# Au Danemark, le TMNlab présente ses actions en faveur de la ‘data literacy’ du secteur culturel

Posted on 17 novembre 2025 by Clément Coustenoble

**Ce mois de novembre, Clément Coustenoble, chef de projet, était à Aarhus, au Danemark, dans le cadre des relations européennes entretenues par le TMNlab autour de la donnée culturelle.**

Le 10 novembre s’est tenu la 2e édition de *Dialog Digital*, une conférence internationale consacrée aux *cultural engagements solutions*, ces solutions qui agrègent de la donnée pour appréhender l’engagement culturel des citoyens. À cette occasion, divers professionnels de la culture, qu’ils soient entrepreneurs, décideurs politiques ou dirigeants d’institutions publiques, ont abordé le développement de stratégies d’engagement culturel durables, dans toutes les formes d’art. Parmi eux, Paul Callaghan, président de l’organisme caritatif Sunderland Music, Arts and Culture Trust, a témoigné de son action pour revitaliser par la culture les territoires désindustrialisés du nord-est de l’Angleterre.



« Dialog Digital », 10.11.25, INCUBA Pier Venue, Århus Denmark (photo de Lenka Fendrychová, Creative Prague)

> Cette conférence porte sur la manière de créer, financer et développer des systèmes collaboratifs qui tirent parti des nouveaux outils numériques et du pouvoir du nombre pour renforcer les relations avec les publics existants, tout en trouvant et en engageant de nouveaux groupes de publics.
>
> Frederik Fabricius, organisateur

> en savoir plus sur l’événement Dialog Digital <

Le lendemain, 11 novembre, le ARoS Aarhus Kunstmuseum a accueilli le 9e rendez-vous de l'Alliance européenne de la donnée culturelle, dont le TMNlab fait partie du comité d'orientation. Au programme : plusieurs ateliers pour faciliter les coopérations entre acteurs européens de la donnée d'audience, une intervention de l'avocate Fayrouze Masmi-Dazi sur les opportunités et contraintes d'un *data space*, et une discussion commune au sujet de l'avenir du Policy Forum qui se tient ce mois-ci à Bruxelles et doit aboutir dans la rédaction d'un document d'orientation sur le « sur le développement d'audience basé sur les données ».



Conférence de l'EADA, 11.11.25, ARoS Aarhus Art Museum, Denmark (photo de Lenka Fendrychová, Creative Prague)

À cette occasion, Clément Coustenoble a présenté la **plateforme d'autoformation « Audience Data & Performing Arts » dédiée aux stratégies marketing dans le spectacle vivant**, conçue par le TMNlab.

Alors que la transformation numérique influe incontestablement sur les pratiques culturelles,

les enjeux liés à la découvrabilité, aux bulles algorithmiques ou à l'économie de l'attention appellent une nouvelle littératie : le secteur du spectacle vivant européen est en pleine mutation. Face à la digitalisation croissante des usages, à l'abondance des données disponibles et à la diversité de leurs sources, le développement de la littératie des données – ou l'aptitude à les comprendre et les utiliser – est devenu crucial pour le secteur.

C'est dans ce contexte qu'est née la plateforme d'autoformation Audience Data & Performing Arts, une initiative portée par Prospero Extended Theatre et le TMNlab, avec le soutien de "Europe créative", programme de la Commission européenne visant à soutenir les secteurs de la culture et de l'audiovisuel de l'Union Européenne.

contexte du projet
accès à la plateforme

**Programme de la conférence (en anglais)**

9th EADA 2025 Conference – 10-11.11.25 Aarhus.pptx

**À propos de la *European Audience Data Alliance***

Le TMNlab 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. Clément Coustenoble fait partie du comité d'orientation de l'Alliance.

Les précédents rendez-vous à Anvers (Belgique), Malmö (Suède), Gand (Belgique), Berlin (Allemagne), Copenhague (Danemark) et Bergen 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.

**Mutualiser les données de la culture : pourquoi, comment ? Études de projets internationaux**

Dans le cadre de son activité d'observatoire, et en lien avec la *European Audience Data Alliance*, le TMNlab a identifié et analysé plusieurs projets qui apportent du grain à moudre à notre réflexion :

- 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
- En région Flamande, l'organisation « publiq » stimule la participation des citoyens aux activités de loisirs
- 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
- DIP : la plateforme numérique au service des arts du spectacle aux Pays-Bas