Une ressource publiée sur tmnlab.com

Au Royaume Uni, « The Audience Agency » œuvre à la fois au niveau de la programmation artistique, de l'action sociale et de la résilience économique du secteur culturel.

Posted on 20 janvier 2022 by Clément Coustenoble

Mandatée et financée par l'organisme public *Art Council England* pour aider les acteurs culturels dans la connaissance et le développement des publics actuels et potentiels, *The Audience Agency* est une structure de recherche, de conseil et de mesure qui recueille les données sur les ventes aux guichets (en ligne et hors ligne), les enquêtes de publics, les visites des sites web et les contenus des médias sociaux pour tous les organismes artistiques et culturels qui reçoivent des fonds du *Art Council England*.

Comment « The Audience Agency » permet aux acteurs culturels de partager, comparer et utiliser leurs données ?

Pour mener à bien cette mission, *The Audience Agency* s'est dotée de *The Audience Finder*, un outil de collecte, développement et analyse des données d'audience à l'échelle du Royaume-Uni. Grâce à celui-ci, chaque structure crée un compte qui lui permet de disposer d'un accès gratuit aux données sur ses publics, ainsi qu'à des données comparées aux niveaux régional et national. À partir de cet outil, les structures peuvent :

- Collecter et analyser des données avec une approche standardisée qui dresse un portrait des publics locaux et nationaux. Ces informations permettent d'appréhender les caractéristiques et comportements des publics en ligne et *in situ*, grâce à des données structurées selon l'âge, la région, la structure, le segment de marché, etc.
- Générer des rapports d'audience personnalisés afin de permettre une promotion et un marketing plus pertinents, des stratégies d'exposition et de tournée ainsi qu'un meilleur développement des publics et commercial. Ces rapports peuvent ensuite être partagés avec les parties prenantes, tutelles ou bailleurs de fonds.
- Identifier de nouvelles opportunités d'audience en utilisant différents outils : tableaux de bord, cartographie des bassins de vie des publics, outils d'analyse des comportements.
- Rejoindre des groupes collaboratifs de partage de données pour développer des pratiques de croissance d'audience de pairs à pairs.

Enfin, *The Audience Agency* dispose d'un programme de gouvernance qui repose notamment

sur sa charte communautaire : *TAA approach to research ethics, data security and GDPR*. Ce document permet aux structures de formaliser et de partager leurs valeurs avec leurs partenaires, gage de confiance dans le partage des données, puisqu'il concrétise une culture organisationnelle de confiance et d'écoute des besoins des organisations de leur réseau.