

Capucine BURI  
Axel DE BUYST  
Maïlys GHAZAOUIR  
Tanguy GROLLERON  
Marie LE GAC  
Anaëlle MEQUIES  
Laure MULLER  
Julienne RIBES  
Joachim SARFATI  
Claire SIMON

# AMELIORER LE PASS CULTURE ETUDIANT

## PROJET COMMANDÉ PAR LA METROPOLE DE LYON

Public Factory- Sciences Po Lyon

**Encadrante Public Factory:** Camille  
BERNETIERE

**Référente Métropole de Lyon:** Laura  
HOWLETT



18€

3 tickets spectacles,  
1 ticket cinéma

Chéquier

5000  
pass par  
an

Dispositif adressé au public étudiant

102

structures  
partenaires

Etablissements culturels sur  
l'ensemble du territoire  
métropolitain lyonnais

## LES PARTENAIRES

Remboursement à hauteur de 11,50€ pour le  
spectacle vivant et de 7€ pour le cinéma

Nos observations:

- "Petites structures" : manque de visibilité, offre ouverte à tous.tes, facilité de réservation
- "Grandes structures": grande visibilité, offre restreinte, délais de réservation conséquents

# Analyse SWOT

## FORCES

Prix  
Diversité de l'offre  
Parcours découverte  
Format chéquier  
Intégration du territoire

F

F

## FAIBLESSES

Réservation auprès des partenaires  
Visibilité et nom du pass  
Clarté de l'offre  
Modalités de vente  
Usage unique par structure

## OPPORTUNITES

Exclusivement public étudiant  
Pluralité des structures  
Visibilité auprès des étudiants  
internationaux grâce à Lyon Campus  
Remboursement des structures par la  
Métropole

O

M

## MENACES

Visibilité des autres offres  
Format  
Processus de réservation  
Multiplicité des offres de pass/cartes

### CARTE DINO

Réductions sports,  
cultures, bars,  
restaurants  
Lyonnais -26 ans  
15 €

### CARTE CULTURE

*Ville de Lyon*

6 musées/bibliothèques +  
tarifs préférentiels  
18-25 ans  
15 €

### PASS SCENES DECOUVERTES

*Ville de Lyon et Région*

4 spectacles pour 2  
personnes  
Tout public  
40 €

### PASS CULTURE

### CARTE MUSEE

*Ville de Lyon*

6 musées illimités  
+ tarifs préférentiels  
18-25 ans  
7€

### PASS TRABOOL

*Métropole de Lyon*

Mobilité, culture, sports &  
loisirs  
Habitants de la Métropole  
14 € (culture)

### PASS KIBLIND

15 places + tarifs réduits +  
invitation bonus  
Tout public  
50 €

### PASS REGION

Cinéma, théâtre  
Musées gratuits  
Aides et réductions  
16-25 ans  
Elèves en formation

### PASS CULTURE NATIONAL

500 € d'offre culturelle  
Jeunes de 18 ans  
Gratuit



3ème année en Arts du Spectacle à Lyon 2 ■ À Lyon depuis 3 ans ■ Garibaldi ■ Française

## Louise - 23 ans



Motivation principale : économique



12 coupons utilisés

Structures fréquentées :  
Opéra de Lyon,  
Théâtre National Populaire, Théâtre des Célestins

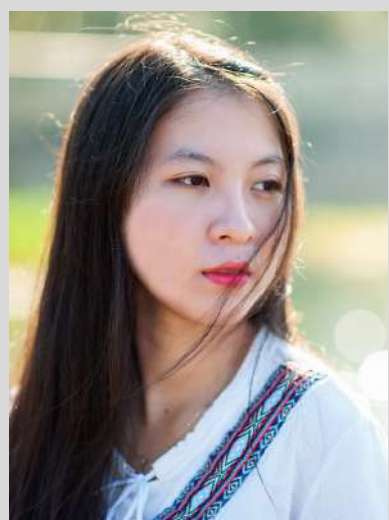


Critiques :  
processus de réservation, placement en salle, principe du parcours découverte, non accessibilité à l'ensemble des offres des grandes structures

*"J'économise beaucoup grâce au Pass Culture, mais j'aimerais pouvoir aller deux fois dans le même établissement"*

Louise achète des Pass Culture chaque année pour répondre à des exigences académiques mais l'utilise surtout comme une carte de réduction. Elle préfère utiliser son Pass dans des grandes structures, où le prix des places est trop élevé. Elle est un "passager clandestin" du Pass Culture, l'aspect découverte n'est pas ce qu'elle recherche, elle a déjà une très bonne connaissance de l'offre culturelle lyonnaise. Idéalement, elle souhaiterait pouvoir réserver les places de chez elle.

Modification des pratiques culturelles : non



2ème année en  
marketing à l'IAE Lyon 3  
▪ À Lyon depuis 2 ans ▪  
Guillotière ▪ Française

*"Je connaissais le  
Pass Culture mais  
je ne l'avais jamais  
acheté. Je me suis  
donc motivée car je  
n'étais pas allé au  
théâtre à Lyon  
depuis 2 ans"*

## Charlotte - 20 ans



Motivation  
principale :  
découverte



2 coupons utilisés

Structures  
fréquentées :  
Théâtre des  
Célestins,  
Comédie Odéon



Critiques :  
processus de réservation,  
communication sur l'offre  
des spectacles et  
événements disponibles

Charlotte a acheté son premier Pass Culture en septembre. Après 2 ans à Lyon elle n'était jamais allée voir un spectacle. C'est pour elle l'occasion de sortir de son quotidien et découvrir de nouvelles structures à Lyon avec ses ami.e.s.

Mais Charlotte est trop gênée par le processus de réservation et très prise par ses études, elle n'a donc pas la motivation d'utiliser son temps libre pour se rendre sur place afin de retirer sa place. Elle ne pense donc pas utiliser le reste de son Pass.

Modification des pratiques culturelles : oui



M1 Sciences politiques  
en Erasmus ■ À Lyon  
pour 1 an ■  
Part-Dieu ■ Espagnol

## Pablo - 24 ans



Motivation  
principale :  
découverte



3 coupons utilisés

Structures  
fréquentées :  
Opéra, Comoedia,  
Théâtre des  
Clochards célestes



Critiques : processus de  
réservation,  
clarté du fonctionnement  
du Pass Culture, et de ce  
à quoi il donne droit

*“Tous.tes mes ami.es  
Erasmus en ont  
acheté un, donc on  
s’organise des  
soirées où on va au  
théâtre ensemble,  
puis on se retrouve  
tous dans un bar  
ensuite !”*

Pablo, à Lyon pour 1 an, a acheté le Pass Culture pour découvrir la ville à travers des sorties culturelles. Il utilise son pass avec ses ami.es Erasmus. Il se rend à la fois dans des grandes et petites structures en prenant peu compte des avantages économiques du pass culture. Il apprécie la forme du chéquier qui a permis une explication claire de l’offre lors de son achat. Mais, il souhaiterait un processus de réservation plus simple, car le fait de se rendre deux fois dans la même structure, pour réserver sa place, est handicapant.

Modification des pratiques culturelles : oui



# Marion - 21 ans



Peu de sorties  
culturelles



Essentiellement  
préoccupée par le coût de  
ses études

Se rend parfois à la  
Halle Tony Garnier  
pour assister à des  
concerts



Abonnée à l'UGC Cinéma  
Cité

L2 Eco-droit à Lyon 3

- A Lyon depuis 2 ans ■
- Monplaisir ■ Française

*"Pour le même prix,  
je préfère me faire  
un resto plutôt  
qu'aller à l'Opéra."*

Ancienne lycéenne de Bourg-en-Bresse, c'est la carte M'ra (aujourd'hui devenue le Pass Région) qui a façonné la relation qu'entretient aujourd'hui Marion avec la culture. Destiné aux lycéen.ne.s de la région, ce dispositif culturel n'oublie pas de faire la part belle à l'achat de livres, si bien que Marion regrette qu'une offre comparable n'existe pas pour les étudiant.e.s.

**Confusion avec le dispositif national du "Pass Culture".**

Pour Marion, l'action de la Métropole devrait (aussi) contribuer à donner aux étudiant.e.s les moyens de se procurer leurs livres et manuels en tout genre.





Portail Sciences sociales  
à Bron ■ Lyonnais de  
naissance ■  
Villeurbanne ■ Français

*"Le Pass Culture,  
j'en ai entendu  
parler, mais je ne  
me suis pas  
vraiment senti  
concerné. Les  
Célestins, l'Opéra,  
c'est pas mon truc."*

## Tarik - 19 ans



Type de sorties variées :  
Concerts, jam-sessions,  
cinéma, expositions...

Fréquente les  
Halles du Faubourg,  
le Cartel, le musée  
des Confluences, le  
Comoedia.....

Sorties culturelles  
régulières, bonne  
connaissance de  
l'offre lyonnaise en  
la matière

Fréquente peu de grands  
établissements  
proposant des œuvres  
"classiques"

Tarik a toujours vécu dans l'agglomération lyonnaise, et n'a pas encore quitté son foyer familial, à Villeurbanne. Il connaît les lieux culturels lyonnais, et fréquente notamment des salles de concerts et bars musicaux (Ninkasi KAO, Grooverie, Sucre...). Il fait également de la photo et de la vidéo, ce qui lui demande du matériel. Il profite des tarifs étudiants proposés dans les musées.

**Il a connaissance du Pass Culture. Le format chéquier ne l'attire pas.**

Il aimerait un dispositif incluant tous les types de sorties culturelles. Une aide lui permettant de se fournir du matériel serait idéale. Par ailleurs, le format carte lui est plus familier qu'un chéquier.

# SCENARIO 1 : CHEQUIER

## VISIBILITE

Campagne publicitaire renforcée  
Prospectus à l'inscription  
Stands de vente  
Relai du CROUS et BDE/BDA  
Réseaux sociaux

## CLARTE/CONTENU

Offre apparente sur le chéquier  
2 Pass maximum/étudiant  
Uniformisation des conditions de vente  
5 000 pass en vente  
Accès à l'intégralité de la programmation /  
demande de dérogation  
Transparence

## JOUR J

Lors de son arrivée à la structure,  
l'étudiant échange son coupon  
contre une place à la billetterie

## MODALITES D'ACHAT

Espace dédié à la MDE  
Points de vente BDE/BDA

## PROCESSUS DE RESERVATION

Chéquier numéroté (1 numéro/coupon)  
Réservations par téléphone (base de données  
informatiques)  
Transparence de la structure sur le placement  
(dans la limite de ce que permet l'établissement)

## PARTENAIRES

Base de données, avec  
vérification du numéro à  
chaque entrée dans une  
structure

## ENJEUX POLITIQUES ET ECONOMIQUES

Communication et base de  
données qui nécessitent une  
légère hausse de budget

## EXPERIENCE USAGER

Convient à tous les utilisateurs,  
plus particulièrement à Louise  
pour qui le processus de  
réservation est le plus gros  
obstacle dans l'utilisation

## FORCES

Identité propre du chéquier

## FAIBLESSES

Confusion format  
Responsabilisation de la structure



# SCENARIO 2 : CARTE A CODE



## VISIBILITE

Campagne publicitaire renforcée  
Stands de vente  
Relai du Crous, BDE/BDA  
Réseaux sociaux  
  
Site dédié au Pass Culture  
Forum "communauté" pass culture

## CLARTE/CONTENU

Accès à l'intégralité de la programmation/ demande de dérogation  
  
8 coupons à charger/an max, soit 2 Pass  
Ouverture de l'offre à plus de concerts

## JOUR J

Lors de son arrivée à la structure, le code barre présent sur la carte est scanné

## MODALITES D'ACHAT

Achat en ligne ou à la MDE  
Retrait du Pass dans les actuels points de vente  
Consigne de 2€ pour le support

## PROCESSUS DE RESERVATION

Réservation en ligne (*pour les structures qui le proposent déjà*)/ par téléphone, à l'aide du numéro présent sous le code barre  
Possibilité de réserver 2 places sous le même nom

## PARTENAIRES

Équipement en matériel permettant de scanner le code barre du nouveau support

## ENJEUX POLITIQUES ET ECONOMIQUES

Emploi d'un community manager pour la gestion de la communication et investissement dans le support matériel des cartes, ce qui représente une hausse moyenne du budget

## EXPERIENCE USAGER

Convient à tous les utilisateurs, plus particulièrement à Charlotte qui recherche la facilité de réservation et une meilleure visibilité des structures  
Convient aussi à Tarik, car format carte plus adapté et ouverture de l'offre

## FORCES

Offre plus moderne et partiellement dématérialisée  
Offre plus lisible  
Création d'une communauté  
Intégrer les usagers dans le changement de nom

## FAIBLESSES

Moins de visibilité utilisateur dans la consommation de ses coupons  
Carte non nominative

# SCENARIO 3 : APPLICATION

## VISIBILITE

Campagne publicitaire renforcée  
Stands de vente  
Relai du Crous, BDE/BDA  
Réseaux sociaux

Application Pass Culture avec :  
programmation des partenaires,  
espace de réservation et Forum  
retours d'expériences

## CLARTE/CONTENU

Accès à l'intégralité de la programmation/  
demande de dérogation.

8 coupons à charger/an max, soit 2 Pass  
Ouverture de l'offre à plus de concerts.  
Intégralité de l'offre centralisée sur  
l'application

## JOUR J

Lors de son arrivée à la structure,  
l'étudiant fait scanner son QR  
code

## MODALITES D'ACHAT

Espace dédié à la MDE  
Téléchargement de l'application  
Coupons chargés sur l'application

## PROCESSUS DE RESERVATION

Réservation via l'application (*génération d'un  
numéro à rentrer puis de la place sous forme de QR  
Code à faire scanner le Jour J*)  
Possibilité de réserver 2 places sous le même  
nom

## PARTENAIRES

Equipement en matériel  
permettant de scanner le code  
barre du nouveau support

## ENJEUX POLITIQUES ET ECONOMIQUES

Emploi de développeurs et d'un  
community manager pour la  
gestion du fonctionnement de  
l'application et de la mise à jour  
de l'agenda culturel

## EXPERIENCE USAGER

Convient à tous les utilisateurs,  
plus particulièrement à Pablo qui  
appréciera d'être guidé dans  
l'utilisation de son Pass et la  
facilité de l'application.  
Convient aussi à Marion, car  
format dématérialisé plus  
attrayant

## FORCES

Offre plus moderne et attractive  
Offre plus lisible parce que centralisée  
Intuitivité  
Création d'une communauté  
Intégrer les usagers dans le changement  
de nom

## FAIBLESSES

Perte de contact avec les points de vente  
physiques et d'identité du Pass  
Coûts de développement et de  
fonctionnement de l'application



Merci pour votre attention!

*Des questions?*