En région Flamande, l’organisation « publiq » stimule la participation des citoyens aux activités de loisirs

Posted on 25 mars 2025 by Clément Coustenoble

Karel De Rudder,
responsable des données chez publiq

Dans un contexte où la donnée joue un rôle croissant dans la transformation des pratiques comme des organisations ; comprendre leur potentiel pour les institutions et les politiques culturelles est essentiel. Comment mutualiser les données d’audience, comportementales ou de programmation pour initier de nouvelles dynamiques collaboratives, optimiser les ressources, et améliorer notre adresse aux publics ?

Dans le cadre de son activité d’observatoire, le TMNlab a identifié plusieurs projets européens qui apportent du grain à moudre à notre réflexion. Direction la Flandre, en Belgique, où Karel De Rudder nous a présenté l’étendue des activités de publiq.

[english below]

Rapprocher l’offre et la demande

publiq est une association belge à but non lucratif qui a pour objectif de stimuler la participation aux activités de loisirs – parmi lesquelles la culture et le sport. Sa mission : rapprocher l’offre et la demande en aidant le public à trouver des activités et en aidant les activités à atteindre le public.

Initialement connue sous le nom de CultuurNet Vlaanderen, l’organisation a adopté le nom de

publiq en 2017, année de sa fusion avec CJP, renforçant ainsi sa mission de promotion des loisirs en Flandre et à Bruxelles. Depuis 2025, l'organisation dēmos fait également partie de publiq, intégrant une expertise approfondie sur la participation des minorités aux loisirs.

Un financement public à 60 %

publiq est donc une entité indépendante qui opère principalement au sein de la communauté flamande – bien que certaines initiatives, comme le Pass Musées, aient une portée nationale. Son conseil d'administration est composé d'experts issus de différents domaines : sociologie, économie, droit, culture.

Son financement repose sur un soutien de 60 % du gouvernement flamand par le biais d'un accord de gestion, complété par 40 % de revenus propres provenant de services et de collaborations. Ce financement couvre l'ensemble du projet de l'association : de la construction et de la maintenance de l'écosystème numérique et technique au marketing, en passant par divers projets socioculturels pour les citoyens et la gestion des comptes pour de nombreux partenaires collaborateurs.

Depuis sa création, publiq a évolué d'un simple outil de diffusion d'informations culturelles à une plateforme plus ambitieuse, offrant des programmes visant à promouvoir l'engagement du public et le partage de données.

L'association s'est également développée en fusionnant avec des organisations telles que CJP/BILL (spécialisée dans la participation des jeunes à la culture), Vitamine C (axée sur les programmes d'éducation culturelle) et Dēmos (axée sur l'inclusion des publics défavorisés).

Nous observons que son modèle, basé sur le partage de données et l'innovation numérique, encourage non seulement la participation des citoyens aux activités culturelles et sportives, mais soutient également la transformation numérique du secteur culturel. En s'appuyant sur des partenariats étendus et un modèle de financement hybride, publiq continue de développer de nouveaux outils pour optimiser les conditions de la relation entre l'offre et la demande

culturelle.

« Avec publiq ; qui cherche, trouve »

Sous ce leitmotiv, l'association déploie plusieurs produits numériques qui facilitent l'accès à une gamme variée d'activités de loisirs :

- UiTdatabank, une base de données pour les organisateurs
- UiTinVlaanderen.be, avec le calendrier de loisirs le plus complet
- UiTagenda, un agenda sur mesure

L'un des principaux outils est la **base de données UiTdatabank**, dans laquelle plus de 28 000 organisateurs ajoutent chaque année plus de 250 000 activités, telles que des concerts, des expositions, des événements sportifs, des ateliers et des conférences. Cette centralisation permet une visibilité optimale sur les différents canaux en ligne et hors ligne : dès qu'un utilisateur ajoute une activité, celle-ci apparaît sur les sites web gérés par publiq ainsi que sur plus de 500 agendas de loisirs – numériques ou imprimés – publiés par les autorités, organisations et médias locaux et nationaux.

Cette base de données alimente alors **l'agenda de loisirs UiTinVlaanderen.be** Cet agenda, en ligne, recense des dizaines de milliers d'activités culturelles et de loisirs organisées en Flandre et à Bruxelles et affiche plus de 10 millions de visites par an.

Cet écosystème numérique répond à plusieurs missions :

- **Levée des barrières à la participation** : publiq met en place des solutions pour réduire les obstacles à l'accès aux activités culturelles, qu'ils soient financiers (programme de réductions et de fidélité baptisé UiTPAS) ou informatifs (agendas en ligne et contenus éditoriaux).
- **Faciliter l'accessibilité des offres à travers des programmes spécifiques** : publiq pilote également des initiatives comme le Pass Musées, un abonnement donnant accès à plus de 250 musées en Belgique, ainsi que des actions ciblées pour les jeunes et les publics en situation de précarité :
  - Vlieg, pour les activités adaptées aux familles,
  - UiTX, pour les jeunes
  - Cultuurkuur, où 1 700 organisations culturo-éducatives publient leur offre destinée aux écoles
- **Accroître la connaissance de la participation culturelle des citoyens** : l'organisation analyse et partage des données sur les comportements du public, propose des formations et accompagne le secteur culturel dans sa transition digitale.
- **Accompagner la transformation numérique des organisations grâce à la diffusion des connaissances** : en partageant les meilleures pratiques et des études de cas sur le développement des publics, publiq joue un rôle clé dans la transformation

numérique et l'évolution des politiques culturelles.

Autant de missions qui reposent sur une étroite collaboration avec les partenaires : publiq travaille avec plus de 20 000 institutions culturelles et 96 % des collectivités locales en Flandre. Son approche repose sur un modèle coopératif ; les partenaires s'engagent financièrement ou bien sur du temps R.H., mais coordonnent également la mise en œuvre locale, l'utilisation active et le suivi des outils de la plate forme afin de formuler un retour d'information sur les défis actuels et les opportunités à aborder à un niveau plus collectif.

Ainsi, **dans ce large spectre d'activités, chaque partie prenante à un rôle à jouer** (citoyens, organisateurs, gouvernements locaux) :

- Les citoyens fournissent des retours via des enquêtes et groupes de discussion.
- Les organisateurs partagent leurs expériences lors de sessions interactives et bénéficient d'outils d'analyse et de communication.
- Les autorités locales et le gouvernement flamand participent à l'élaboration des orientations stratégiques et financent partiellement l'organisation.

Quelques informations techniques

Afin de permettre aux institutions culturelles et aux collectivités locales de mieux comprendre leurs publics et d'affiner leurs stratégies, publiq déploie une méthode avancée de collecte et d'exploitation des données culturelles.

Sources et valorisation des données

Les données sont essentiellement générées par les utilisateurs via l'inscription d'événements, l'enregistrement de transactions (billetterie, check-ins, consultations en ligne) et les interactions avec les outils digitaux de publiq. Elles sont ensuite centralisées dans des bases de données normalisées selon le standard OSLO, favorisant l'interopérabilité avec d'autres systèmes.

La plateforme automatisée et en libre-service baptisée UiTwisselingsplatform permet dorénavant de partager, de consulter des ensembles de données existants ou de combiner des données pour créer de nouveaux jeux. Elle permet ainsi de partager ces données avec différents acteurs :

- **Les gouvernements locaux**, qui peuvent exploiter les données pour élaborer des politiques culturelles basées sur des éléments factuels, des rapports chiffrés.
- **Les organisateurs d'événements**, qui accèdent à des tableaux de bord pour analyser la participation des citoyens à leurs activités.

- **Les partenaires du secteur culturel**, qui bénéficient d'une infrastructure collective pour mutualiser et exploiter les données.

Enfin, notons que les demandes de données spécifiques sont gérées via un système de gestion de compte. Les résultats des analyses sont accessibles aux partenaires via un système de partage sécurisé et des tableaux de bord personnalisés.

Services associés

publiq propose plusieurs services dérivés de cette mutualisation de données :

- **Enrichissement et analyse de données** : tableaux de bord personnalisés, études de public, benchmarking sectoriel.
- **Marketing et communication** : campagnes ciblées, contenus éditoriaux adaptés aux tendances de consommation culturelle.
- **Solutions techniques** : l'organisation a développé le « publiq platform », un portail en libre-service où partenaires et développeurs peuvent accéder à des interfaces de programmation (APIs). Ce portail permet une inscription aisée et un accès gratuit aux environnements de test des APIs, facilitant ainsi l'intégration des données culturelles dans diverses applications et services.
- **Workshops et accompagnement** : formations pour aider les partenaires à analyser leurs données et en tirer des enseignements concrets.

Perspectives d'évolution

publiq s'appuie sur des **standards ouverts** tels que Schema.org et OSLO pour garantir l'interopérabilité et la qualité des données échangées.

L'organisation continue d'explorer de nouvelles applications, comme l'analyse de données de billetterie pour identifier des profils comportementaux et affiner les stratégies de développement des publics.

Enfin, publiq est une association tournée vers l'Europe, notamment à travers la *European Audience Data Alliance* (dont elle fait partie, avec le TMNlab, du comité de pilotage).

[présentation publiq – Data Alliance Forum 29.04.2024 – UiTwisselingsplatform Flanders]

À propos de la *European Audience Data Alliance*

Aux côtés du TMNlab, publiq fait partie de la *European Audience Data Alliance*, un forum international pour les organisations qui œuvrent à la compréhension et à la croissance de l'engagement culturel des citoyens par les moyens d'une meilleure collecte, analyse et restitution des données d'audience, ainsi qu'une réflexion sur la littératie de la donnée dans l'écosystème culturel européen.

Les précédents rendez-vous à Anvers (Belgique), Malmö (Suède), Berlin (Allemagne), Copenhague (Danemark) ont participé à la rédaction du Manifeste de Gand par le Conseil de l'Union européenne. Publié en mai 2024, ce document formule les recommandations suivantes sur l'autonomisation des secteurs culturels et créatifs, grâce à l'information par la donnée vis-à-vis du développement des publics :

- Élaborer des cadres politiques pour une approche axée sur les données.
- Encourager un partage plus intelligent et éthique des données sur les publics.
- Promouvoir les compétences numériques et l'engagement dans les programmes financés par l'UE.

Le TMNlab et publiq siègent au comité de pilotage de la *European Audience Data Alliance*.

Autres projets analysés dans le cadre de notre activité d'observatoire :

- DIP : la plateforme numérique au service des arts du spectacle aux Pays-Bas
- L'IKTf à Berlin : un institut dédié à l'étude des conditions de la participation culturelle
- The Audience Agency, pionnier de la mutualisation des données culturelles au Royaume-Uni
- Au Québec, Data-Coop Culture propose une alternative coopérative aux géants du Web pour la gestion des données culturelles.
- Creative Prague : au service des industries culturelles et créatives de la capitale tchèque

In Flanders, 'publiq' stimulates citizen participation in leisure activities

In a context where data is playing a growing role in the transformation of practices and organisations alike, understanding its potential for cultural institutions and policies is essential. How can we pool audience, behavioural and programming data to initiate new collaborative

dynamics, optimise resources and improve the way we address our audiences?

As part of its observatory activity, TMNlab has identified several European projects that provide food for thought. We headed for Belgium, where Karel De Rudder showed us the full range of publiq's activities.

Bringing supply and demand closer together

publiq is a Belgian non-profit organization whose objective is to stimulate participation in leisure activities, including culture and sport. Its mission: to bring together supply and demand by helping the public find activities and by helping activities reach the public.

Originally known as CultuurNet Vlaanderen, the organization adopted the name publiq in 2017, the year it merged with CJP, thus strengthening its mission to promote leisure in Flanders and Brussels. Since 2025, the organisation dēmos is also part of publiq, integrating in-depth expertise on leisure participation of minorities.

60% public funding

publiq is an independent entity but operates primarily within the Flemish community, although some initiatives, such as the Museum Pass, have a national scope. Its board of directors is made up of experts from various fields: sociology, economics, law, and culture. It employs approximately 100 peopleIts funding model is based on 60% support from the Flemish government via a management agreement and 40% from its own revenues from services and collaborations. This funding covers the association's overall project: from the construction and maintenance of the digital and technical ecosystem to marketing, various sociocultural projects for citizens and account management for many collaborating partners.

Since its inception, publiq has evolved from a simple tool for disseminating cultural information to a more ambitious platform, offering programs to promote public engagement and data sharing.

It has also expanded through mergers with organizations such as CJP/BILL (specializing in youth participation in culture), Vitamine C (focused on cultural education programs), and Dēmos (focused on the inclusion of disadvantaged groups).

We observe that its model, based on data sharing and digital innovation, not only encourages citizen participation in cultural and sporting activities, but also supports the digital transformation of the cultural sector. By relying on extensive partnerships and a hybrid funding model, publiq continues to develop new tools to optimize the conditions of the relationship

between cultural supply and demand.

'With publiq, those who seek, find'

Under this motto, the association deploys several digital products that facilitate access to a diverse range of leisure activities :

- UiTdatabank, a database for organizers
- UiTinVlaanderen.be, with the most comprehensive leisure calendar
- UiTagenda, a tailor-made calendar

Among the key tools is the UiTdatabank database, where more than 28,000 organizers add more than 250,000 activities annually, such as concerts, exhibitions, sporting events, workshops, and conferences. This centralization allows for optimal visibility across various online and offline channels. In other words, as soon as a user adds an activity, it appears on the websites managed by publiq as well as more than 500 digital or printed leisure calendars published by local and national authorities, organizations, and media.

This database also feeds the UiTinVlaanderen.be leisure calendar. This online calendar lists tens of thousands of cultural and leisure activities organized in Flanders and Brussels and boasts more than 10 million visits per year.

This digital ecosystem serves several purposes:

- **Removing barriers to participation**: publiq implements solutions to reduce barriers to access to cultural activities, whether financial (discount and loyalty program called UiTPAS) or informative (online calendars and editorial content).
- **Facilitating accessibility to offerings through specific programs**: publiq also pilots initiatives such as the Museum Pass, a subscription granting access to more than 250 museums in Belgium, as well as targeted initiatives for young people and people in disadvantaged situations.
    - Vlieg, for family-friendly activities
    - UiTX, for young people
    - Cultuurkuur, where 1,700 cultural and educational organizations publish their offerings for schools
- **Increasing knowledge of citizens' cultural participation**: the organization analyzes and shares data on audience behavior, offers training, and supports the cultural sector in its digital transition.
- **Supporting the digital transformation of organizations through knowledge dissemination**: by sharing best practices and case studies on audience development, publiq plays a key role in the digital transformation and the evolution of cultural policies.

These missions rely on close collaboration with partners: publiq works with more than 20,000

cultural institutions and 96% of local authorities in Flanders. Its approach is based on a cooperative model; partners commit financially or in terms of HR time, but also coordinate the local implementation, active use, and monitoring of the platform's tools in order to provide feedback on current challenges and opportunities to be addressed at a more collective level.

Thus, in this broad spectrum of activities, **each stakeholder (citizens, organizers, local governments) has a role to play**:

- Citizens provide feedback via surveys and focus groups.
- Organizers share their experiences during interactive sessions and benefit from analysis and communication tools.
- Local authorities and the Flemish government participate in developing strategic directions and partially finance the organization.

Technical information

To enable cultural institutions and local authorities to better understand their audiences and refine their strategies, publiq is deploying an advanced strategy for collecting and exploiting cultural data.

Data Sources and Valorization

The data is primarily generated by users through event registrations, transaction recordings (ticketing, check-ins, online consultations), and interactions with publiq's digital tools. It is then centralized in standardized databases based on the OSLO standard, promoting interoperability with other systems.

An automated, self-service platform called UiTwisselingsplatform now allows users to share and consult existing datasets, or combine data to create new ones. The UiTwisselingsplatform allows this data to be shared with various stakeholders:

- **Local governments**, who can use the data to develop cultural policies based on factual information and quantified reports.
- **Event organizers**, who access dashboards to analyze citizen participation in their activities.
- **Partners in the cultural sector**, who benefit from a collective infrastructure to pool and leverage data.

Finally, specific data requests are managed via an account management system. The analysis results are accessible to partners via a secure sharing system and customized dashboards.

Related services

publiq offers several services derived from this data pooling:

- **Data enrichment and analysis**: customized dashboards, audience studies, sector benchmarking.
- **Marketing and communication**: targeted campaigns, editorial content adapted to cultural consumption trends.
- **Technical Solutions**: The organization has developed the « publiq platform, » a self-service portal where partners and developers can access application programming interfaces (APIs). This portal allows easy registration and free access to API testing environments, facilitating the integration of cultural data into various applications and services.
- **Workshops and Support**: Training to help partners analyze their data and derive concrete insights.

Future Developments

publiq relies on **open standards** such as Schema.org and OSLO (e.a. the approved standard for cultural participation in Flanders) to ensure interoperability and the quality of the data exchanged.

The organization continues to explore new applications, such as analyzing ticketing data to identify behavioral profiles and refine audience development strategies.

Finally, publiq is an association with a European focus, notably through the European Audience Data Alliance (on whose steering committee it sits alongside TMNlab).

About the European Audience Data Alliance

Alongside TMNlab, publiq is part of the European Audience Data Alliance, an international forum for organisations working to understand and grow citizens' cultural engagement through better collection, analysis and reporting of audience data, as well as reflection on data literacy in the European cultural ecosystem.

Previous meetings in Antwerp (Belgium), Malmö (Sweden), Berlin (Germany) and Copenhagen

(Denmark) contributed to the drafting of the Ghent Manifesto by the Council of the European Union. Published in May 2024, this document makes the following recommendations on empowering the cultural and creative sectors through data-driven information for audience development:

- Develop policy frameworks for a data-driven approach.
- Encourage smarter and ethical sharing of audience data.
- Promoting digital skills and engagement in EU-funded programmes.

TMNlab sits on the steering committee of the European Audience Data Alliance.