

BONNES PRATIQUES

pour **créer et diffuser** des offres sur le pass Culture

Juillet 2023

PRO **pass
Culture**



L'espace pass Culture des **acteurs culturels**

Sommaire

01. À propos du pass Culture	p.2
02. L'audience du pass Culture	p.3
03. Publier son offre, nos conseils	p.4-11
04. Co-construire son offre: créer des propositions sur mesure	p.12-16
05. Étude de cas: le Fresnoy et le pass Culture	p.17
06. Étude de cas: le festival Poulpaphone	p.18
07. Zoom sur les canaux	p.19 - 24
08. Contacts	p.25

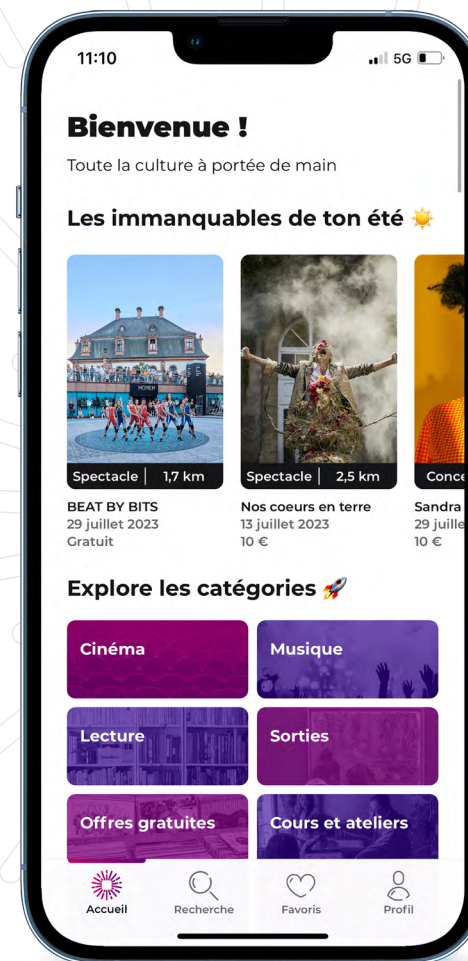
À propos du pass Culture

Le pass Culture est un dispositif gouvernemental généralisé en 2021 qui a pour but de **renforcer et diversifier les pratiques culturelles des jeunes de 15 à 20 ans**.

Les utilisateurs bénéficient d'un montant crédité annuellement sur une application gratuite et géolocalisée afin de découvrir les lieux culturels autour de chez eux (cinémas, théâtres, salles de spectacles, musées...), de s'initier à de nouvelles pratiques artistiques et de profiter d'offres en ligne.

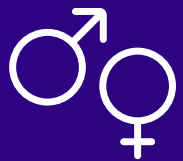
En parallèle, un volet collectif est directement attribué aux établissements scolaires. Chaque classe, de la 6^e à la terminale, se voit allouer un montant par élève, destiné à financer des activités d'éducation artistique et culturelle effectuées en groupes et encadrées par les professeurs.

Ce dossier pratique a été pensé pour vous guider dans la conception, la mise en ligne et la diffusion de vos offres sur le pass Culture.



L'audience du pass Culture: en savoir plus sur les jeunes bénéficiaires

Plus de 3 millions* de bénéficiaires âgés de 15 à 20 ans.



Répartition hommes/femmes

53 %
de femmes

46 %
d'hommes



Répartition géographique**

69,51 %
publics urbains

30,49 %
publics ruraux



Statut ***

58 %
de lycéens

27 %
d'étudiants

*Données arrêtées au mois de juin 2023

**Sur la base de données renseignées lors de l'inscription

***Autres statut : alternant, collégien, employé...

PUBLIER SON OFFRE

Nos conseils pour référencer et optimiser vos offres sur le pass Culture



Mettre en avant votre lieu

Votre page lieu est votre première vitrine sur l'application ! Cette page contient vos offres, une description ainsi que des informations sur les modalités de retrait de vos offres. Elle a été pensée pour renforcer la visibilité de vos lieux et aider les jeunes à découvrir les propositions culturelles autour de chez eux.

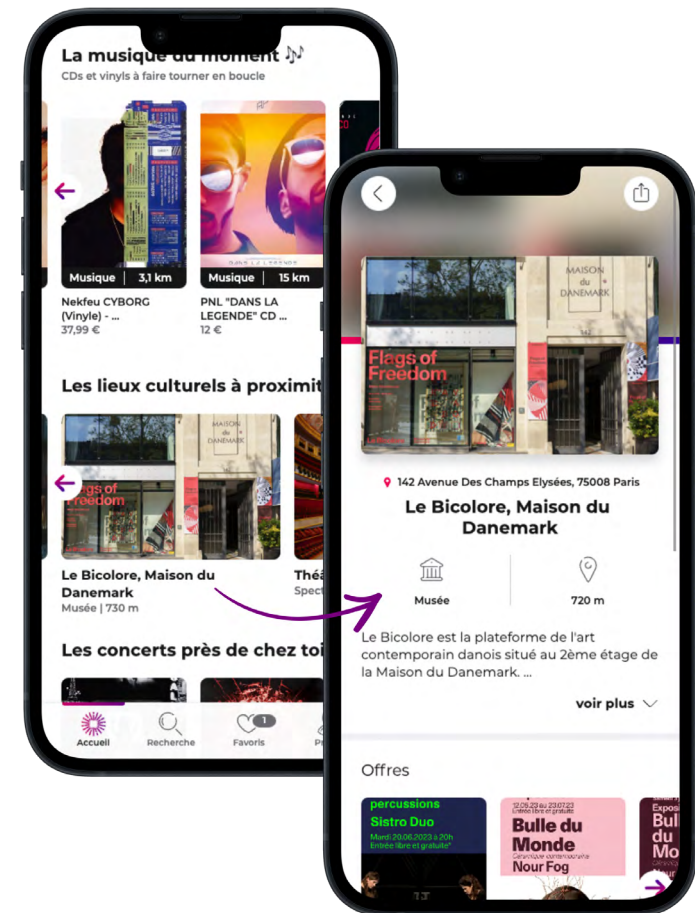
Nos conseils:



Soignez la description de votre lieu



Pensez à ajouter une image attractive : photo de votre lieu ou de vos événements, celle-ci doit pouvoir donner envie aux jeunes de découvrir vos offres !*



*L'ajout d'une image à un lieu n'est possible que pour les lieux dit "permanents" appartenant à la structure inscrite sur le pass Culture

Création d'une offre

Textes et descriptifs

Titre de l'offre

- > **Préférez les titres courts**, simples et percutants, si possible en dessous de 40 caractères.
- > **Préférez les titres des offres en minuscule** avec une majuscule au début du titre.
- > **Quand c'est possible, il est conseillé de mettre en valeur les mots ou les noms** qui sont connus et bien identifiés par les jeunes.
- > **Les premiers mots doivent être les plus importants** : exemple, préférez *Yelle en concert* que *Concert de Yelle*.

Description de l'offre

- > **Adaptez le discours**: n'hésitez pas à rédiger vos offres en adaptant le discours au public des 15 à 20 ans. Utilisez le tutoiement, valorisez les éléments originaux de l'offre.
- > **Explicitez les thèmes de l'offre**: annoncez en détail les thèmes abordés pour que les utilisateurs sachent à quoi s'attendre.
- > **Évitez les propos trop conceptuels**: utilisez des termes clairs et percutants qui donnent envie aux jeunes de découvrir l'événement.

Création d'une offre

Visuels

Proposez un visuel attractif et coloré, qui donne envie aux jeunes d'en savoir plus.

Nous conseillons une image avec du texte ou un logo afin que les jeunes puissent rapidement identifier de quoi parle l'offre. Cela peut être une couverture de livre, une affiche d'événement ou de festival, ou simplement une image avec un titre. Pour les offres d'événements, ou festivals avec plusieurs dates, nous vous conseillons d'utiliser un visuel différent pour chaque offre.



À propos du format:

Pour être sûr que votre visuel ait un bon rendu sur l'application, nous vous conseillons le format suivant: 16/9, avec une largeur minimale de 400px.

Quelques outils utiles

Voici quelques ressources utiles et gratuites pour créer et optimiser les visuels de vos offres sur l'application.

Redimensionner, modifier un visuel ...



Canva



Paint



Genial.ly

Banques d'images libres de droit



Unsplash



Pixabay



Pexels



Shutterstock

Gestion des événements

Les modalités de retrait sont le début de l'accueil des jeunes !

Lors de la création de votre événement, il est indispensable d'indiquer toutes les informations nécessaires au retrait des billets: méthode d'envoi, horaire d'accès, délai d'accès ... Vous pouvez envoyer directement les billets aux jeunes par e-mail, ou indiquer qu'ils sont à retirer sur place.

Rappel

Nos utilisateurs sont âgés de 15 à 20 ans, et il s'agit pour certains de leur toute première sortie en autonomie. Pour cette raison, nous vous invitons à être très précis dans les informations que vous inscrirez au sujet des modalités de retrait.

Comment les billets, places seront-ils transmis ?

- Évènement sans billet
- Envoi par email
- Retrait sur place (guichet, comptoir...)

Informations de retrait

Optionnel

0/500



À SAVOIR

Indiquez ici tout ce qui peut être utile au bénéficiaire pour le retrait de l'offre. En renseignant ces informations depuis votre page lieu, elles s'appliqueront par défaut à toutes vos offres.

[En savoir plus](#)



Bon à savoir

Les jeunes qui réservent des événements reçoivent un rappel automatisé de la part du pass Culture à J-1 de l'événement.

Ces messages comportent un rappel des modalités de retrait qui sont indiquées dans votre offre.

Les modalités de retrait peuvent être modifiées ultérieurement, un mail automatique sera alors transmis aux jeunes.

À propos de la synchronisation des stocks

La synchronisation de vos stocks sur le pass Culture permet de recenser et mettre à jour automatiquement vos stocks. Elle peut être gérée directement depuis le portail Pro et être supprimée, temporairement suspendue, ou mise à jour à tout moment.



Librairies

Vous avez la possibilité de synchroniser vos stocks et vos offres sur votre espace professionnel **si vous utilisez un de nos fournisseurs partenaires :**

Librisoft
Titelive Stocks
Leslibraires.fr
TMIC-Ellipses
Praxiel
CDI-Bookshop
Decitre
FNAC
Place des libraires
G-Stock

——> [Tout savoir sur la synchronisation en librairie](#)



Cinémas

Vous pouvez synchroniser vos séances de cinéma **automatiquement** grâce aux gestionnaires :

Allociné
Ciné Office
Boost

——> [Tout savoir la synchronisation cinéma](#)

CO-CONSTRUIRE SON OFFRE

Nos conseils pour créer des propositions sur mesure pour les jeunes de 15 à 20 ans



Événements exclusifs et co-construction culturelle

Les jeunes sont curieux de découvrir des nouveaux formats de visites !

Ouvertures nocturnes, escape-games, visites des coulisses... les données de réservation du pass Culture montrent que les jeunes sont friands d'expériences inédites ou insolites dans vos lieux. N'hésitez pas à expérimenter avec des nouveaux formats afin d'attirer et de fidéliser cette audience !

—> En plus de proposer votre programmation habituelle sur le pass Culture, vous pouvez co-construire des événements exclusifs avec le pass Culture. En fonction de la nature de votre programmation, ces opérations spéciales peuvent prendre la forme de visites, de rencontres, d'ateliers, de privatisation d'espaces... ou de tout autre format que vous souhaitez imaginer avec nous !

Nos équipes sont disponibles pour travailler avec vous sur la conception puis sur la valorisation de vos offres exclusives afin qu'elles trouvent leur public sur l'application.

Quelques exemples :



Mettre en place des événements ou des soirées "VIP" pour les jeunes du pass.



Proposer des visites exclusives ou des rencontres avec des professionnels de votre équipe.



Proposer de partir à la découverte de lieux secrets ou d'aspects insolites.



Ateliers de pratiques artistiques, de l'initiation à l'approfondissement.

L'offre Duo: à deux, c'est mieux !

Les sorties culturelles sont un vrai moyen de socialisation pour les jeunes, et la sortie en groupe permet parfois de lever des barrières à la réservation.

Sur le pass Culture, la fonctionnalité "Duo" permet aux jeunes de réserver deux places pour un même événement, la deuxième place pouvant être utilisée par une personne de leur choix ne bénéficiant pas du pass Culture. Cette seconde entrée vous sera remboursée au même tarif que la première. En l'activant, vous donnez la possibilité aux jeunes de venir accompagnés et votre audience s'agrandit !

Sur le pass Culture, la majorité des offres d'événements sont réservées en duo.
Cela concerne :



68%

des réservations de spectacle vivant.



48%

des réservations de cinéma.



40%

des réservations de musique live.



41%

des réservations de visites culturelles.
(musées, lieux du patrimoine...)



« Avec le pass Culture, j'ai pu faire des sorties avec mes amis que je n'aurais jamais fait sans. Nous sommes allés voir un opéra, un ballet, des humoristes et des pièces de théâtre. Des endroits où j'avais du mal à emmener mes amis auparavant. »

Mathilde, 18 ans

Les thèmes de prédilection des jeunes

Par catégorie d'offres



Musées et patrimoine

Visites sur les thèmes des Beaux-arts, de l'histoire, de l'architecture et du design, de l'art moderne ...



Musique live

Les jeunes écoutent principalement du Rap, de la Pop, du RnB, et de la KPop.



Cinéma

Films d'action, d'aventure, comédie, science-Fiction et animés.



Livres

Les rayons les plus représentés parmi les achats effectués sur le pass sont les Mangas, la Science-Fiction, les romances et les livres de développement personnel.



Spectacle vivant

Après la musique live, les arts vivants les plus plébiscités sont le spectacle de rue et le stand-Up.



Pratique artistique

Les cours les plus réservés sur le pass Culture sont ceux de dessin et d'art plastique, de photographie, de cinéma et de danse.



Mais aussi ...

Mode, écologie, féminisme, sport ...

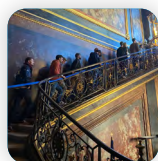
Les temps forts du pass Culture

Nous organisons régulièrement différents temps forts aux thématiques variées auxquels nous vous proposons de vous associer. Ces temps forts sont inspirés aussi bien par l'actualité culturelle que par les études que nous menons auprès de nos utilisateurs pour cerner leurs pratiques et leurs attentes.

Journées européennes du patrimoine, Fête de la musique, Festival de Cannes, Halloween... Chacun de ces moments peut être l'occasion de créer des offres et de bénéficier des campagnes de mise en avant sur l'application.



Calendrier des temps forts du pass Culture*



Septembre

Journées européennes
du patrimoine



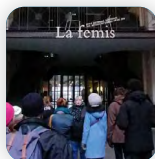
Octobre

Halloween



Janvier

Festival Télérama



Mars

Temps fort des métiers
de la culture



Avril

Festival de Cannes



Mai

Nuit des musées



Juin

Fête de la Musique

*Ce calendrier est non exhaustif et d'autres nombreux événements sont organisés tout au long de l'année. Pour participer à ces temps forts, n'hésitez pas à vous inscrire à notre [newsletter](#) afin d'être tenu au courant de notre calendrier d'actions culturelles.

Étude de cas: le Fresnoy propose des visites VIPs pour les jeunes du pass Culture

Le Fresnoy – Studio national des arts contemporains à Tourcoing s'est inscrit sur le pass Culture en mai 2021 en souhaitant relever deux défis :

- > Développer les actions menées auprès du public 15-18 ans de la région Hauts-de-France.
- > Renforcer la lisibilité du lieu qui mêle plusieurs disciplines offrant aux jeunes différentes possibilités (offres culturelles et techniques dans l'optique d'un choix d'orientation).

Dans cet objectif, Le Fresnoy a organisé deux événements privilégiés pour les bénéficiaires du pass en décembre 2021 et mars 2022, mêlant rencontres avec des professionnels et des artistes, découverte des espaces de production, visites de l'exposition en cours et ateliers de pratique. Les deux événements, qui ont fait l'objet d'une mise en avant sur l'application pass Culture et d'une campagne auprès des jeunes de la région, ont rencontré un vif succès.

Près de 80 jeunes ont répondu présents à ces événements, dont la grande majorité étaient des primo-visiteurs.

Ces moments d'échange avec les jeunes ont contribué à créer de la confiance avec le lieu et à lever certains freins à la visite.

Étude de cas: première expérience de festivals pour les jeunes avec le Poulpaphone

Le festival Poulpaphone est inscrit sur le pass Culture depuis 2021. Pour leur édition 2022, ils ont souhaité porter une attention particulière au jeune public, suite à la crise sanitaire.



→ **« Les jeunes qui ont été privés de culture pendant longtemps avaient besoin qu'on fasse un geste vers eux. Nous avons donc programmé des têtes d'affiches pour ce public et adapté la tarification en conséquence. »**

Lisa Torres, directrice du festival

Pour préparer cette édition, les équipes du pass Culture et du Poulpaphone ont mis en place un partenariat au long cours: offres exclusives pour les jeunes du pass Culture, plan de communication commun avec le pass Culture, mise en avant des offres au sein d'un bloc dédié sur la page d'accueil de l'application...

L'opération a été un succès : 25 % des festivaliers accueillis pendant le weekend du festival avaient réservé leur billet sur le pass Culture.

PARTAGER SON OFFRE

Nos conseils pour communiquer sur vos offres pass Culture



Les canaux à privilégier

Internet, et en particulier les réseaux sociaux, sont un canal de communication incontournable pour le jeune public. D'après nos études, **55 % des jeunes** ayant déclaré avoir effectué une visite au cours de l'année ont entendu parler des visites par internet, et principalement les réseaux sociaux (**Instagram et Tik-Tok en tête**).

Ils suivent principalement les comptes des lieux culturels, des artistes programmés, mais aussi de leur ville ou office de tourisme, ou encore de l'actualité culturelle d'une ville*.



Nos conseils pour communiquer sur vos offres

- Dans vos communications (emails, réseaux sociaux mais aussi affiches), valorisez clairement le fait que l'offre soit disponible sur l'application pass Culture.
- Relayez l'offre sur vos réseaux sociaux mais aussi sur les comptes des artistes de votre événement, avec un propos adapté à un jeune public. N'hésitez pas également à faire participer les jeunes ! Vous pouvez les associer à votre promotion en leur proposant de réagir directement à l'expérience qu'ils viennent de vivre.
- Assurez-vous également que les informations au sujet de votre programmation soient facilement trouvables depuis vos comptes sur les réseaux sociaux.

*Données issues de notre étude portant sur les musées et lieux de patrimoine

Partager son offre

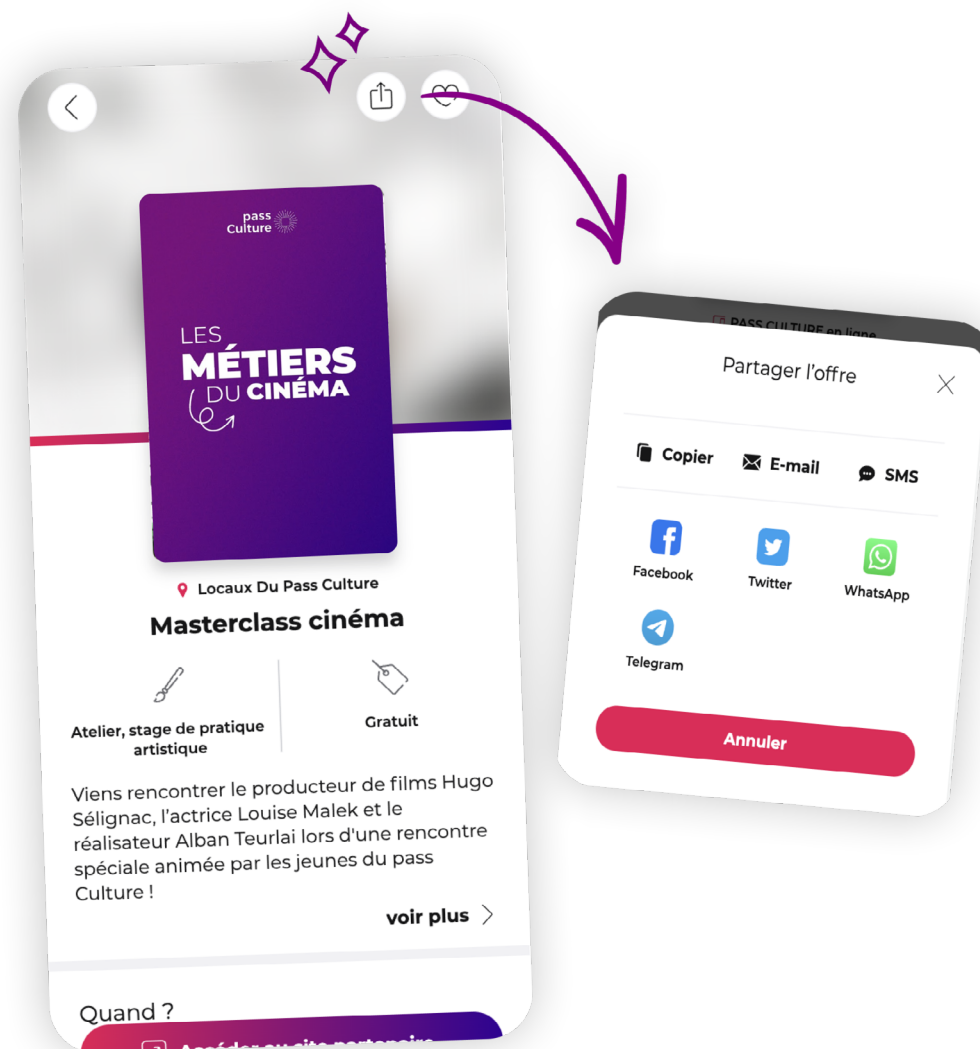
1. Créer un lien de partage

Sur la page de votre offre sur l'application, cliquez sur le module **"partage"** pour obtenir le lien de votre offre. Depuis cette modale, vous pouvez générer un lien direct vers votre offre.

2. Partager votre offre:

Vous pouvez choisir de copier le lien pour l'intégrer à vos communications, ou bien directement relayer l'offre sur vos réseaux sociaux.

La même fonctionnalité existe également à l'échelle de votre lieu pour permettre aux jeunes de découvrir l'ensemble de vos offres disponibles.



Zoom sur Instagram

1

Utilisez un visuel attractif, mentionnant le pass Culture.

2

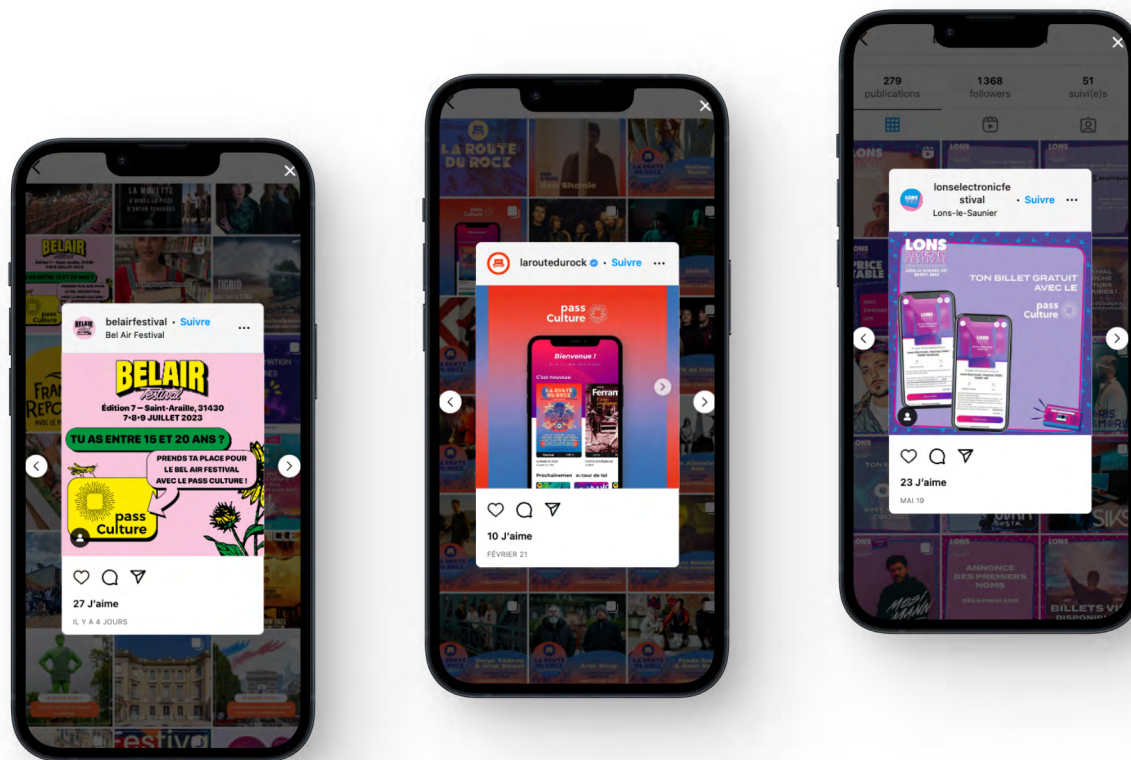
Ajoutez un message à destination des jeunes pour leur donner envie de découvrir votre offre. Si votre offre est faite en partenariat avec des artistes ou des compagnies qui sont sur les réseaux sociaux, n'hésitez pas à les mentionner.

3

Mentionnez [@passcultureofficiel](#) pour que nous puissions repérer puis éventuellement relayer votre publication

4

Si vous postez une story, vous pouvez également ajouter le lien direct vers votre offre.



Zoom sur Twitter

1

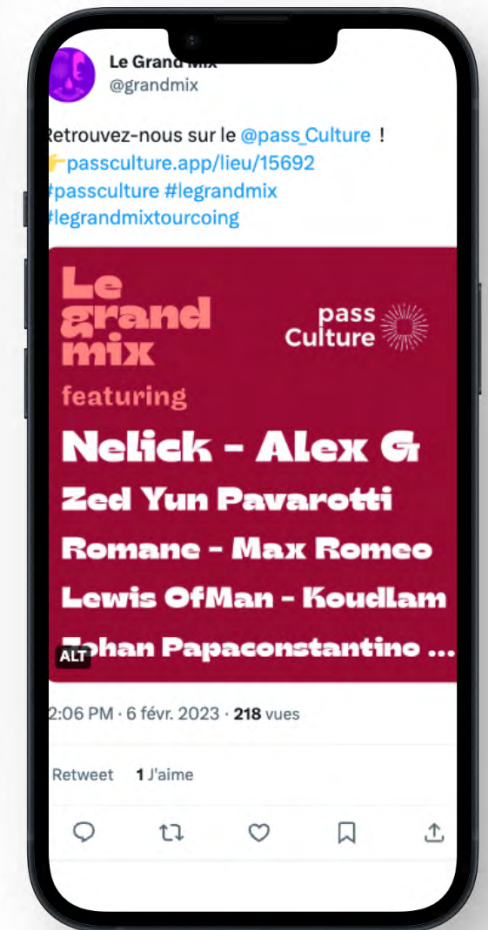
Utilisez l'option "Partage" sur l'application pour obtenir un lien directement vers votre proposition ou votre lieu.

2

Décrivez votre offre en quelques mots, utilisez les hashtags associés.

3

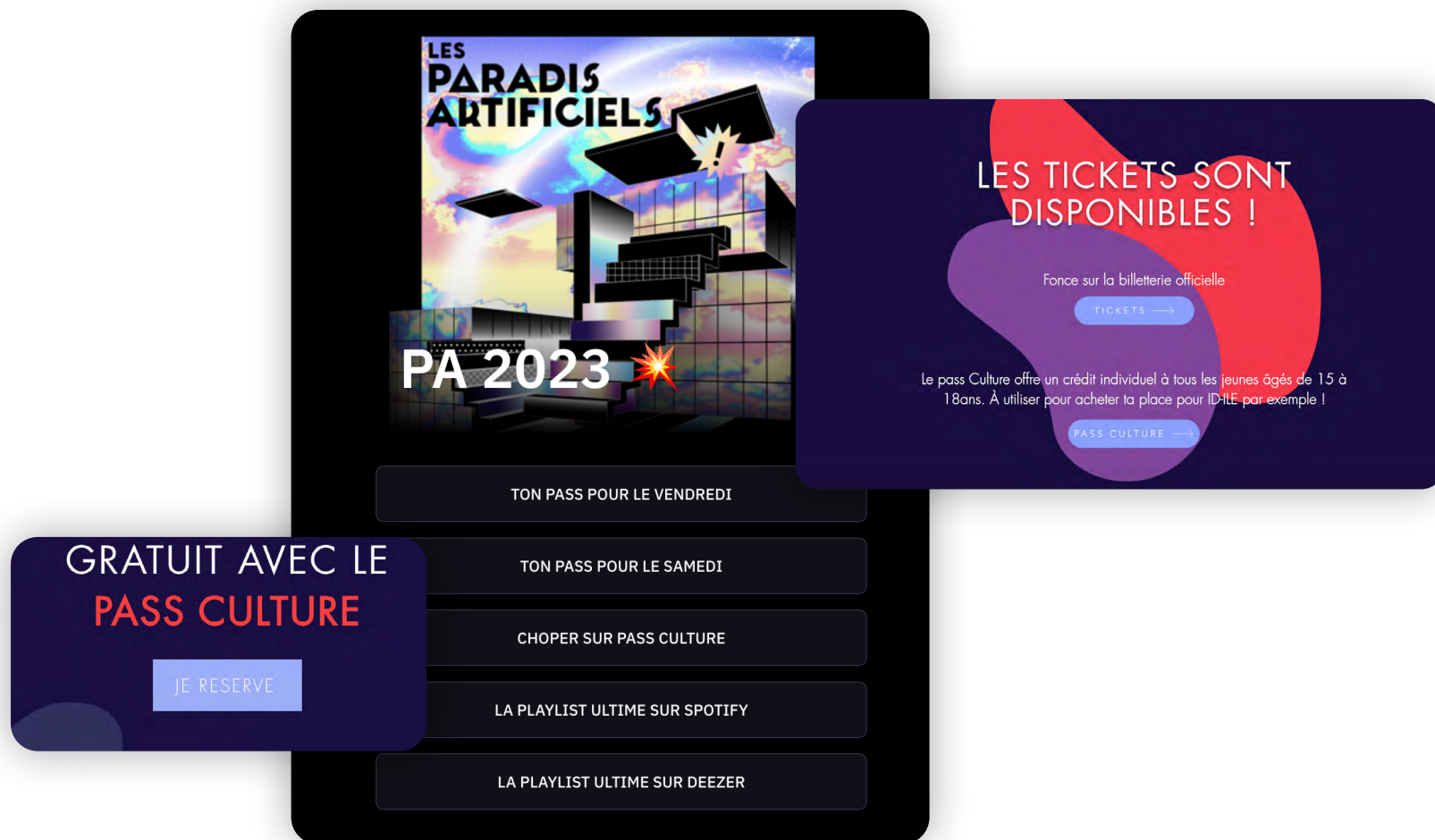
Mentionnez [@pass_culture](https://twitter.com/pass_culture) pour que nous puissions potentiellement repérer et relayer votre tweet



Zoom sur votre page billetterie

Votre site internet peut être une première entrée pour certains jeunes intéressés par votre programmation.

Afin de garantir une bonne visibilité de vos propositions, **nous vous invitons à indiquer que vos billets sont disponibles sur le pass Culture** et à utiliser un lien direct vers votre offre (disponible sur l'application) pour permettre aux jeunes d'y accéder facilement.



Contacts

Si vous avez besoin d'accompagnement sur l'aspect technique du pass Culture, vous pouvez écrire à : **support-pro@passculture.app ou [consulter notre FAQ](#)**

Pour plus d'informations sur la part collective, **[c'est par ici.](#)**

Un projet de co-construction culturelle ?
Vous pouvez vous rapprocher de la personne chargée du **[développement de votre territoire !](#)**

[Découvrir les études du pass Culture](#)