

LES EFFETS DU PASS CULTURE : ÉTUDE SUR LES COHORTES SORTANTES DE JEUNES

juillet 2025

Objet de l'étude



L'ambition du pass Culture est de faire découvrir la diversité de la richesse culturelle de notre pays à tous les jeunes, notamment les plus éloignés de la Culture. Dans cette perspective, il propose aux jeunes un parcours de découverte culturelle et les incite pas à pas à diversifier leurs pratiques culturelles, en partant des bonnes pratiques acquises dans le cadre scolaire, notamment grâce aux projets culturels réalisés sur la part collective du pass Culture.

À la suite de premiers résultats partagés en avril 2025, le pass Culture a mené une nouvelle étude en juillet 2025 pour suivre les évolutions de son impact sur les pratiques culturelles des bénéficiaires, et ce avant la réforme introduite par le décret n°2025-195 du 27 février 2025. L'étude porte sur une quatrième cohorte d'utilisateurs (arrivés à expiration de leurs crédits entre décembre 2024 et juin 2025), et permet de comparer les effets du pass Culture avec les précédentes cohortes interrogées. Cette étude est basée sur une enquête quantitative par questionnaire, assortie d'une analyse des données d'utilisation sur le pass Culture.

Méthodologie

Les quatre cohortes sont :

- Cohorte 1 de jeunes « post généralisation du pass Culture » : le crédit des jeunes a expiré entre mai 2023 et octobre 2023 ;
- Cohorte 2 de jeunes : le crédit des jeunes a expiré entre novembre 2023 et mai 2024 ;
- Cohorte 3 de jeunes : le crédit des jeunes a expiré entre juin et novembre 2024 ;
- Cohorte 4 de jeunes « dernière cohorte interrogée » : le crédit des jeunes a expiré entre décembre 2024 et juin 2025.

L'analyse est réalisée sur des cohortes ayant bénéficié des montants de crédits préalables à la réforme du décret du 28 février 2025.

L'étude des cohortes sortantes combine deux méthodes :

- Une enquête par questionnaire numérique : le questionnaire est envoyé à un échantillon d'utilisateurs par cohorte. 789 utilisateurs ont répondu pour la cohorte 1, 587 pour la cohorte 2, 615 pour la cohorte 3 et 425 pour la dernière cohorte interrogée. Les réponses de chaque cohorte sont redressées par la méthode des quotas en fonction du genre des utilisateurs. Le questionnaire est envoyé en moyenne trois mois après expiration des crédits des utilisateurs.
- Une analyse des données d'utilisation du pass Culture par les utilisateurs de chaque cohorte : 385 000 utilisateurs pour la cohorte 1, 358 000 pour la cohorte 2, 351 000 pour la cohorte 3 et 178 000 pour la cohorte 4.

Axe d'analyse : comparaison des résultats entre les quatre cohortes pour comprendre les évolutions d'utilisation du dispositif et les effets sur les représentations et pratiques culturelles des utilisateurs.

Les principaux enseignements de l'étude

Les indicateurs de diversification des pratiques culturelles des jeunes progressent fortement sur cette dernière cohorte. Depuis la première cohorte d'utilisateurs interrogés (arrivés à expiration de leurs crédits à partir de mai 2023), il se confirme que les bénéficiaires ont été une majorité et de plus en plus nombreux à avoir fait des découvertes d'activités ou de lieux culturels sur le pass Culture, à faire des réservations diversifiées et à avoir envie de retourner sur les lieux ou vers les activités découvertes via le pass Culture.

Au fil des cohortes, et encore plus pour la dernière cohorte interrogée, la découverte d'un nouveau lieu ou d'une nouvelle activité culturelle grâce au pass Culture s'accroît, traduisant le fait que le pass Culture tend à s'affirmer encore plus comme acteur de la découvrabilité, sachant susciter l'envie d'y revenir :

- > **83% des jeunes de la 4ème cohorte indiquent avoir découvert un lieu culturel sur le pass Culture, soit +17 points par rapport à la 3ème cohorte et +30 points par rapport à la 1ère cohorte.**
- > **76% des jeunes de la 4ème cohorte indiquent avoir réservé une offre pour une activité qu'ils n'avaient jamais faite avant d'utiliser le pass Culture, soit +22 points par rapport à la 3ème cohorte et +38 points par rapport à la 1ère cohorte.**
- > Sur l'application, le nombre moyen de lieux différents dans lesquels les utilisateurs font des réservations augmente, **de 4 à 5 lieux différents** et la proportion des jeunes ayant fait des réservations diversifiées est en hausse régulière avec **50% des jeunes de la cohorte 4 qui ont fait des réservations dans au moins 3 domaines culturels différents**, contre 48% pour la 3ème cohorte et 39% pour la 1ère cohorte.
- > **90% des utilisateurs de la 4ème cohorte déclarent être déjà revenus dans le lieu découvert ou avoir l'intention d'y revenir**, soit +4 points par rapport à la 3ème cohorte et +27 points par rapport à la 1ère cohorte
- > S'agissant des activités culturelles, **65% des jeunes « sortants » de la 4ème cohorte ont refait l'activité qu'ils avaient découverte** après l'expiration de leur crédit (résultat stable par rapport à la 1ère cohorte), cette fois sans le pass Culture.
- > **56% des jeunes de la 4ème cohorte déclarent être revenus ou avoir envie de revenir sur l'application** post expiration des crédits, soit + 16 points par rapport à la 3ème cohorte et +27 points par rapport à la 1ère cohorte. Ils citent **les offres gratuites et les recommandations** comme les raisons principales de leur retour sur le pass Culture.



La réitération des pratiques hors pass Culture est d'autant plus importante qu'une fois leur crédit expiré, comme les jeunes de la 3ème cohorte, **les jeunes de la 4ème cohorte souhaitent principalement conserver les pratiques qu'ils ont découvertes et font le plus avec le pass Culture**, à savoir des sorties culturelles (les sorties au cinéma par exemple) devant les activités domestiques de streaming de films ou de musique.

Au fil des cohortes la découverte évolue à la hausse, avec une diversification des genres de plus en plus forte, à l'intérieur même des domaines culturels :



La hausse de la découvrabilité profite à des acteurs culturels en évolution entre les quatre cohortes. **Les librairies continuent d'en bénéficier majoritairement avec la 4ème cohorte ; les cinémas, les musées et les salles de spectacle en profitent de façon croissante.**

Parmi les réponses à l'enquête des utilisateurs qui indiquent avoir découvert un lieu avec le pass Culture :

- > **Les jeunes sortants de la 4ème cohorte ont été 64% à découvrir des librairies**, en hausse de 8 points par rapport à la 3ème cohorte **mais toujours en baisse par rapport à la 1ère cohorte à 73%**. En revanche, **ils ont été 63% à découvrir un cinéma**, en hausse régulière depuis la 1ère cohorte (+ 12 points par rapport à la cohorte précédente et de + 19 points par rapport à la 1ère cohorte à 44%).
- > **Les musées et les salles de spectacle/concert viennent ensuite : 32% des jeunes sortants ont découvert un musée, et 28% une salle de spectacle/concert**. Ces résultats sont stables par rapport à la 3ème cohorte, **mais en forte hausse par rapport à la première avec respectivement +29 points pour les musées, et +18 points pour les salles de spectacle/concert**.

Parmi les réponses des utilisateurs qui indiquent avoir réservé une offre pour une activité qu'ils n'avaient jamais faite avant d'utiliser le pass Culture :

- > **Les jeunes de la 4ème cohorte ont été 47% à découvrir une activité en lien avec la lecture avec le pass Culture**, soit des résultats stables (ils étaient 46% lors de la 3ème cohorte et 45% lors de la 1ère cohorte).
- > **Ils ont été 34% à découvrir un concert de musique live, en hausse régulière** avec +5 points par rapport à la 3ème cohorte et +10 points par rapport à la 1ère cohorte.
- > Les activités en lien avec le cinéma, les musées et expositions ou monuments viennent ensuite avec des hausses constantes (31% contre 19% pour la 3ème cohorte et 9% pour la 1ère cohorte), puis les festivals (24% contre 18% pour la 3ème cohorte et 14% pour la 1ère cohorte), **et le spectacle vivant** (théâtre, cirque, danse) ressortant à 19% (contre 11% pour la 3ème cohorte et 9% pour la première cohorte).

Au sein des domaines culturels, des évolutions sont enregistrées via l'analyse de leurs données d'utilisation :

- > **Au sein du livre**
D'après l'étude du pass Culture sur les pratiques de lecture des utilisateurs (mai 2024), **62% des jeunes ayant acheté un livre se sont initiés à de nouveaux genres littéraires**.
Dans l'étude cohorte :
La part des mangas continue de diminuer dans les réservations de livres : ils représentent 34% des réservations de livres de la 4ème cohorte, contre 41% pour la 3ème cohorte et 46% pour la 1ère cohorte. **La part des romans dans les réservations augmente continuellement en passant de 20 à 35% entre la 1ère cohorte et la 4ème cohorte**.
- > **Au sein du cinéma**
La part du cinéma « art et essai » évolue progressivement, passant de 6% à 9% des réservations entre la 1ère cohorte et la 4ème cohorte.
- > **Au sein de la musique live et de la musique enregistrée**
Le rap/hip hop est le genre le plus populaire pour l'ensemble des cohortes (il représente 35% des réservations de la 1ère cohorte et 42% des réservations de la 4ème cohorte). Il est suivi par la pop (20% des réservations pour la 1ère cohorte, 23% pour la 4ème cohorte), puis par la variété et le rock (moins de 5%).
- > **Au sein du spectacle vivant**
Le stand-up est le genre le plus populaire pour l'ensemble des cohortes, mais sa part dans les réservations décroît de 22% à 19% entre la 1ère et la 4ème cohorte. **Le ballet est le deuxième genre le plus réservé**, comptabilisant 14% des réservations de spectacle vivant. Ces résultats sont relativement stables entre les différentes cohortes.

Enfin, le pass Culture reste le premier prescripteur de découverte culturelle pour la 4ème cohorte et évolue dans la perception des jeunes : il est de plus en plus vu comme un acteur qui permet de donner une place plus importante à la culture dans leur vie.

- Parmi les jeunes ayant découvert une nouvelle activité culturelle, 65% déclarent l'avoir fait grâce à l'application du pass Culture, qui est ainsi le 1er prescripteur de découverte culturelle (en hausse de 5 points par rapport à la 3ème cohorte). **Les communications du pass Culture** (ses réseaux sociaux et ses communications en général) ressortent à 25%, en hausse de 6 points par rapport à la 3ème cohorte.
- La perception du pass Culture comme dispositif permettant principalement d'acheter des biens ou des activités culturelles diminue continuellement : cela représente 65% des utilisateurs de la 4ème cohorte, soit une baisse de plus de 10 points par rapport à la 1ère cohorte). **Le sentiment que le pass Culture permet de donner une place importante à la culture augmente** (42% pour la 4ème cohorte contre 29% pour la 1ère), **ainsi que pouvoir s'informer sur l'actualité culturelle ou encore de renforcer sa « fibre artistique » ou son « attrait pour les métiers de la Culture ».**
- Le pass Culture s'affirme également de plus en plus comme un vecteur de partage en matière culturelle : d'après l'analyse de leurs données d'utilisation, **35% des jeunes ont réservé une offre « duo »** qui permet de découvrir un lieu ou une activité culturelle à deux, soit en hausse de 5 points par rapport à la 3ème cohorte et +15 points par rapport à la 1ère cohorte.
- L'utilisation du pass Culture a une dimension collective : 41% des jeunes indiquent avoir fait une activité culturelle réservée avec le pass Culture avec leurs proches, un chiffre qui demeure stable entre les cohortes.

Les chiffres clés

Découvertes de lieux et d'activités culturelles

→ Découverte de lieux culturels

● Cohorte 1 : 53%

● Cohorte 2 : 66%

● Cohorte 3 : 66%

● Cohorte 4 : 83%

→ Découverte d'activités culturelles

● Cohorte 1 : 38%

● Cohorte 2 : 53%

● Cohorte 3 : 54%

● Cohorte 4 : 76%

Diversité des pratiques au sein des domaines culturels

→ Part d'utilisateurs qui réservent dans au moins 3 catégories différentes

● Cohorte 1 : 39%

● Cohorte 2 : 44%

● Cohorte 3 : 48%

● Cohorte 4 : 50%

→ Part de la réservation de livres sur le pass Culture

● Cohorte 1 : 53%

● Cohorte 2 : 48%

● Cohorte 3 : 45%

● Cohorte 4 : 42%

→ Part de la réservation de mangas au sein des réservations de livre sur le pass Culture

● Cohorte 1 : 46%

● Cohorte 2 : 45%

● Cohorte 3 : 41%

● Cohorte 4 : 34%

→ Part de la réservation de romans au sein des réservations de livre sur le pass Culture

● Cohorte 1 : 20%

● Cohorte 2 : 23%

● Cohorte 3 : 30%

● Cohorte 4 : 35%

→ Part de la réservation de cinéma sur le pass Culture

● Cohorte 1 : 17%

● Cohorte 2 : 18%

● Cohorte 3 : 21%

● Cohorte 4 : 23%

→ Part de la réservation de musique live sur le pass Culture

● Cohorte 1 : 7%

● Cohorte 2 : 10%

● Cohorte 3 : 12%

● Cohorte 4 : 14%

Perception et utilisation du pass Culture

→ Part des utilisateurs qui réservent au moins une offre "Duo"

● Cohorte 1 : 20%

● Cohorte 2 : 29%

● Cohorte 3 : 30%

● Cohorte 4 : 35%

→ Part des utilisateurs qui indiquent que le pass Culture leur permet de donner une place plus importante à la culture

● Cohorte 1 : 29%

● Cohorte 2 : 29%

● Cohorte 3 : 33%

● Cohorte 4 : 42%

→ Net Promoting Score (indicateur de réputation) du pass Culture

● Cohorte 1 : 55

● Cohorte 2 : 56

● Cohorte 3 : 60

● Cohorte 4 : 71