

François Rouet

Cartes et chèques culture : dispositifs et mise en œuvre

Département des études, de la prospective et des statistiques

Cartes et chèques culture : dispositifs et mise en œuvre

Culture cards and cheques: schemes and implementation

Éditeur : Département des études, de la prospective et des statistiques
Lieu d'édition : Paris
Année d'édition : 2009
Date de mise en ligne : 8 juillet 2015
Collection : Culture études
ISBN électronique : 9782111398931

http://books.openedition.org

Édition imprimée
Date de publication : 1 décembre 2009

Référence électronique
ROUET, François. *Cartes et chèques culture : dispositifs et mise en œuvre* In : *Cartes et chèques culture : dispositifs et mise en œuvre* [en ligne]. Paris : Département des études, de la prospective et des statistiques, 2009 (généré le 25 avril 2021). Disponible sur Internet : <http://books.openedition.org/deps/275>. ISBN : 9782111398931.

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère Culture Communication

Secrétariat général
Délégation au développement et aux affaires internationales
Département des études, de la prospective et des statistiques

culture études

POLITIQUES PUBLIQUES ET RÉGULATIONS

182, rue Saint-Honoré, 75033 Paris cedex 01
☎ 01 40 15 79 17 – 01 40 15 79 99

Téléchargeable sur le site http://www.culture.gouv.fr/deps 2009-6

Cartes et chèques culture : dispositifs et mise en œuvre*

Culture cards and cheques: schemes and implementation

Avant-propos

Dans le sillage des travaux menés sur les politiques tarifaires dans le champ culturel, l'étude initiée par le Département des études, de la prospective et des statistiques visait à mieux connaître les dispositifs de cartes et chèques culture mis en place par les collectivités territoriales. Il s'agissait de décrire et d'analyser le développement de ces dispositifs, très diversifiés dans leur mise en œuvre, sans pour autant les évaluer.

Réalisée au cours du premier semestre 2009, l'étude s'appuie sur une analyse documentaire de l'ensemble des dispositifs, une série d'entretiens qualitatifs et la réalisation de huit études de cas approfondies dans plusieurs niveaux de collectivité : communes, départements et régions.

L'enquête permet de cerner le déploiement de ces cartes et chèques culture qui se sont multipliés ces dernières années à l'initiative des collectivités locales et propose une première typologie. Elle permet de repérer des caractéristiques communes aux dispositifs et d'identifier des enjeux de politique publique en termes de dynamiques d'élargissement des publics, qui concernent l'ensemble des acteurs publics.

P. C.

Dès le milieu des années 1990, puis de manière accélérée depuis 2002, des dispositifs de chèques et de cartes culture ont été mis en place par les collectivités territoriales afin de favoriser l'accès à prix réduit aux équipements culturels.

Ces dispositifs relèvent d'une politique de subvention de la demande, qui vise à abaisser voire à annuler les tarifs d'accès à des équipements ou à des biens culturels, tout en préservant la liberté de choix du consommateur. Ces dispositifs cherchent en effet à développer l'autonomie des bénéficiaires en leur donnant les moyens de définir et de choisir eux-mêmes leurs types de fréquentation et pratiques culturelles.

La mise en place d'un dispositif de cartes ou chèques culture suppose la définition des modalités d'adhésion d'une population bénéficiaire préalablement identifiée et l'animation d'un réseau d'équipements culturels partenaires. Dans une optique d'élargissement des publics et de démocratisation de l'accès à la culture, les populations bénéficiaires sont ciblées selon différents critères (âge, statut, lieu de résidence…).

La carte ou le chèque culture permet à son détenteur de bénéficier d'une gratuité ou d'une réduction auprès des différents équipements culturels. Ces derniers sont ensuite remboursés soit par le biais d'un prestataire extérieur mandaté par la collectivité, soit directement par celle-ci.

* Cette synthèse présente les principaux résultats d'une étude menée au cours du premier semestre 2009 par le cabinet Planète publique (François Mouterde, Clément Lacouette-Fougère et Caroline Massot) sous la direction de François Rouet, chargé d'études au DEPS.

Directeur de publication : Philippe Chantepie, chef du Département des études, de la prospective et des statistiques 2009-6 – décembre 2009
Responsable des publications : Edwige Millery

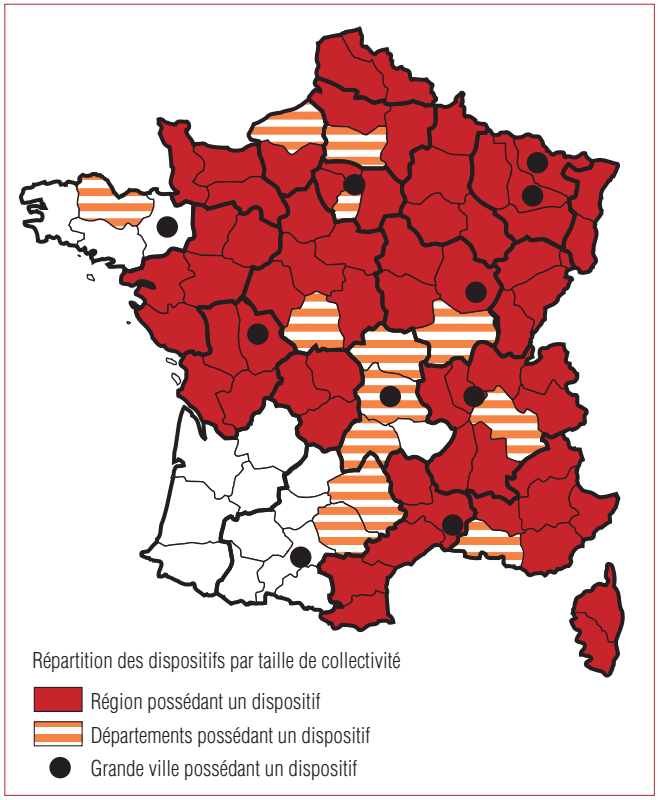
Le déploiement des cartes et chèques culture

Les premiers dispositifs de cartes et chèques culture apparaissent au milieu des années 1980, avec la mise en place à Montpellier du « chèque culture » en 1985. Celui-ci visait avant tout à financer la diffusion de la culture, dans une démarche de démocratisation culturelle. Dans le même temps, un projet de loi envisage la possibilité d'un tel dispositif au plan national. Le dossier est cependant abandonné faute de financements.

Certains dispositifs de cartes et de chèques culture émergent alors progressivement dans les années 1990 : ceux-ci datent de 1993, avec l'expérience de l'agglomération de Poitiers et du conseil régional de Franche-Comté. En 1995, le conseil régional de Rhône-Alpes met en place son dispositif. Puis suivent en 1998 et 1999 les Bouches-du-Rhône, les Pays de la Loire, la Bourgogne et le Languedoc-Roussillon.

Entre 2003 et 2005, le nombre de créations s'accélère avec la mise en place de 24 dispositifs au cours de ces trois années. Une seconde vague importante intervient entre 2006 et 2008, avec 7 dispositifs créés lors de cette dernière année, et 13 sur l'ensemble des deux années.

Les dispositifs dans les régions, départements et villes de plus de 100 000 habitants



Source : DEPS, ministère de la Culture et de la Communication, 2009

L'ampleur de la diffusion des dispositifs

Au début de l'année 2009, on compte 43 dispositifs de type carte et chèque culture parmi les 163 régions, départements et villes de plus de 100 000 habitants (et leurs agglomérations). Ils se répartissent en 18 dispositifs régionaux, 15 dispositifs départementaux et 10 dispositifs municipaux ou d'agglomération (villes de plus de 100 000 habitants). À ces 43 dispositifs s'ajoute une vingtaine de dispositifs identifiés dans d'autres structures ou collectivités de taille plus modeste : villes petites et moyennes, universités, caisses d'allocations familiales, réseaux professionnels…

Une appropriation importante principalement par les régions

Avec 18 régions métropolitaines sur 22 possédant un dispositif, la création d'une carte ou d'un chèque culture est devenue presque systématique à l'échelon régional. Le développement important de ces dispositifs par les conseils régionaux est sans doute le signe que les régions sont les collectivités les plus adaptées à ce type de dispositifs, en raison de leurs compétences : les cartes et les chèques culture représentent en effet un instrument privilégié de gestion de leur compétence relative aux établissements d'enseignement secondaire général et professionnel (lycées) acquise depuis les lois de décentralisation de 1982-1983.

Les lycéens et apprentis dont les régions ont la charge des établissements d'enseignement constituent un public en voie d'autonomie et, à ce titre, apte à utiliser l'accès individuel à la culture offert par ces dispositifs. Par ailleurs, le format cartes et chèques présente l'intérêt, en termes de communication, d'offrir une large visibilité à la collectivité initiatrice du dispositif. Or les conseils régionaux sont des collectivités encore jeunes par rapport aux communes et aux départements, et ces dispositifs leur permettent d'affirmer leur identité en mêlant action culturelle et stratégie de communication. Enfin, la création de ce type de dispositifs a constitué, pour plusieurs régions, un moyen de compenser les conséquences de la mise en place de la gratuité des livres scolaires par dotation aux établissements, défavorable aux librairies.

Une diffusion plus restreinte dans les autres échelons

La forte représentation des régions en matière de cartes et chèques contraste avec une plus faible appropriation par les autres collectivités, conseils généraux, grandes agglomérations et communes.

Pour les premiers, le faible recours à ce type de dispositifs (15 % seulement des départements en possèdent) peut s'expliquer par le public dont ils ont la charge, les collégiens, dont les sorties culturelles restent collectives dans le cadre scolaire, et qui sont moins aptes à utiliser ces dispositifs d'accès individuel à la culture. Les pratiques groupées et ancrées dans le cadre scolaire proposées par les programmes en faveur de l'éducation artistique (« Collégiens au cinéma » par exemple) constituent des outils collectifs plus pertinents pour un public de collégiens.

Au plan des agglomérations et des communes, la création de ce type de dispositif est, dans la plupart des cas, dépendante des relations qu'entretient la commune avec les équipements culturels. Cela explique que dans les quelques agglomérations et communes dotées de dispositifs de cartes et chèques culture, ceux-ci se superposent aux autres dispositifs de politique tarifaire déjà en place.

Le fonctionnement des dispositifs

Ingénierie et mise en œuvre

La mise en place d'un dispositif de carte ou de chèque culture suppose la constitution d'un réseau d'équipements culturels partenaires. Lorsque la prestation est déléguée, les grands prestataires de services (Accor, chèque déjeuner, Sodexo…) peuvent s'appuyer sur leurs réseaux préexistants. Le choix des équipements culturels affiliés au dispositif répond à plusieurs critères définis par la collectivité.

La collectivité ou le prestataire prend ensuite en charge l'adhésion du public : choix des bénéficiaires selon certains critères (âge, statut…), définition des conditions et modalités d'adhésion – automatique ou obtenue sur demande, dans des conditions restreintes ou non (nombre de supports disponibles et dates de validité), gratuitement ou moyennant une contrepartie financière. Un travail d'information à destination des bénéficiaires potentiels est alors réalisé. Les adhésions sont enregistrées et les supports (cartes ou chéquiers) distribués.

Le bénéficiaire reçoit ensuite le support, qu'il peut utiliser chez les partenaires affiliés. Selon le dispositif, il dispose d'une gratuité ou d'une réduction sur présentation du support (carte ou contremarque) auprès de l'équipement. Après utilisation, le prestataire ayant bénéficié de l'entrée ou de l'achat envoie le justificatif de la réduction accordée afin d'être remboursé soit par le prestataire, soit par la collectivité.

Le public ciblé par les dispositifs

Les dispositifs cartes et chèques culture s'adressent le plus souvent à un public jeune, divisé en deux sous-catégories : les jeunes de moins de 18 ans (collégiens, lycéens, apprentis) et les jeunes de moins de 25 ans (étudiants, jeunes actifs, jeunes à la recherche d'emploi). Dans la plupart des cas, les bénéficiaires sont les publics correspondant au champ de compétence de la collectivité : schématiquement, les collégiens pour les conseils généraux, les lycéens et apprentis pour les conseils régionaux. Les agglomérations et communes peuvent quant à elles s'adresser à un public plus large, même si, dans les faits, les dispositifs mis en place à l'échelle communale sont principalement destinés aux scolaires, étudiants et jeunes actifs.

Cet ancrage auprès du public jeune est sans doute lié au fait qu'il n'y a pas de volonté affirmée d'élargissement des dispositifs vers d'autres publics, ni de pression particulière de publics adultes pour en bénéficier.

Réseau de partenaires, procédures d'affiliation et de remboursement

Dans la majorité des cas, le réseau de partenaires compte entre 100 et 400 équipements culturels, proposant des prestations dans des secteurs culturels diversifiés (cinéma, livre, spectacle vivant…). Certains dispositifs rassemblent cependant un nombre beaucoup plus élevé de partenaires, lorsqu'ils proposent des réductions dépassant le domaine de la culture : sport, transport…

L'affiliation des partenaires culturels s'effectue selon différentes modalités (charte, convention ou simple engagement moral) et la collectivité maître d'ouvrage exerce, selon les cas, une sélectivité plus ou moins grande. Le réseau peut être ouvert à tout type de structures, restreint aux équipements déjà subventionnés par la collectivité, ou sélectionné selon la qualité de la prestation culturelle proposée.

Le mode le plus répandu de remboursement des partenaires par la collectivité est celui du rembour-

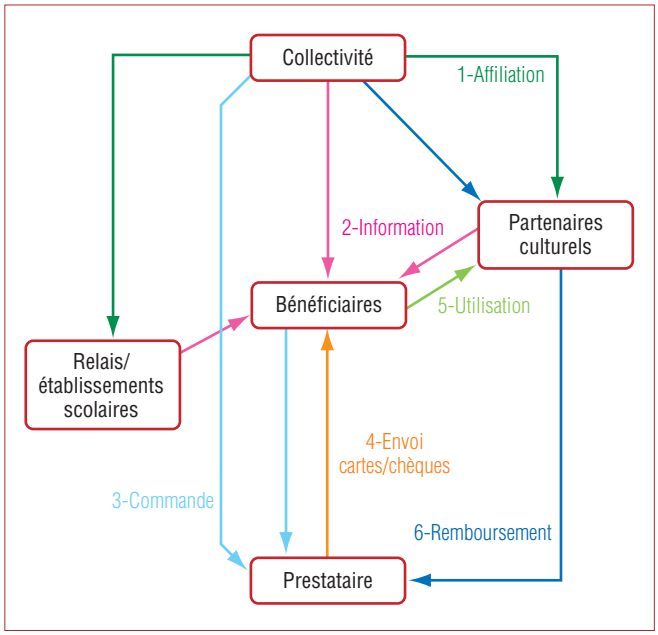
sement direct ou par le biais d'un prestataire extérieur mandaté par la collectivité. Certains dispositifs ne proposent cependant aucun remboursement, les réductions accordées étant directement consenties par les partenaires.

Pilotage et moyens mis en œuvre

Le fonctionnement des dispositifs s'organise autour de trois types d'acteurs : la collectivité, les partenaires culturels et les relais du dispositif auprès du public ciblé (correspondants dans les établissements scolaires, coordinateurs sociaux…). Si certains dispositifs restent pilotés par la collectivité par l'intermédiaire de son service chargé de la culture ou de la jeunesse qui agit directement avec les partenaires culturels et les relais, d'autres présentent des configurations d'acteurs élargies, impliquant des acteurs intermédiaires : associations culturelles, bureaux d'information, animateurs et médiateurs culturels.

Les moyens financiers alloués aux dispositifs varient fortement d'un dispositif à l'autre, de 25 000 euros pour les plus modestes à 800 000 euros pour les plus ambitieux. Les moyens humains affectés aux dispositifs représentent de 0,5 à 3 équivalents temps plein.

Graphique 1 – Fonctionnement schématique des dispositifs cartes et chèques culture



Source : DEPS, ministère de la Culture et de la Communication, 2009

ÉLÉMENTS D'APPRÉCIATION DES RÉSULTATS DES CARTES ET CHÈQUES CULTURE

Éléments d'appréciation de l'utilisation des dispositifs[1]

Le taux de pénétration des dispositifs désigne la part de la population ciblée effectivement touchée. Il varie un peu plus d'un dixième à 100 % dans l'échantillon étudié et dépend en particulier du caractère automatique ou non de la distribution des cartes et chèques culture aux publics ciblés.

Le taux d'utilisation des dispositifs permet d'apprécier la proportion d'utilisation des avantages offerts à chaque bénéficiaire (par exemple, le nombre et le montant des chèques utilisés par chéquier). Il renseigne sur le niveau d'appropriation du dispositif par les bénéficiaires, au-delà de leur inscription dans le dispositif. Les variations du taux d'utilisation sont relativement modérées d'un dispositif à l'autre, et se situent en moyenne entre un tiers et la moitié.

On observe cependant, comme dans le cas de la ville de Rennes, que lorsque le taux de pénétration est faible – ce qui signifie que les cartes ou chèques ne sont pas distribués automatiquement mais nécessitent une démarche volontaire du public ciblé – le taux d'utilisation est fort. À l'inverse, un taux de pénétration élevé voire maximal (100 % en Bourgogne par exemple) ne garantit pas une appropriation du dispositif : un tiers (35 %) des lycéens et apprentis seulement ont utilisé le chèque culture que la région leur a remis.

L'accompagnement culturel

Très peu de dispositifs intègrent une pratique d'orientation et d'accompagnement culturel à leur fonctionnement. Dans la majorité des cas, cette approche est soit absente soit laissée à l'initiative des acteurs relais du dispositif. De manière générale, les dispositifs tentent avant tout d'agir sur l'obstacle financier et tendent à délaisser les blocages symboliques de l'accès à la culture. Lorsque l'accompagnement culturel existe, il peut prendre deux formes : celle d'une approche centrée sur des pratiques collectives (collégiens ou lycéens), et celle d'une démarche plus sociale qui met l'accent sur le développement de l'autonomie des bénéficiaires.

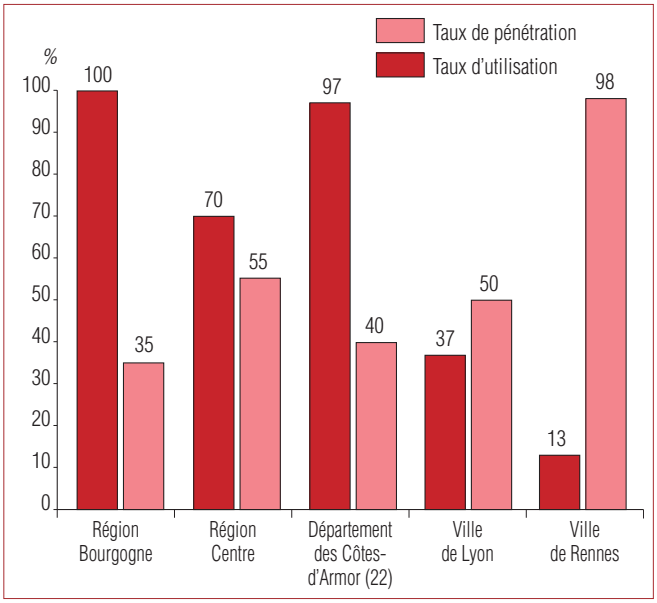
1. Il faut souligner, par souci de précaution de lecture, que la mesure de ces taux n'a pas fait l'objet d'un traitement statistique établi mais repose sur l'observation d'éléments recueillis au cours de l'enquête auprès des collectivités.

Tableau 1 – Dispositifs mis en place selon les collectivités et taux de pénétration

	Région Bourgogne	Région Centre-	Région Picardie	Département de l'Allier	Département des Côtes-d'Armor	Ville de Lyon	Ville de Rennes
Montant des avantages	65 euros	50 euros	< 19,50 euros	NC	70 euros	33 euros	200 euros
Diversité des avantages	Culture et transport	Culture,	Culture	Culture, sports et loisirs	Culture et sport	Culture	Culture, sports et loisirs
Taux de pénétration *(%)*	100	70	36	14	97	37	13

Source : *Pratiques culturelles 2008*, DEPS, ministère de la Culture et de la Communication, 2009

Graphique 2 – Niveau d'appropriation des dispositifs par les publics concernés



Source : DEPS, ministère de la Culture et de la Communication, 2009

L'effet levier auprès des bénéficiaires

Ni le montant ni la diversité des avantages offerts ne suffisent à expliquer l'effet levier sur les bénéficiaires. Il semble qu'il y ait un seuil au-delà duquel ni l'augmentation du montant financier ni la multiplication des avantages ne parviennent plus à influer sur le taux d'utilisation.

Le fait que le bénéficiaire participe financièrement ne semble pas non plus influer de manière déterminante sur le taux d'utilisation, même si les dispositifs ne nécessitant aucune participation financière enregistrent des taux d'utilisation plutôt élevés.

En revanche, le caractère contraignant des démarches à effectuer pour bénéficier du dispositif apparaît bel et bien comme un frein à l'utilisation. Pour autant, une grande facilité d'accès, voire la distribution systématique, ne suffit pas à entraîner une utilisation élevée du dispositif.

L'accompagnement joue un rôle important pour optimiser l'utilisation du dispositif. Qu'il soit mis en place dans un objectif social (développer l'autonomie des personnes en difficulté par l'accès à la culture) ou dans une perspective plus sélective (orienter les bénéficiaires vers des secteurs culturels très ciblés), l'accompagnement des bénéficiaires et le conseil dans le choix de leurs pratiques constituent des éléments déterminants pour l'utilisation et l'appropriation du dispositif.

L'impact des dispositifs sur les partenaires

L'impact des cartes et chèques culture sur les partenaires s'avère relativement limité. Souvent considérés par les équipements culturels comme une simple disposition tarifaire parmi d'autres, ces dispositifs ne semblent pas engendrer de hausses de fréquentation significatives, mais ils ont cependant pour effet de mettre en contact les équipements culturels avec des publics jeunes et de créer un potentiel de fidélisation.

En outre, les dispositifs ne contribuent pas à une véritable mise en réseau des partenaires. D'une manière générale, les partenariats noués entre collectivités et structures culturelles sont souvent réduits à des opérations d'ordre financier. Ainsi, dans l'ensemble, les partenaires culturels regrettent l'absence d'échanges avec les collectivités sur le fondement culturel du dispositif.

Toutefois, les dispositifs associant un faible nombre de partenaires, se caractérisant par leur sélectivité de l'offre culturelle, semblent favoriser la création de liens plus directs entre la collectivité et les partenaires. Il s'agit en effet de dispositifs « culture exclusivement » dont les critères d'éligibilité sont plus stricts, les partenaires éligibles étant nécessairement des établissements subventionnés par la collectivité ou gérés en régie.

L'articulation à la politique culturelle locale

La moitié des dispositifs ne dépendent pas de la direction chargée de la culture mais de celles chargées de la jeunesse ou de la politique de la ville, et ils ne s'intègrent que ponctuellement à la politique culturelle locale. De même lorsque d'autres dispositifs ou opérations en faveur de l'accès à la culture existent, les dispositifs cartes et chèques culture ne s'y articulent que rarement.

S'agissant de l'articulation sur un même territoire de plusieurs dispositifs de cartes ou chèques culture mis en œuvre par différentes collectivités (région, département, ville), les pratiques paraissent plus étanches les unes par rapport aux autres que complémentaires ou concurrentielles.

Une typologie des cartes et chèques culture

Parmi les 63 dispositifs recensés, 58 ont pu être répartis en six familles, en croisant leurs principales caractéristiques : champ, public cible, support, accompagnement, effet auprès du public… La typologie qui en résulte met en évidence la grande diversité des dispositifs et l'inventivité dont font preuve les collectivités en la matière.

Les dispositifs « culture exclusivement »

Cette famille rassemble 30 % des dispositifs. Exclusivement centrée sur des avantages culturels, l'offre concerne un public généralement captif. Il s'agit de dispositifs relativement anciens et pérennes, ayant pour point commun d'associer un faible nombre de partenaires, déjà identifiés, autour d'une offre culturelle bien ciblée. Le support privilégié de ce type de dispositif est une carte.

Ces dispositifs ont recours à des procédures de remboursement différentes. L'essentiel ne semble pas d'atteindre des taux d'utilisation extrêmement élevés, mais de proposer une offre culturelle sélective à des publics motivés : pas de distribution systématique, accompagnement pour des pratiques collectives dans une perspective d'initiation, mobilisation des partenaires autour d'un programme pédagogique… De ce fait, l'effet levier des dispositifs varie selon l'encadrement de la démarche.

Les dispositifs « public captif »

Cette famille concerne un peu plus d'un quart (28 %) des dispositifs. Ceux-ci se distinguent par le caractère captif du public auquel ils sont destinés (en particulier les lycéens et apprentis des régions), et auquel ils proposent une offre culturelle importante et diversifiée, s'intégrant dans une offre plus large concernant également les loisirs, le sport, les transports…

Cette famille regroupe les dispositifs construits autour de la volonté politique et institutionnelle d'un acteur central, généralement une région, qui cherche à soutenir la demande culturelle des lycéens. Ils regroupent pour cela une grande diversité de partenaires culturels, conventionnés par la collectivité et remboursés par l'intermédiaire d'un support privilégié : le chéquier.

Ces dispositifs enregistrent des taux de pénétration très élevés, les cartes et chèques étant distribués automatiquement aux publics captifs de la collectivité par l'intermédiaire des établissements scolaires.

Pour autant, leur effet levier reste moyen ou limité et dépend davantage du montant des avantages et de l'offre culturelle du territoire que du travail de médiation, généralement limité, destiné à promouvoir ces dispositifs.

Les dispositifs « public élargi »

Cette famille concerne 10 % des dispositifs, orientés, contrairement au dispositif « public captif », vers un public large dépassant la population placée sous la compétence de la collectivité. L'offre culturelle est importante mais complétée par une offre dans d'autres secteurs (loisirs, transport, vie pratique, sports…). Le chèque reste le support privilégié.

Les dispositifs de cette famille rassemblent un très large réseau de partenaires, la collectivité ayant fait le choix de privilégier la polyvalence de l'offre. En revanche, c'est dans cette famille que l'on trouve les dispositifs offrant les réductions les plus faibles et ceux pour lesquels, parfois, aucun remboursement des partenaires n'est prévu.

La taille et le caractère lâche de ces dispositifs rendent difficile l'appréciation du taux de pénétration et d'utilisation, d'autant que les avantages concernent des champs très diversifiés et que l'accompagnement culturel est faible ou inexistant.

Les dispositifs « secteurs culturels limités »

Cette famille comprend un nombre limité de dispositifs (9 %) qui, dans une offre globale diversifiée, offrent des prestations culturelles ciblées, à un public non spécifique. Cette offre culturelle est notamment limitée par des conditions d'accès restrictives : durée, critères d'éligibilité, modalités d'inscription…

En conséquence, ces dispositifs, dotés de moyens humains et financiers relativement modestes, sans lien direct avec les services chargés de la culture de la collectivité, concernent un faible nombre d'acteurs. Ces dernières caractéristiques laissent peu de place à une action d'accompagnement culturel.

À l'exception des cas où le public est captif, le taux de pénétration est globalement faible, et l'effet levier sur les pratiques culturelles également modeste, celui-ci bénéficiant essentiellement aux autres activités du dispositif – notamment aux structures sportives.

Les dispositifs « secteurs culturels diversifiés »

Dans cette famille restreinte (6 % des dispositifs), l'offre culturelle offerte est importante voire très large, dans un champ global lui-même étendu, qui va de la culture aux loisirs en passant par la vie quotidienne. Un vaste éventail de secteurs culturels y est représenté.

Proposée à un public large, cette offre diversifiée fait intervenir de nombreux acteurs, pas seulement institutionnels (médiateurs, animateurs, correspondants) et multiplie les possibilités d'inscription aux dispositifs, pour les bénéficiaires comme pour les partenaires.

Les taux de pénétration et d'utilisation sont très faibles et aucune approche d'orientation ou d'accompagnement culturel n'est prévue. L'effet levier est également très faible.

Les dispositifs « sociaux »

Avec 10 % des dispositifs, cette famille très spécifique regroupe les dispositifs généralement spécialisés dans l'offre culturelle à destination de personnes défavorisées ou éloignées de l'accès à la culture. Elle propose une offre culturelle diversifiée et prévoit un accompagnement fort.

Les dispositifs sont généralement mis en place par des acteurs de terrain : travailleurs sociaux et associations. L'offre culturelle se caractérise par la simplicité de la procédure d'affiliation des partenaires au dispositif. Le volet d'accompagnement joue un rôle de premier plan et les bénéficiaires sont le plus souvent accompagnés par des travailleurs sociaux lors de la fréquentation des lieux culturels.

Ces dispositifs sociaux se caractérisent par leur faible taux de pénétration qui s'explique par la difficulté à toucher le type de public ciblé. En revanche, le taux d'utilisation est élevé pour les bénéficiaires qui s'engagent vraiment dans le dispositif. Pour autant, l'effet levier est variable et dépend de l'autonomie des bénéficiaires et de la qualité du travail d'accompagnement.

Perspectives

Un développement global modeste

Avec 43 dispositifs recensés sur les 163 collectivités les plus grandes (conseils régionaux, généraux et villes de plus de 100 000 habitants), le déploiement des dispositifs cartes et chèques culture ne concerne encore qu'un quart de ces collectivités. Si, depuis les années 2000, une deuxième vague a entraîné la création de nombreux dispositifs et a permis un essaimage, leur diffusion reste à ce jour limitée.

Il semble, en outre, que le mouvement de création de dispositifs observé ces dernières années soit en voie de relatif essoufflement et que leur nombre dans les grandes collectivités soit globalement stabilisé. En effet, sous réserve de l'apparition de nouvelles logiques, le déploiement des cartes et des chèques culture est pour le moment concentré sur un niveau particulier de collectivités, les régions, qui sont, à ce jour, pour la plupart dotées de tels dispositifs.

Un instrument de la politique en direction de la jeunesse plus que de politique culturelle

Pour des dispositifs pilotés davantage par les services chargés de la jeunesse, l'approche exclusivement culturelle apparaît secondaire par rapport à des enjeux plus larges à destination de la jeunesse. Lorsqu'elle ne se retrouve pas dissoute dans une offre beaucoup plus ouverte (sports, loisirs, transports, vie pratique…), l'offre culturelle proposée par les dispositifs favorise d'abord les domaines les plus proches des préoccupations des jeunes (cinéma et spectacle vivant) au détriment d'autres secteurs comme le livre et le patrimoine.

Cette focalisation des dispositifs sur la jeunesse plutôt que sur la culture se traduit enfin par leur faible articulation à l'ensemble de la politique culturelle de la collectivité. Le plus souvent, et bien que certains équipements y soient attachés, les dispositifs ne s'inscrivent pas dans une politique de structuration des acteurs culturels et représentent davantage, pour chaque opérateur culturel, un moyen parmi d'autres d'attirer un public jeune.

Des dispositifs pérennes, perçus comme efficients

De manière générale, les dispositifs cartes et chèques culture semblent fonctionner de façon satisfaisante : pratiquement aucun des dispositifs créés dans les collectivités n'a été abandonné et l'ensemble semble être épargné par les effets de lassitude.

Cette pérennité tient d'abord aux modalités de fonctionnement des dispositifs. Les moyens financiers et humains mis en œuvre par les collectivités restent modestes au regard des nombreux bénéfices en termes d'accès à l'offre culturelle et de développement de l'autonomie des jeunes d'une part, et d'affirmation de l'identité de la collectivité d'autre part. Les perspectives ouvertes par ce type de dispositifs sont donc séduisantes pour les collectivités compte tenu de la relative simplicité de leur ingénierie et de leur fonctionnement. De ce point de vue, ils sont perçus par les collectivités comme relativement efficients, en dépit de taux d'utilisation et d'effets leviers qui pourraient être jugés insuffisamment significatifs.

Enfin, la pérennité des dispositifs résulte du fait que pour la plupart des collectivités, les questions d'efficacité, d'efficience, d'utilité ou encore de pertinence des dispositifs mise en place ne se posent pas. Si les objectifs très généraux attribués à ces dispositifs rendent difficile toute tentative d'appréciation fine, dans les faits, peu de dispositifs ont fait à ce jour l'objet d'une évaluation et, pour la grande majorité d'entre eux, les bilans chiffrés sur l'utilisation des cartes et chèques restent sous-utilisés.

Une approche pragmatique comprenant une variété de solutions

Dans son ensemble, la mise en place des cartes et chèques culture ne résulte pas d'une volonté idéologique affirmée ni d'une position forte de conception d'une politique culturelle. Les objectifs qui président à la création de ces dispositifs sont au contraire larges (permettre l'accès à la culture d'une population ciblée, accroître la fréquentation, conquérir de nouveaux publics…) et les modalités de leur mise en œuvre sont définies progressivement. Cette approche pragmatique donne ainsi lieu à une construction de terrain, appuyée sur les expériences existantes. En conséquence, il n'existe pas un type de dispositif, mais une grande variété de solutions (humaines, techniques…) faisant intervenir des configurations d'acteurs diversifiées et des outils variés, selon les besoins identifiés par la collectivité et des objectifs politiques. La plupart des dispositifs sont réalisés sur mesure par des collectivités dont il convient de souligner la grande inventivité dans la mise en œuvre des cartes et chèques culture.

Dans ce contexte, la question du support ne paraît pas stratégique pour les collectivités : cartes et chèques sont indistinctement choisis, sans faire l'objet d'un positionnement stratégique en faveur de l'un ou l'autre support.

Enjeux et perspectives

Une meilleure connaissance des dispositifs ne saurait faire l'impasse sur les enjeux qui président aujourd'hui à la mise en œuvre des cartes et chèques culture et les perspectives dans lesquelles elles peuvent s'inscrire.

Le premier enjeu est d'ordre managérial : la rationalisation de la gestion des dispositifs porte en effet à la fois sur la gestion des données relatives aux bénéficiaires et sur la gestion des aides apportées aux partenaires culturels. Le deuxième enjeu est technologique avec le développement annoncé de supports innovants et intégrés (cartes à puce, cartes multifonctions…), au risque cependant de diluer encore davantage la dimension culturelle des dispositifs dans une offre élargie.

Dans une perspective d'action culturelle, l'enjeu consiste aussi, pour les collectivités, à concevoir des dispositifs cartes et chèques culture qui ne soient pas seulement des outils isolés à destination de la jeunesse mais des éléments à part entière d'une stratégie d'action culturelle menée de façon globale.

Enfin, la perspective est institutionnelle : au-delà des différences de compétences et de publics ciblés par chaque niveau de collectivité, la rationalisation géographique nécessite un dialogue politique afin de rendre complémentaire l'action des dispositifs sur un même territoire. ■

Éléments de méthodologie

Réalisée de janvier à septembre 2009, l'enquête menée par Planète publique pour le DEPS porte essentiellement sur les dispositifs mis en place par les plus grandes collectivités : les 26 régions, les 100 départements qui ont été repérés exhaustivement et les 37 communes et leur groupement de plus de 100 000 habitants, ainsi que sur une liste partielle des dispositifs relevant d'autres collectivités (caisses d'allocations familiales, universités…). À partir d'un inventaire exhaustif de l'ensemble des dispositifs couvrant au moins deux secteurs culturels (cinéma, livre, spectacle vivant, animation culturelle, patrimoine), une typologie reposant sur cinq critères (champ du dispositif, public ciblé, support, offre culturelle, modalités d'utilisation) a ensuite été établie.

Enfin, huit études de cas (entretiens qualitatifs) ont été conduites auprès de collectivités représentant les trois niveaux de territorialité (communal, départemental et régional) d'une part, et représentatives d'autre part des six grandes familles établies dans la typologie : les villes de Lyon et de Rennes, les départements de l'Allier et des Côtes-d'Armor et les régions Bourgogne, Centre, Franche-Comté et Picardie.

Toutes sont dotées, depuis plus ou moins longtemps, d'un système de chèques ou cartes culture.
Ville de Lyon : pass culture.
Ville de Rennes : passeport loisirs et culture.
Conseil général de l'Allier : pass jeunes.
Conseil général des Côtes-d'Armor : Ti'pass.
Conseil régional de Bourgogne : chèque Access.
Conseil régional du Centre : chèque culture Clarc.
Conseil régional de Franche-Comté : passeport loisirs et culture
Conseil régional de Picardie : passeport culturel.

RÉSUMÉ

Destinés à favoriser l'accès à la culture, les cartes et chèques culture permettent à un public souvent spécifique (lycéens, jeunes…) de bénéficier d'une réduction partielle ou d'une exonération totale du prix d'accès à des biens ou services culturels (spectacles, musées, livre, disque, cinéma…). Si les collectivités territoriales se sont rapidement approprié ces dispositifs depuis le milieu des années 1990, avec des modalités de mise en œuvre très diverses (montant de l'offre, public bénéficiaire, accompagnement culturel ou non des publics), il reste à apprécier leur efficience auprès des publics visés.

ABSTRACT

Designed to promote access to culture, culture cards and cheques allow an often specifically-targeted demographic (schoolchildren, young people, etc) to access cultural goods or services (e.g. live entertainment, museums, books, recorded music, cinema, etc.) at a discount or even free of charge. Whilst local authorities have rapidly adopted such schemes since the mid-1990s, with various implementation methods (total cost, eligible groups, cultural or other public support, etc.) their effectiveness on target demographics remains to be seen.

Tous les documents publiés par le DEPS sont téléchargeables sur http://www.culture.gouv.fr/deps

Le DEPS n'assurant pas de diffusion physique de ces documents, nous vous proposons de vous informer régulièrement des parutions par message électronique. Pour ce faire, merci de bien vouloir nous communiquer votre courriel à l'adresse contactdeps.ddai@culture.gouv.fr en indiquant comme sujet du message : « diffusion des collections du Deps ».

Fabrication : TRANSFAIRE – 04250 Turriers