitié, sans même l'utilisation de leur Pass Culture...

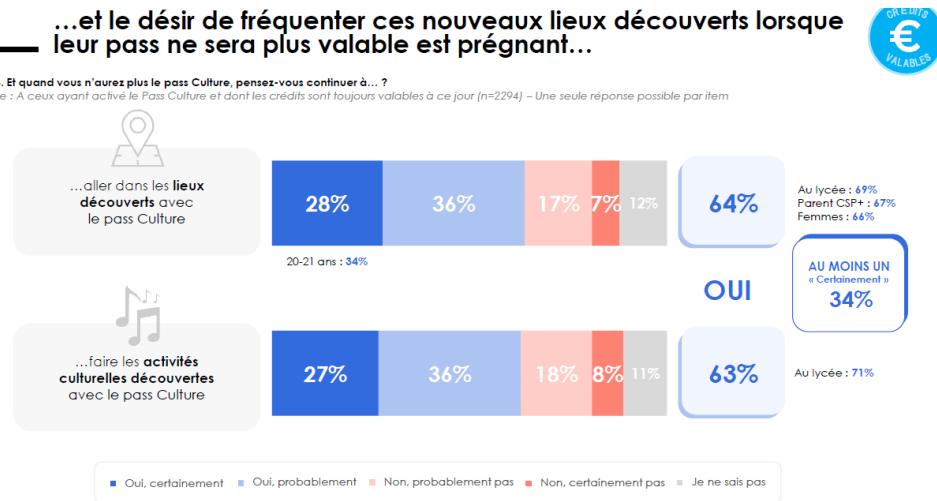
B12. Êtes-vous retourné.e dans ce(s) lieu(x) culturel(s) sans votre pass Culture ?  
Base : A ceux qui se sont rendus dans un nouveau lieu culturel grâce au Pass Culture (n=1262) – Une seule réponse possible



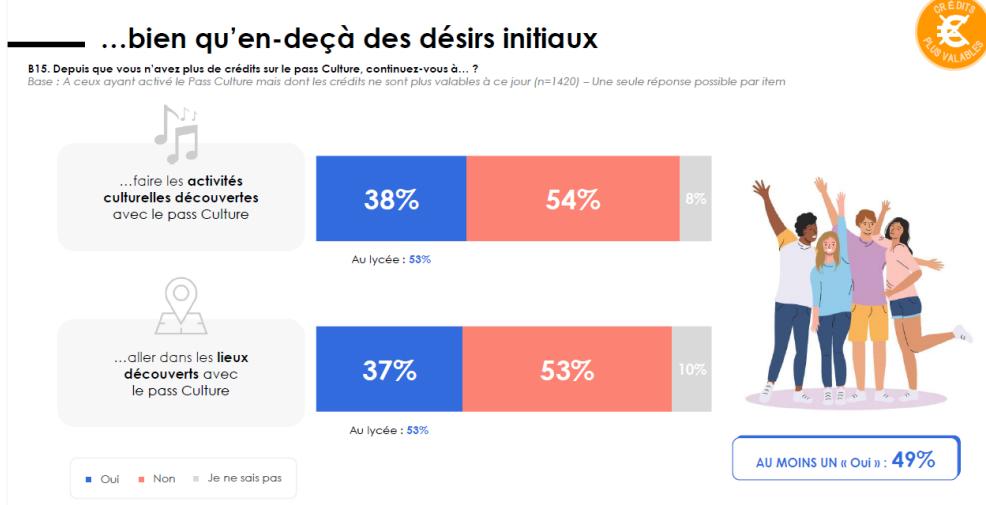
31

## ...et le désir de fréquenter ces nouveaux lieux découverts lorsque leur pass ne sera plus valable est prégnant...

B14. Et quand vous n'aurez plus le pass Culture, pensez-vous continuer à... ?  
Base : A ceux ayant activé le Pass Culture et dont les crédits sont toujours valables à ce jour (n=2294) – Une seule réponse possible par item



32



33

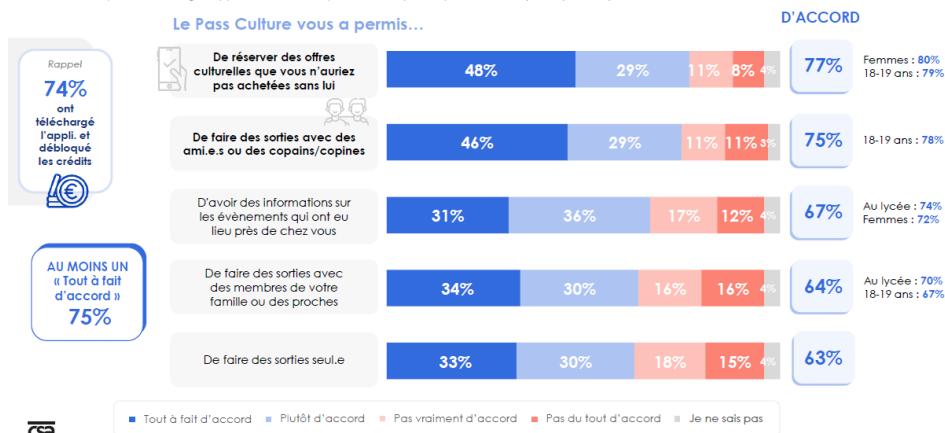


**4. Une grande satisfaction du Pass, mais une utilisation éphémère de l'application**

34

## Le Pass Culture a activé l'envie à trois quarts des jeunes de sortir, de s'informer et d'accéder à des offres culturelles

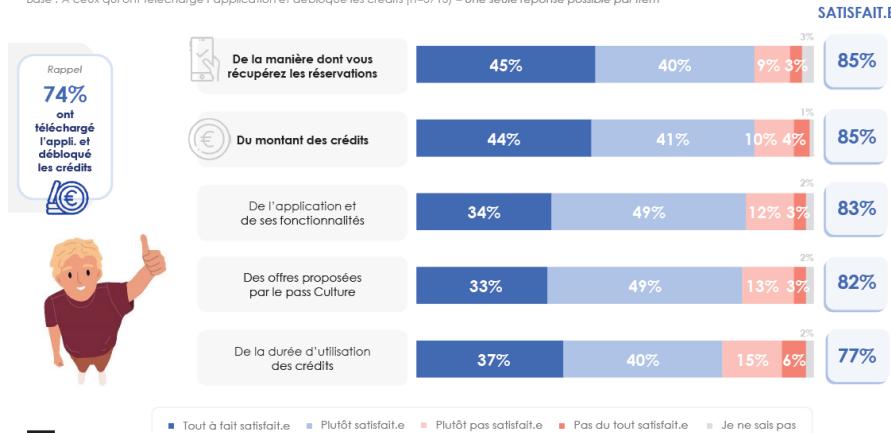
B13. Diriez-vous que vous êtes d'accord ou non avec chacune des affirmations suivantes ?  
Base : A ceux qui ont téléchargé l'application et débloqué les crédits (n=3713) – Une seule réponse possible par item



35

## Ils sont d'ailleurs satisfaits de toutes les facettes du Pass !

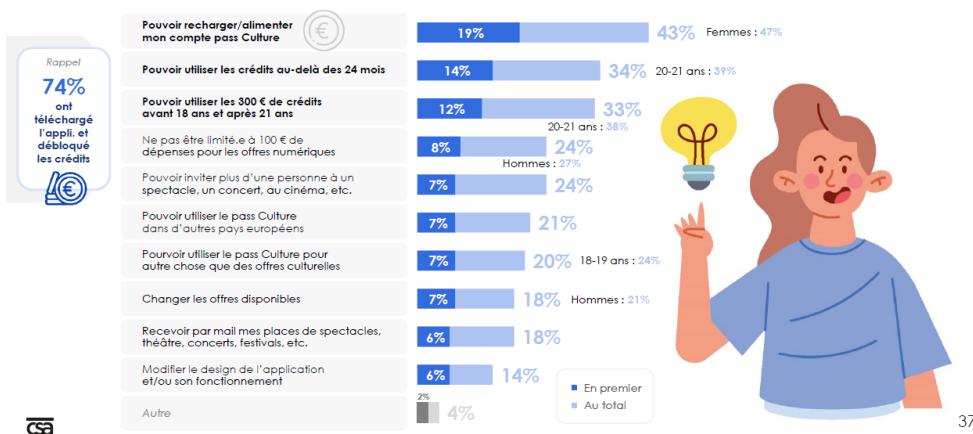
B16. Globalement, êtes-vous satisfait.e... ?  
Base : A ceux qui ont téléchargé l'application et débloqué les crédits (n=3713) – Une seule réponse possible par item



36

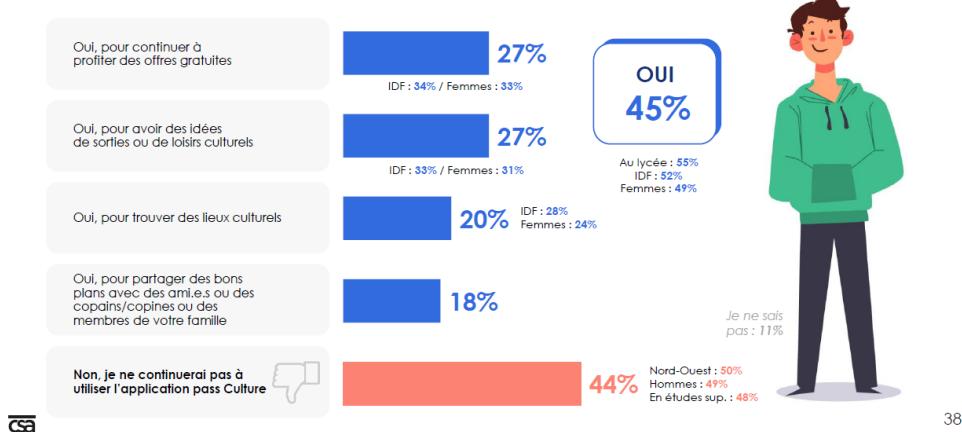
## Même s'ils aimeraient pouvoir recharger eux-mêmes leur Pass et prolonger la durée d'utilisation des crédits

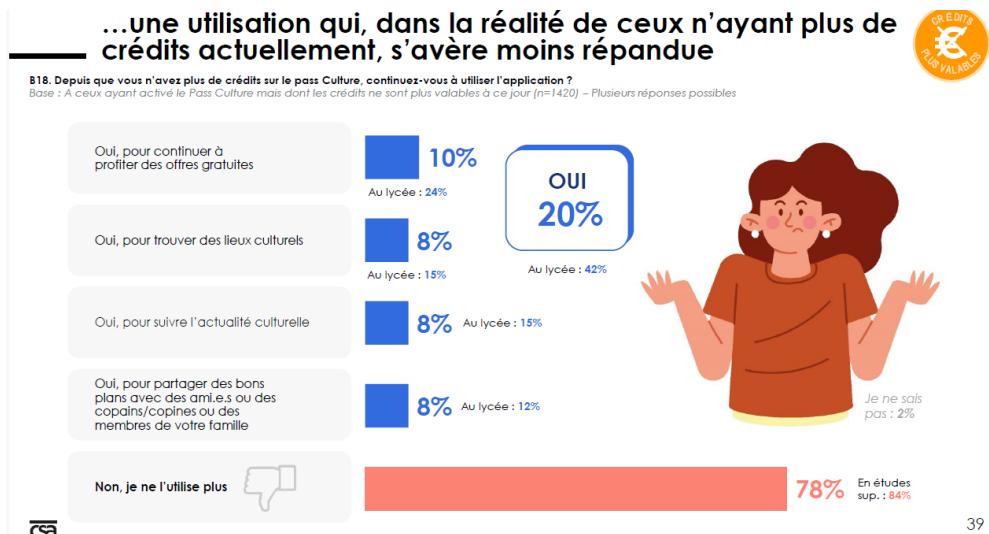
B19. Parmi les propositions suivantes, que changeriez-vous en priorité au pass Culture ? En premier ? Et ensuite ?  
Base : A ceux qui ont téléchargé l'application et débloqué les crédits (n=3713) – Trois réponses possibles



## Quant à l'utilisation de l'application une fois les crédits dépensés, près de la moitié pense s'y référer encore...

B17. Quand vous n'aurez plus de crédits sur le pass Culture, pensez-vous continuer à utiliser l'application ?  
Base : A ceux ayant activé le Pass Culture et dont les crédits sont toujours valables à ce jour (n=2294) – Plusieurs réponses possibles

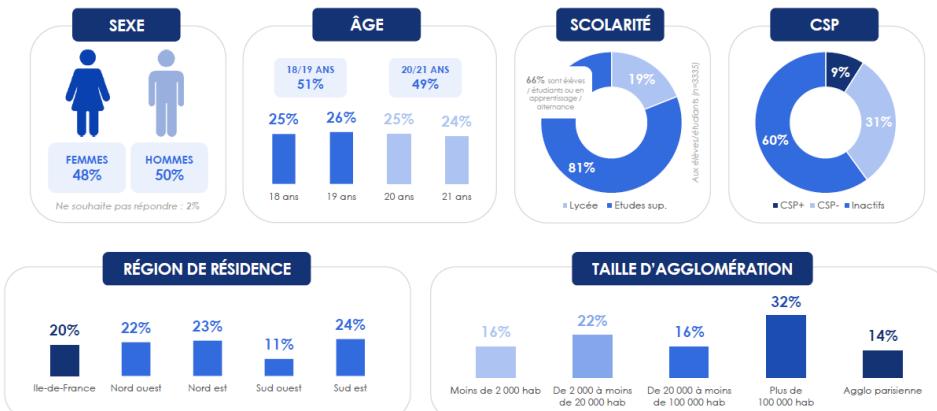




39

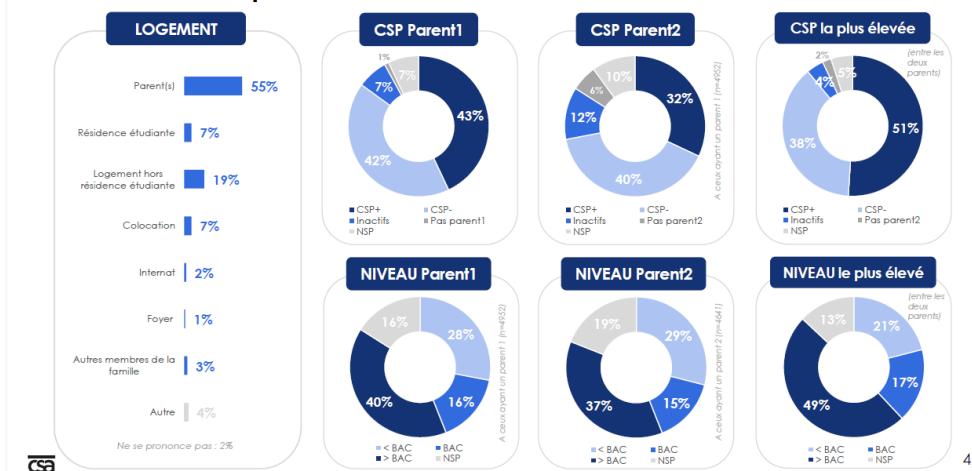


## — Profil des répondants 1/2



41

## — Profil des répondants 2/2



42



©

