

AVIS À NOS LECTEURS: COMPTE TENU DE LA SITUATION, NOUS NE SOMMES PLUS EN MESURE DE METTRE À JOUR LES ÉVÉNEMENTS DE LA PLATEFORME. - L'équipe

🕒 15.10.2019, 17:00

Le pass culturel "20 ans 100 francs" voit plus grand

PREMIUM



"20 ans 100 francs" devrait prochainement muter en "25 ans 100 francs". DR

PAR SAW

BON PLAN Apprécié mais encore peu connu, l'AG culturel voit plus large en s'ouvrant au moins de 25 ans dès la saison prochaine. Une aubaine pour les jeunes mordus de culture en Suisse romande.

Le sésame «20 ans 100 francs» s'est plutôt bien exporté en dehors du Valais. Etendu il y a un an aux cantons de Neuchâtel, Fribourg, Jura et à la partie francophone du canton de Berne, le pass culturel s'est écoulé à 450 exemplaires pour la saison 2018-2019. «On en visait 270, le bilan est donc plutôt réjouissant», commente Mathieu Bessero-Belti, administrateur de l'association éponyme. Tout heureux de constater que cet élargissement à la Suisse romande a doublé les ventes en Valais.

Aujourd'hui, ce sont 206 lieux qui s'ouvrent aux détenteurs de l'abonnement, dont 91 rien que dans notre canton. «On peut dire qu'on couvre l'essentiel de l'activité culturelle valaisanne», avance notre interlocuteur sans fausse fanfaronnade. Convaincu que l'exhaustivité territoriale est un atout. «Il faut que le jeune se dise je peux aller partout!»

1000

le nombre d'entrées enregistrées pour la saison 2018-2019

Les théâtres gagnants

Selon les chiffres fournis par l'association, ce sont les théâtres qui se taillent la part du lion avec le Crochetan (Monthey), Valère (Sion) et le TLH-Sierre dans le trio de tête des lieux les plus courus. «Ils ont sans doute un intérêt plus marqué à rajeunir leur public», analyse le président de l'association Lorenzo Malaguerra. Le directeur du Crochetan avait lancé ce pass inspiré de l'AG CFF en septembre 2012 avec son homologue du Petit-Théâtre de Sion Michaël Abbet. Leur but: rajeunir l'audience de leurs institutions et démocratiser l'accès à la culture.

Sept ans après, l'objectif est-il atteint? Un coup de sonde dans différents lieux partenaires du canton nous enseigne que les fortunes sont diverses. Si Valère se réjouit d'avoir vendu 160 billets en 2019 via ce canal (74 la moins bonne année en 2014 et 178 en 2016, le meilleur millésime), son voisin du Baladin à Savièse n'écoule que 60 places sur les 17 000 enregistrées par saison. Une proportion infime que Valérie Galan impute à un certain manque de visibilité de la carte. «C'est souvent nous qui la proposons aux jeunes», explique la responsable de la billetterie et des abonnements. Qui relève que ce sont surtout les enfants des abonnés qui sont demandeurs. Pas question pour autant de tourner le dos au concept – «peu coûteux et simple d'utilisation» – qui comble les jeunes mordus de culture.

La carte n'est pas très connue. Ce sont souvent nous qui la proposons aux jeunes."

VALÉRIE GALAN, RESPONSABLE DE LA BILLETTERIE ET DES ABONNEMENTS AU BALADIN DE SAVIÈSE

Le défi de la visibilité

Alors quid d'un déficit de communication? Lorenzo Malaguerra balaie la critique. «C'est un choix stratégique. On laisse les lieux partenaires faire la promotion du sésame.» Valérie Quennoz, chargée des relations publiques au TLH-Sierre, estime de son côté qu'on pourrait autoriser les institutions à vendre elles-mêmes le pass. Un pas de plus qui n'est pour l'heure pas à l'ordre du jour.

Pour certains lieux qui n'ont pas de peine à drainer le jeune public et qui ont des tarifs déjà très accessibles à l'instar des salles de musique du Port Franc à Sion ou du Pont Rouge à Monthey, la promotion du sésame est sans doute moins vitale. «On écoule entre 60 et 80 billets par an. Ce sont surtout les soirées rap qui cartonnent, moins le rock ou le metal», éclaire Cyril Huguot, programmateur du Pont Rouge, convaincu de la pertinence du dispositif.

3000

événements culturels proposés par l'AG en Suisse romande

Le rock et le metal, les Caves du Manoir à Martigny en font leur affaire, touchant du coup une frange plus âgée de la population. «Mais un public qui vieillit ne signifie pas baisse de fréquentation», rappelle Mathieu Roduit, président de l'association Subnascor qui gère la salle. Laquelle, sans faire défection à «20 ans 100 francs», a pris le parti d'offrir un rabais de 5 francs aux moins de 25 ans sur l'ensemble de ses soirées.

Jusqu'à 25 ans

Pourrait-on imaginer dès lors d'étendre l'âge des bénéficiaires? Lorenzo Malaguerra n'est pas contre. «C'est un point en discussion depuis les débuts. Les jeunes entre 18 et 20 ans étant statistiquement les plus gros consommateurs (46%), ce serait logique de passer à 25 ans. L'abonnement n'en serait que plus attractif», argumente le Montheyan qui espère pouvoir étrenner cette carte new-look lors de la prochaine saison (2020-2021)

Avec à la clé une majoration du prix? «On veut rester à 100 francs le plus longtemps possible», coupe Lorenzo Malaguerra qui met en avant le précieux soutien de certaines communes faisant don de la carte aux nouveaux citoyens lors de la traditionnelle cérémonie de promotion civique. «Une douzaine de communes jouent aujourd'hui le jeu. C'est une belle vitrine pour nous», salue Mathieu Bessero-Belti qui compte bien rallier d'autres municipalités en Valais et en Suisse romande. Un tiers des usagers acquièrent en effet l'AG culturel par ce biais, un autre tiers sous forme de cadeau, le dernier tiers par achat direct.

Roxane, collégienne de 16 ans, s'est vu offrir la carte en mars 2018. Si elle concède ne pas l'avoir trop exploitée la première année, cette amatrice de musique l'a bien utilisée ensuite, notamment au Port-Franc à Sion. «Et je compte aller au Fri-Son à Fribourg en novembre», nous glisse-t-elle au bout du fil. Si elle s'est peu aventurée au théâtre, c'est plus par peur d'y aller seule.

«De plus, les spectacles sont parfois en semaine. Pas idéal quand on est étudiant.» La lycéenne a un rêve: que le sésame donne accès aux grands festivals comme le Paléo. Un vœu pieux. «On risque l'implosion», met en garde Lorenzo Malaguerra arguant que ce n'est pas la vocation du pass.

UNE MOBILITÉ À SOIGNER

Nina Pellegrino, 21 ans, est étudiante à l'Institut littéraire suisse de Bienne. Son premier AG, elle l'a reçu à 14 ans pour Noël. Depuis, il ne l'a plus quittée. «La première année, je l'ai rentabilisé en un soir avec un concert à 90 francs », se souvient la Valaisanne. Installée à Genève, elle l'utilise aujourd'hui un peu moins. «Ce qui me plaît, c'est qu'on peut tout essayer sans se poser de question.» Et s'il fallait une amélioration, la jeune femme suggère de créer une vraie communauté d'usagers. «Et pourquoi pas une app' de covoiturage?» La mobilité, un enjeu crucial. «Coupler le sésame à des rabais sur les transports publics pourrait booster la fréquentation», estime Valérie Galan du Théâtre Le Baladin à Savièse. Une piste qu'explore justement l'association. «Près d'un quart de nos abonnés font plus de 25 km», détaille Mathieu Bessero-Belti qui dit travailler à une sorte de Voie7 culturelle.

Pour des initiés

L'AG culturel s'évertue davantage à éveiller la curiosité et à susciter des découvertes. Il peut notamment contribuer à démystifier le classique, bastion des têtes chenuées. Alors qu'il offrait déjà la gratuité aux moins de 16 ans, le Sion Festival a choisi de rejoindre le réseau en 2014. Surtout pour la symbolique lui qui écoule modestement entre 30 à 80 billets par édition via ce créneau. «Ça reste marginal mais c'est important d'en être», explique son administrateur Fabien Girard qui s'efforce de vivifier son «bébé» via une communication axée sur les réseaux sociaux.

C'est comme en ski. Si on prend un abonnement, c'est qu'on en est déjà féru."

LORENZO MALAGUERRA, PRÉSIDENT DE L'ASSOCIATION «20 ANS 100 FRANCS» ET DIRECTEUR DU CROCHETAN

Reste qu'à Lausanne, la carte «Cultissime» est en sursis, rencontrant peu d'écho si ce n'est auprès de jeunes initiés baignant déjà dans la culture. Une réflexion est en cours pour la coupler à des activités sportives. Une piste à suivre? Pas pour Lorenzo Malaguerra. «On ne cherche pas forcément à convertir de nouveaux adeptes. C'est comme en ski. Si on prend un abonnement, c'est qu'on est déjà féru. En culture, c'est pareil. Notre but, c'est avant tout de renforcer la pratique culturelle, d'en offrir plus à ceux qui en sont friands.»

La gratuité fait débat

Il n'empêche, la gratuité pourrait-elle contribuer à «donner l'envie» à ceux qui en sont dénués? «Un bon test serait d'offrir la carte aux élèves du Cycle d'orientation et d'en mesurer l'impact sur la fréquentation», suggère Fabien Girard. Directrice de la Ferme-Asile à Sion, aussi membre du réseau, Isabelle Pannatier bat en brèche cette idée. «La gratuité, c'est un mauvais message. Ce qu'il faut, c'est sensibiliser les jeunes via la médiation culturelle qui peut aiguïser l'appétit.»

Pour l'heure, le pass tente de se faire plus aguicheur. Dès la fin de l'année, il sera possible de payer le sésame en ligne directement sur le site qui va faire peau neuve. Un gros travail de communication sur les réseaux sociaux est en cours avec une équipe de «super ambassadeurs», autrement dit des jeunes abonnés très proactifs invités à partager leurs expériences culturelles sur Instagram ou Facebook. «La culture League, ce sont des jeunes qui parlent aux jeunes. On est dans la nano influence», sourit Mathieu Bessero-Belti. De quoi stimuler la sortie en groupes, la solitude faisant souvent office de repoussoir.

INFOS PRATIQUES

Le pass peut être commandé via le site [20 ans 100 francs](https://www.20ans100francs.ch).

