

## CULTURE

### Dans les coulisses du Pass culture

*A partir du 1er février, 10 000 jeunes testent la nouvelle application qui propose des offres culturelles de proximité. Cet outil, qui subventionne la demande, suscite des débats.*

« Nous ne savons pas si les jeunes seront cigales ou fourmis dans leurs dépenses, monomaniaques ou éclectiques dans leurs choix. » A la veille du lancement, vendredi 1er février, de la première phase d'expérimentation du Pass culture, Déborah Münzer ne cache pas les inconnues qui entourent l'utilisation de cette nouvelle application géolocalisée, qui propose pour la première fois aux jeunes de 18 ans des offres culturelles de proximité à hauteur de 500 euros.

Conseillère chargée du dossier au sein du cabinet du ministre de la culture Franck Riester, cette ex-présidente de la Fédération nationale des collectivités territoriales pour la culture (FNCC) joue la carte de l'humilité : « Nous n'avons pas la science infuse sur le futur comportement des utilisateurs et nous ajusterons le curseur en fonction des résultats. »

Pour mener à bien ce « chantier prioritaire » de la politique culturelle macronienne, promis lors la campagne électorale, une vingtaine de développeurs et chargés de mission territoriaux – tous trentenaires ou à peine – ont été recrutés depuis plusieurs mois au sein de la start-up d'Etat Pass culture. Installés dans les locaux du ministère, les premiers construisent, codent et maquent ce « GPS de la culture » et son portail professionnel ; les seconds démarchent les « offreurs » (librairies, salles de spectacle, musées, associations, etc.) au sein des cinq départements choisis pour l'expérimentation.

Dans le Finistère, le Bas-Rhin, l'Hérault, en Seine-Saint-Denis et en Guyane, dix mille jeunes volontaires âgés de 18 ans vont tester, en situation réelle, ce nouveau Pass.

« Les jeunes s'impatientent », témoigne Laurène Taravella, l'une des chargées de mission pour le Bas-Rhin où 150 acteurs culturels participent à l'opération. « Les offreurs nous posent surtout des questions techniques : comment entrer les informations sur la plate-forme, comment les utilisateurs du Pass les trouveront », rapporte Cécile Compérat, chargée de mission pour l'Hérault.

#### « Pas un chèque-cadeau »

« Tout a été créé de zéro avec cette équipe Rue de Valois », explique le chef de produit Romain Delassus. « Le plus compliqué,

constate ce jeune ingénieur des mines, est de s'adresser, d'un côté, à tous les acteurs culturels – du prof de guitare indépendant aux réseaux de cinéma en passant par les librairies – et de l'autre à une génération rompue aux usages numériques. »

Pour éviter l'écueil de l'annuaire de sites Internet, cette plate-forme de mise en relation table sur une ergonomie façon Tinder et un design coloré. Pour chaque offre : une image, un prix et une distance. Au jeune de « cliquer » ou pas, selon ses goûts, sur les propositions. Derrière les verbes « applaudir », « écouter », « jouer », « lire », « pratiquer », « regarder », « rencontrer », l'utilisateur pourra réserver un concert, s'inscrire à un cours de danse, s'acheter un livre, voir une exposition, s'abonner à une plate-forme numérique, etc.

« Le Pass culture est un levier des politiques culturelles territoriales pour toucher davantage de public et participe à l'émancipation et à l'autonomie du jeune », insistent Déborah Münzer et Eric Garandeau, directeur du projet, pressenti comme président exécutif de la future société coopérative d'intérêt collectif (SCIC) du Pass culture qui regroupera, à terme, une cinquantaine de personnes.

Dans chaque département concerné, des réunions ont été organisées par les directions régionales des affaires culturelles (DRAC), et des chargés de mission ont sillonné les routes pour convaincre les acteurs culturels.

Au total quelque 900 offreurs vont participer à l'expérimentation. « Les plus difficiles à toucher sont les associations, constate Déborah Münzer. Et nous avons rencontré quelques résistances idéologiques. » En parlant de « révolution », Françoise Nyssen, l'ancienne locataire de la Rue de Valois, exagérerait à peine. En développant une nouvelle politique publique qui subventionne non plus l'offre mais la demande, le Pass culture bouscule considérablement le rôle dévolu au ministère de la culture depuis André Malraux.

#### « Encourager la curiosité culturelle »

« Pour favoriser la diversité et encourager la curiosité culturelle », certaines offres feront l'objet de plafonds de dépenses : ainsi les achats en ligne (abonnement à Deezer, Canalplay...) seront limités à 200 euros

pour réduire l'importance des poids lourds du numérique, et les biens culturels (CD, livres, DVD, instruments de musique, etc.) également à 200 euros (et non 100 euros comme envisagé auparavant). En revanche, les sorties (théâtre, concerts, musées, etc.) et les pratiques artistiques (stages, ateliers ou cours de dessin, de musique, etc.) ne seront pas plafonnées.

« Le Pass culture doit compléter et prolonger le parcours d'éducation artistique et culturelle scolaire et les actions de médiation culturelle menées au niveau local », souligne Franck Riester comme pour anticiper les critiques sur ce « libre-service ».

Pour l'heure, l'algorithme censé orienter l'utilisateur vers des propositions culturelles qui l'éloignent de sa zone de confort et de son horizon habituel n'est pas opérationnel. « Lors de l'expérimentation, le critère principal sera celui de la proximité », précise M. Garandeau.

A partir du 1er février, les dix mille jeunes volontaires doivent transmettre leurs justificatifs d'identité et de domicile et pourront activer l'application aux alentours du 15 février. Ils seront aussi invités à répondre à un questionnaire sur leur pratique artistique et culturelle. Aucune coordonnée bancaire ne sera nécessaire, les 500 euros étant « embarqués » virtuellement dans le Pass. Une manière de limiter les risques de détournements et de reventes. « Contrairement à ce qui avait été tenté en Italie, le Pass culture n'est pas un chèque-cadeau », précise Eric Garandeau.

#### Une enveloppe de 34 millions d'euros

Le ministère se donne deux ans pour développer l'expérimentation. « Nous allons travailler étape par étape », fait valoir Déborah Münzer. Une deuxième phase sera lancée cet été. « Nous allons ouvrir l'expérimentation à des territoires volontaires, comme Avignon et son agglomération par exemple, dans lesquels tous les jeunes de 18 ans seront concernés, dit-elle. L'objectif est de parvenir à 200 000 jeunes fin 2020. Si nous y arrivons avec de bons résultats, alors nous pourrions généraliser. »

A terme, le Pass culture pourrait être un outil utilisé par tous les Français, sans argent à la clé (le crédit de 500 euros étant réservé aux jeunes le jour de leur dix-huitième anni-

versaire). Ce serait alors comme un Pariscope ou un Allociné pour la culture en France.

« Imaginez : vous êtes invité à un mariage à La Rochelle un samedi soir mais ne repartez par le train que le dimanche à 17 heures. Vous pourrez alors consulter l'application pour connaître tout ce qui s'offre à vous en matière de culture dans cette ville pour occuper votre week-end », s'emballe la conseillère du ministre. « A nous de faire d'une innovation technologique une entreprise et un succès culturels, pour permettre demain à chacun d'y avoir accès. Nous pourrons alors dire que nous avons créé un

nouveau service universel de la culture, de portée équivalente, qui sait, à l'invention de la télévision publique... », ose Franck Riester.

On en est encore très loin. Au-delà de l'utilisation qu'en feront les jeunes, se pose l'épineuse question du financement. Le projet de loi de finances (PLF) de 2019 prévoit une enveloppe de 34 millions d'euros pour le Pass culture. « Au-delà de 20 000 euros mensuels de remboursement à un offreur, nous négocierons par palier », indique Eric Garandea.

Pour la suite, tout va dépendre des partenaires privés et de la hauteur de leur

engagement, car l'Etat entend limiter à 100 millions d'euros par an son investissement dans le Pass culture. L'essentiel sera financé par des gratuités négociées avec les grands offreurs, qui gagneront en échange l'espoir de recruter de futurs abonnés parmi les quelque 800 000 jeunes qui ont chaque année 18 ans.

Comment les 10 000 jeunes volontaires vont-ils dépenser leurs 500 euros ? Pour le département statistiques du ministère de la culture, cette expérimentation sera une occasion en or pour découvrir les appétences culturelles de cette génération.

Sandrine Blanchard