

Bienvenue !

Démarrage à 9h30



LA SESSION SERA ENREGISTRÉE
ET PUBLIÉE SUR [TMNLAB.COM](https://tmnlab.com)

COUPEZ VOTRE CAMERA
SI VOUS NE SOUHAITEZ PAS APPARAÎTRE SUR L'ENREGISTREMENT



Mutualiser les données de la culture, pourquoi, comment : étude de projets internationaux et débats

--

Clément Coustenoble & Anne Le Gall
tmnlab.com



Remerciements

--

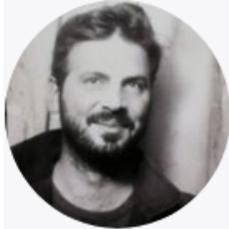


D'où parlons-nous

--

The logo for TMN lab is located at the bottom center of the slide. It consists of the letters 'TMN' in a stylized, multi-colored font (teal, orange, and purple) with a pixelated or blocky appearance. To the right of 'TMN' is the word 'lab' in a simple, lowercase, sans-serif font.

TMN lab



Clément Coustenoble

Chef de projet | clement.coustenoble [at] tmnlab.com

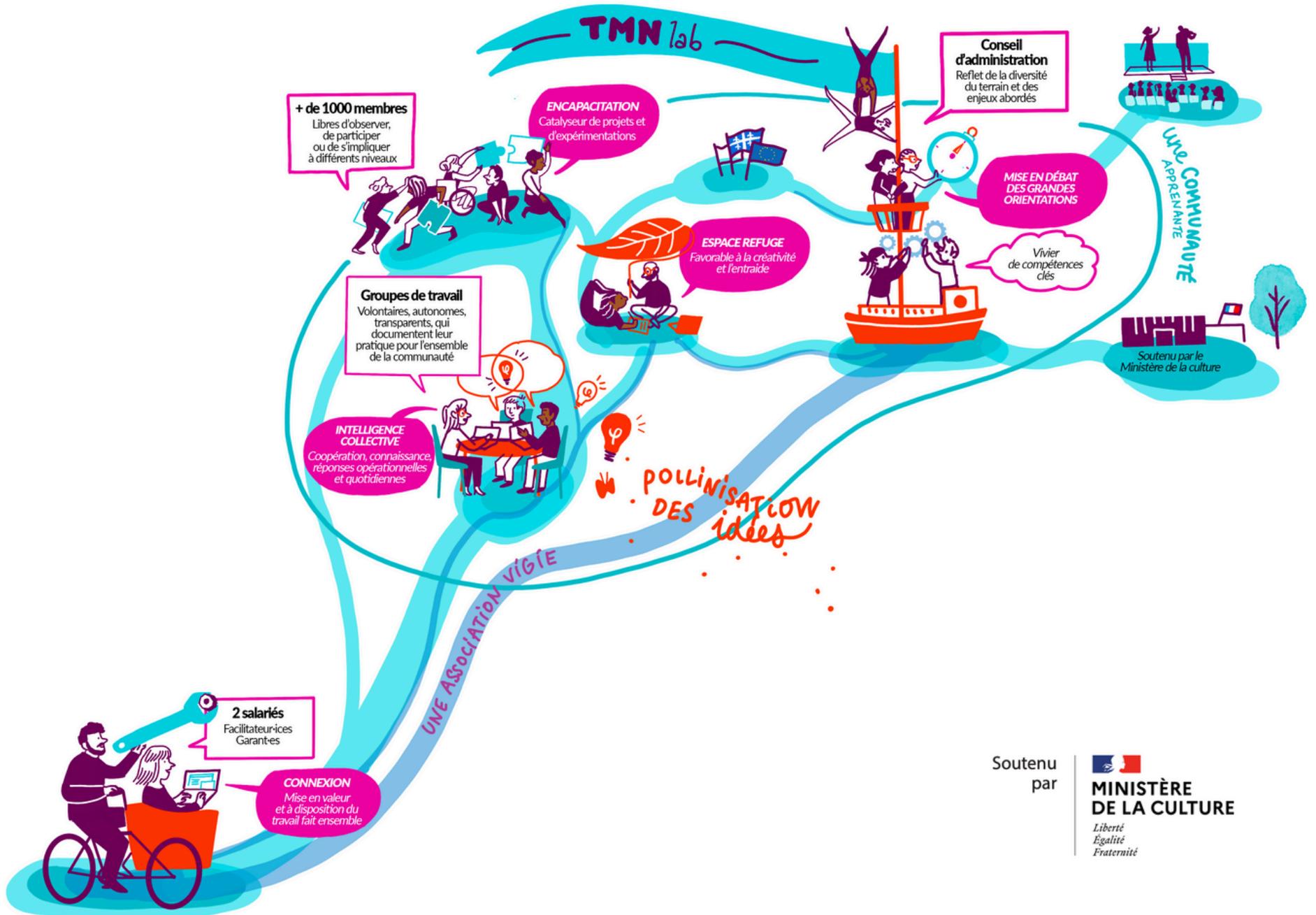


Anne Le Gall

Cofondatrice et déléguée générale | anne.legall [at] tmnlab.com



Le **TMN**^{lab}, **coopérer** dans
UN MONDE NUMÉRIQUE, **agir**
dans une époque des transitions



Soutenu par



MINISTÈRE DE LA CULTURE

Liberté
Égalité
Fraternité

POSTURE & OUTILS

Avec une gouvernance agile, l'association est le **véhicule juridique** pour porter des projets



Elle cultive **des valeurs** comme la bienveillance, la rigueur, la transparence, l'ouverture à l'autre, la curiosité et la responsabilité

Des cadres partagés sont proposés avec des kits d'accueil et des méthodes



C'est un **observatoire** qui produit des états des lieux et propose des diagnostics



et un **centre de ressources et de documentation ouverte** dont les productions sont en libre accès à 90% (Open data, licences créative commons, wordpress contributif)

On s'y rencontre et on y découvre le travail de TMNlab











De quel *numérique* parlons-nous

--

The logo for TMN lab is located at the bottom center of the slide. It consists of the letters 'TMN' in a stylized, multi-colored font (purple, blue, green, yellow, orange) with a pixelated or blocky appearance. To the right of 'TMN' is the word 'lab' in a simple, lowercase, sans-serif font.

TMN lab



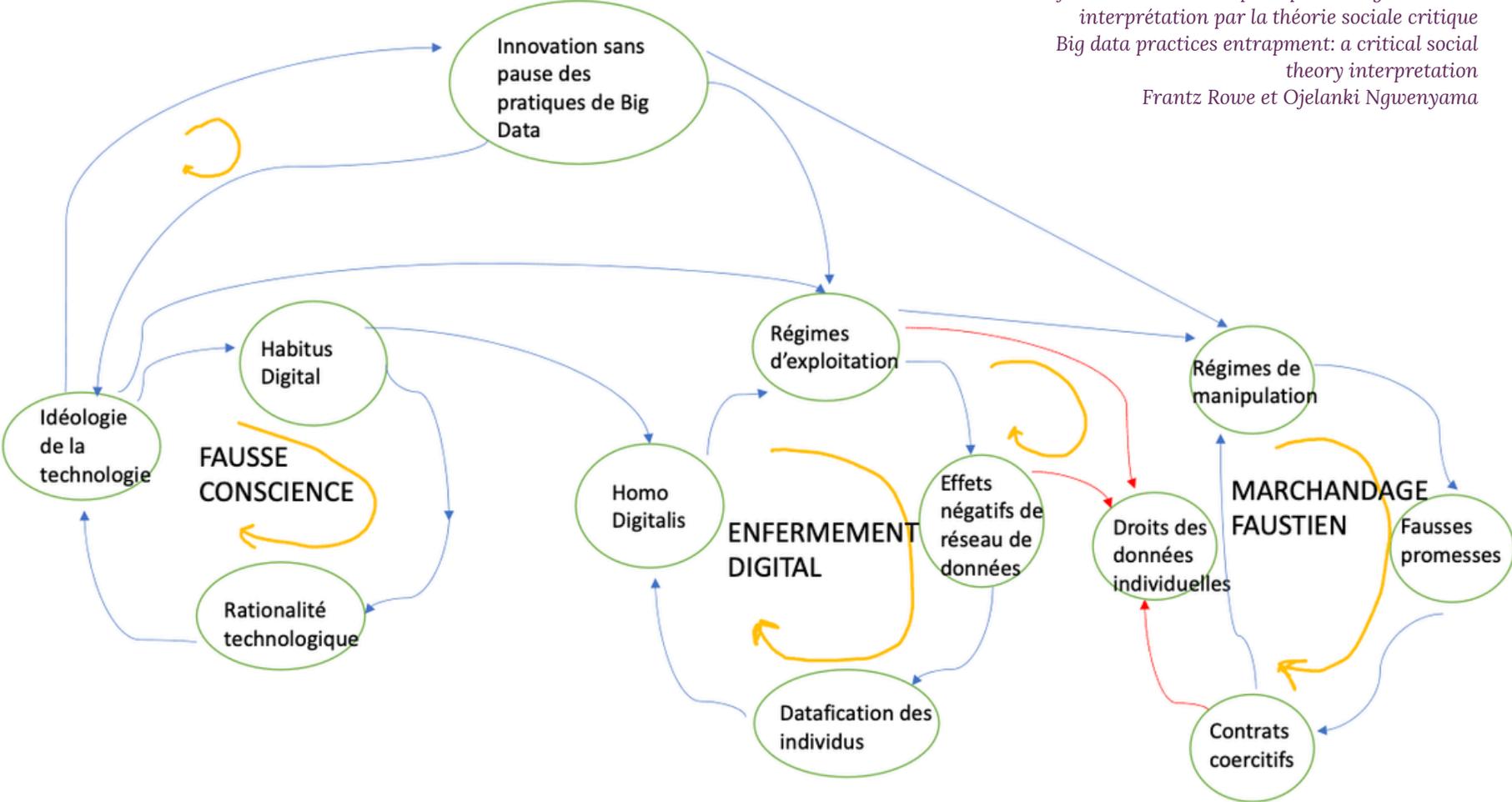
Enjeux dans un paysage culturel algorithmique

--

The logo for TMN lab is located at the bottom center of the slide. It consists of the letters 'TMN' in a stylized, multi-colored font (with shades of blue, green, and orange) and the word 'lab' in a smaller, grey, sans-serif font to its right. The logo is set against a white circular background.

TMN lab

L'enfermement dans les pratiques de big data : une interprétation par la théorie sociale critique
 Big data practices entrapment: a critical social theory interpretation
 Frantz Rowe et Ojelanki Ngwenyama



Datafication du monde

Proactivité dans l'accès à l'information culturelle



27%

Part de la population française
déclarant s'informer
en art et culture

Pour ce qui est de l'actualité culturelle, 41 % des diplômés d'études supérieures contre 17 % des non-diplômés s'y intéressent.

La télévision reste majoritaire (78%). Les réseaux sociaux et blogs étant utilisés par environ 30% de la population pour s'informer en 2018.

Mais la bascule récente dans l'accès à l'information (essor du social search, de l'IA) vient impacter l'accès à l'information.

[DEPS / S'informer à l'ère du numérique](#)

Pratiques culturelles digitalisées et non- participation des publics



15%

Part de la population française
ayant des pratiques culturelles
“tout numérique”

Ils et elles consomment des vidéos en ligne (quotidiennement pour 71 % d'entre eux), consultent les réseaux sociaux (84 %), ils jouent aux jeux vidéo (39 %). Ils lisent en revanche significativement peu, vont occasionnellement au cinéma et fréquentent rarement les lieux culturels – en particulier les théâtres et salles de concert. Pour cette catégorie de population, les pratiques numériques – nombreuses et diversifiées – semblent faire concurrence aux pratiques de fréquentation des lieux culturels.

[DEPS / Pratiques culturelles des français](#)

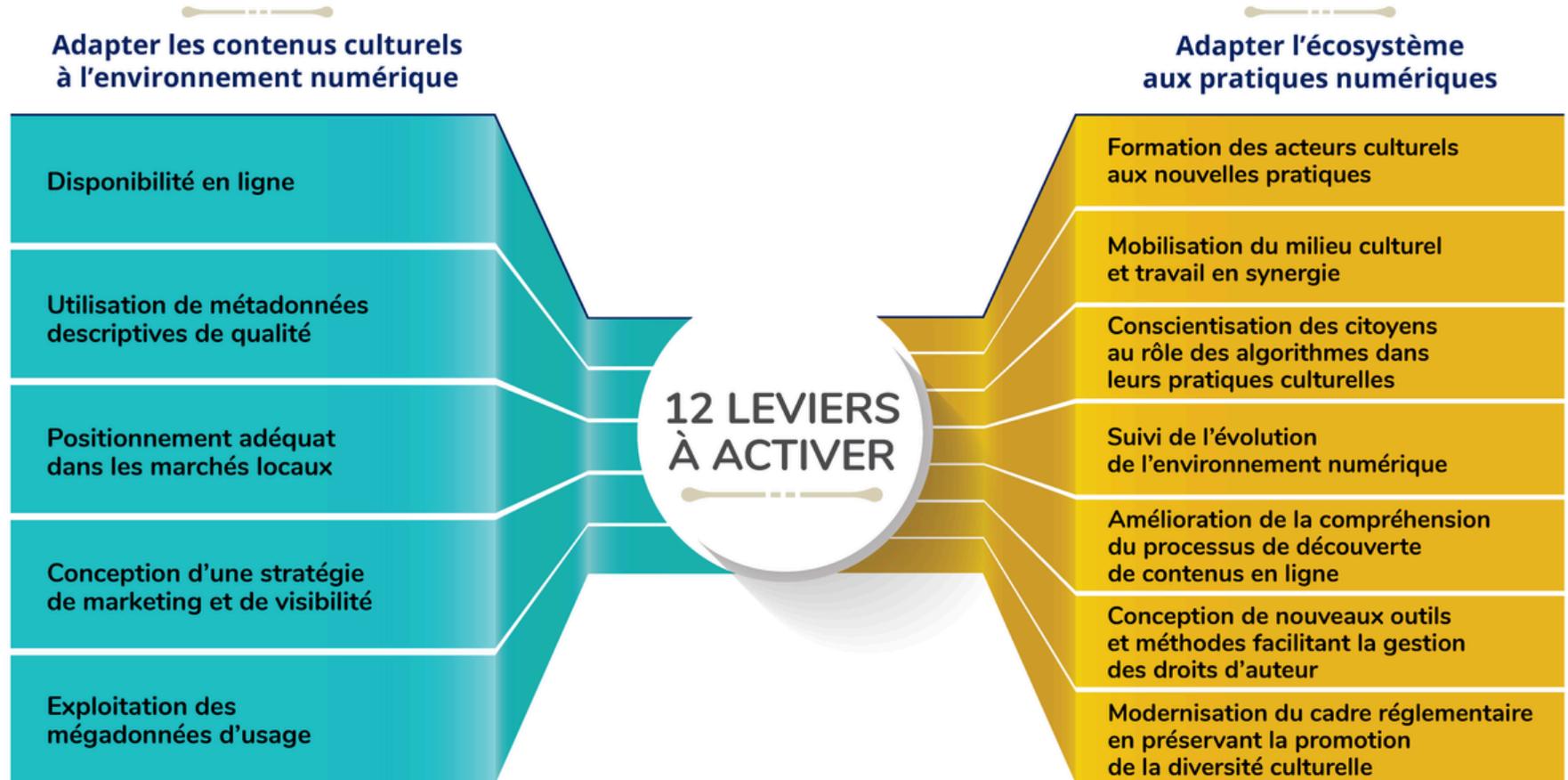
Une
réponse
individuelle
et
sectorielle ?



DÉCOUVRABILITÉ

La découvrabilité d'un contenu ou d'une information dans l'environnement numérique se réfère à sa disponibilité en ligne et à sa capacité à être repéré parmi un vaste ensemble d'autres contenus, en particulier par une personne qui n'en faisait pas précisément la recherche.

POUR UNE MEILLEURE DÉCOUVRABILITÉ DES CONTENUS CULTURELS FRANCOPHONES



QUATRE LEVIERS DE LA DÉCOUVRABILITÉ

humains

Promotion *

Achats média, relations publiques,
concours, événements.

Marketing numérique *

Réseaux sociaux, programmation,
achat de mots-clés, bannières,
publicités, etc.

machines

Optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) *

Indexation des pages pour
les moteurs de recherche.

Métadonnées, données structurées & données liées *

Métadescription des contenus,
balises schema, univers Wikimedia.

court terme

long terme

Schema.org
+
LODEPA
+
Cap Data Culture



Un bref historique des travaux de la communauté TMNlab

--



UN USAGE D'ISBN DU SPECTACLE VIVANT?



RÉFÉRENCIEMENTS
 DOSSIER DE BASE
 affiche, titre,
 API fonctionnelles
 DONNÉES ARTISTIQUES
 ET ADMINISTRATIVES

GOVERNANCE?
 MINISTÈRE DE LA
 CULTURE?

MUTUALISER
 ENTRE LES NOMBREUX
 ARTEURS :



RESTE
 SOUVERAIN
 DE SA COM.

RECETTES . COMMUNICATION . GAIN DE
 DE BILLETTERIE TEMPS



EXEMPLE DE SCÉNARIO



J'ai besoin de
 TOUTES LES INFOS
 SUR LE SPECTACLE
 QUE J'ACCUEIL DANS
 3 mois...

DISTRIBUTION
 ANNÉE
 PRESSE LIENS
 RESSOURCES
 TOURNÉE, RÉSUMÉ
 ...

SUR LA PAGE UNIQUE
 DE LA BASE DE DONNÉES,
 JE RETROUVE TOUTES
 LES RESSOURCES!



J'ai GAGNÉ DU TEMPS
 ET DE L'ÉNERGIE!
 je vais aller au théâtre!
 avec les amies

1000 SAISIES EN MOINS!



Open data arts vivants



Travailler ensemble sur une 'preuve de concept'

Avec



Des structures / lieux culturels, publics et privés qui traitent déjà de la donnée qui s'engagent



Des réseaux, fédérations, associations
TMNLab
RoF
ARTCENA
FNADAC
...



Acteurs privés concernés
MAPADO, éditeurs billetterie distributeurs
...



Un pôle d'accompagnement
professionnels de la donnée
CNIL, professionnel du droit
DEPS, DGCA, SNUM
scientifiques, universités
...



L'état et les collectivités
état
collectivités territoriales
ministère de la Culture, de l'Éducation
pass culture
agences culturelles
...

Expérimenter le partage des données et mettre en place une solution mutualisée qui prouve ...

1.

Qu'on peut **gagner du temps** pour les données qu'on manipule déjà **sans perdre la qualité** du travail ou la personnalisation

> Pistes : partager les données «spectacle» et «oeuvre»

2.

Qu'il est possible de concevoir et de produire un **service numérique en commun**

> Pistes : faire le lien entre les outils déjà en construction

3.

Que c'est **intéressant** pour la **stratégie** d'une structure ou d'une collectivité

> Pistes : calculer quelques indicateurs clés qui nous sont vraiment utiles

4.

Qu'il est **possible de se faire confiance**, avec des instances, règles de fonctionnement, une gouvernance et des aspects réglementaires et juridique bien cadrés

Pour :

Avoir une vision large du secteur

Interagir, coopérer, se coordonner

Mettre en valeur le secteur

Créer un tiers de confiance

Permettre plus d'autonomie et de diversités culturelles

Améliorer la vie d'un lieu, gagner du temps

Faire évoluer le cadre légal

Développer de nouvelles perspectives économiques

2022

2023

2024

2025





Le TMNlab, membre du Comité de pilotage de la « European Audience Data Alliance »

L'EADA travaille sur 5 principaux domaines d'intérêt :

- Stratégies de transformation numérique pour les organisations culturelles et les bailleurs de fonds/agences.
- Méthodes et études de cas pour mesurer l'engagement culturel des citoyens dans toutes les formes d'art.
- Stratégies de littératie des données à travers la sensibilisation, les capacités, les compétences et l'accès aux outils et ressources.
- Solutions de gestion et d'échange de données pour les décideurs.
- Normes et références – facilitant la création d'un langage et d'une méthodologie communs pour les stratégies de développement d'audience.



- étudié
- en attente
- à étudier



the audience agency



DC DATA-COOP
CULTURE

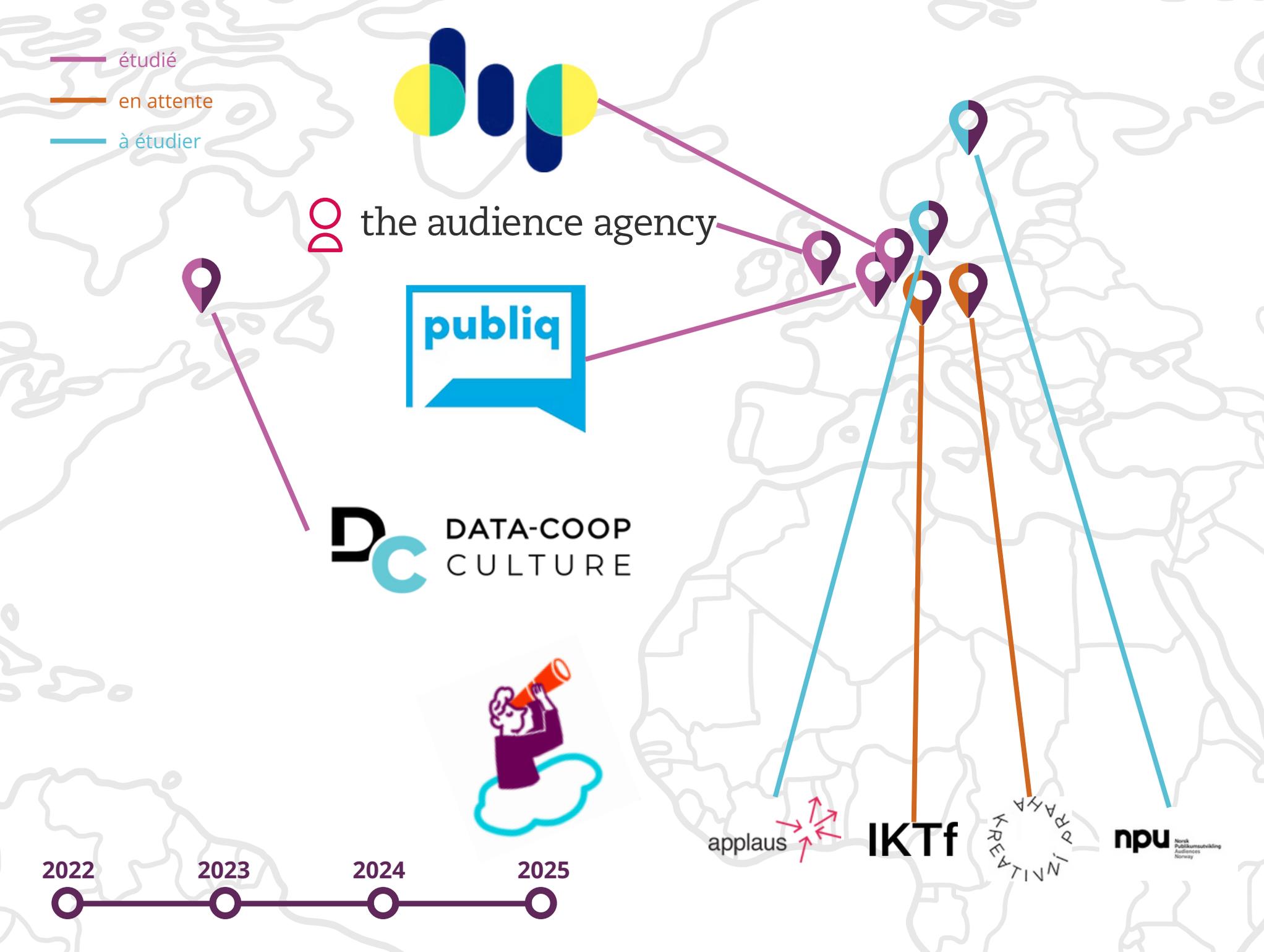


applaus

IKTf

KREATIVE
INDUSTRIER

npu
Norsk
Publikumsutvikling
Audiences
Norway



Objectifs et gouvernance

--



OBJECTIFS



Data-Coop Culture vise à fournir aux organisations culturelles une alternative aux 'Big Tech' et aux géants du web pour la gestion et l'exploitation de leurs données à des fins marketing.



Renforcer l'efficacité opérationnelle des organisations culturelles et élargir leur audience grâce à une infrastructure numérique dédiée.



Rapprocher l'offre et la demande ; les organisateurs et le public pour stimuler la participation aux activités de loisirs (culture, sport et jeunesse)



R&D en faveur du développement de l'audience culturelle, grâce à des outils de recherche, d'analyse et de données

GOVERNANCE



Porté par Culture Cible, coopérative de médias culturels indépendants

Projet lancé au Québec au printemps 2022

Comité de gouvernance constitué des principaux acteurs du milieu culturel pour les prises de décisions stratégiques



Fondation à but non lucratif néerlandaise, créée en 2019

Conseil d'administration composé par 2 à 3 membres de chaque association fondatrices + 3 experts TIC et marketing



Organisation belge à but non lucratif

Comité indépendant d'experts de différents domaines (sociologie, économie, droit, culture, social, etc.)



OBNL indépendant créée sous l'égide du Arts Council England, avec filiale commerciale

Conseil d'administration composé de spécialistes de la donnée, des technologies, des médias et des télécommunications, de la finance ou chercheurs en politique sociale

Bénéficiaires et bénéfices attendus

--



BÉNÉFICIAIRES & PARTENAIRES



**150 bénéficiaires
du projet**

Clients :

**La Vitrine, Synapse
C, La Place des Arts,
Culture pour tous,
FCCF (Fédération
Culturelle
Canadienne
Française), CQCM
(Conseil Québécois
de la Coopération et
de la Mutualité)...**



**359 bénéficiaires (151
théâtres et 208
producteurs et
impresarios)**

**Clients : secteur des
arts du spectacle
néerlandais.**

**Partenaires :
fournisseurs
techniques,
organisations
sectorielles, instituts
de recherche et
partenaires
internationaux**



**De 200 à 28 000
selon les projets**

**Divers bénéficiaires
du projets : citoyens
de la communauté
néerlandophone en
Flandre et à
Bruxelles,
organiseurs et
partenaires
d'activités
culturelles,
gouvernement
flamand**



**800 organisations
artistiques,
culturelles et
patrimoniales
partagent leurs
données**

**Bénéficiaires :
organismes de
bienfaisance ou
organisations
publiques**

**Partenaires
universitaires**

SERVICES & BÉNÉFICES



Données non partagées avec la Data-Coop Culture (fournisseur et l'exploitant de l'infrastructure mutualisée).

Données uniquement partagées entre les membres (donc ne peuvent pas être commercialisées).

La mutualisation permet des données d'audiences partagées hautement qualifiées, accessibles et utilisables par tous.



**Bénéfices stratégiques :
segmentation et profilage des publics, analyse de tendances**

**Bénéfices opérationnels :
suivi des ventes et gestion simplifiée des contrats**

**Bénéfices collaboratifs :
comparatif sectoriel, partage de compétences**

Modélisation prédictive

SERVICES & BÉNÉFICES



UiTdatabank :
base de données de
la plateforme
d'activités de loisirs >
28 000 organisateurs
ajoutent + de 215 000
activités par an

UiTinVlaanderen.be
agendas de loisirs >
+ de 10 millions de
visites par an

**Carte de fidélité
UiTPAS > 200 000
détenteurs et 2 300
organisations
partenaires**

**museumPASSmusées
> un seul pass
(national) pour + de
200 musées en
Belgique**



**Analyse du
développement et
de la participation
du public**

**Recherche et
Conseil**

**Formation à la
transition
numérique**

**Audience Answers >
outils d'enquête,
informations sur la
billetterie, profils
de population**

**Audience Spectrum
> outil de
segmentation
géodémographique
des publics
culturels
britanniques**

Structuration organisationnelle et technique

--



RESSOURCES HUMAINES



10 personnes

dont

**5 consacrées
au projet :**

**2 experts
tech et data**

**2 experts
marketing**

1 coordonnateur



5 ETP

soit

5 permanents

et

3 freelances



**Une centaine
pour l'ensemble
des services**



**45
pour l'ensemble
des services**

FLUX DE DONNÉES



**Provenance des données :
navigation sites web
+ billetteries**

Collecte, analyse et acheminement des données en temps réel (+ de 200 connecteurs API à disposition)



Processus automatisé à partir des données générées par les producteurs, agents et théâtres

Analyses automatisées des ventes de billets avec comparatifs nationaux



Données générées par les différents programmes :

les utilisateurs qui saisissent les offres

les transactions

le comportement utilisateur



the audience agency

Mutualisation des données visiteurs, spectateurs et participants de 800 organisations culturelles.

**Provenance des données :
billetterie et enquêtes**

OUTILS



Résultats et les analyses accessibles en libre-service et en temps réel sur la plateforme



Gestion des contrats standardisée > calcule automatique des revenus pour les producteurs et les théâtres

Analyse des publics > processus ETL (Extract, Transform, Load)



Livraison de données collectives par tableaux de bord

Livraison de données personnalisées traitées par la gestion des comptes



Outils d'analyse de données croisées avec des statistiques sur les ménages en Grande-Bretagne (lieu d'habitation, revenu, composition des familles, etc.)

Branche commerciale depuis 2018 > trois niveaux d'amélioration des données

Conclusion & Questions

--



POUR UNE MEILLEURE DÉCOUVRABILITÉ DES CONTENUS CULTURELS FRANCOPHONES

Adapter les contenus culturels à l'environnement numérique



Disponibilité en ligne



Utilisation de métadonnées
descriptives de qualité

Positionnement adéquat
dans les marchés locaux



Conception d'une stratégie
de marketing et de visibilité



Exploitation des
mégadonnées d'usage

12 LEVIERS À ACTIVER

Adapter l'écosystème aux pratiques numériques

Formation des acteurs culturels
aux nouvelles pratiques



Mobilisation du milieu culturel
et travail en synergie



Conscientisation des citoyens
au rôle des algorithmes dans
leurs pratiques culturelles



Suivi de l'évolution
de l'environnement numérique



Amélioration de la compréhension
du processus de découverte
de contenus en ligne

Conception de nouveaux outils
et méthodes facilitant la gestion
des droits d'auteur

Modernisation du cadre réglementaire
en préservant la promotion
de la diversité culturelle



MINISTÈRE
DE LA CULTURE

Liberté
Égalité
Fraternité

Québec

OUVERTURE DES DONNÉES

DANS LES LIEUX
ET PILOTAGE EN COMMUN.



Gouvernance transparente
Posture de **tiers de confiance**

Mobilisation du milieu (acteurs culturels, intermédiaires)
Encapacitation

Cas d'usage concrets

Feed-back
Logique de **don contre don**

Modèle d'affaire mêlant
ressources propres (coopération, adhésions, services)
et fonds publics (modèles très divers)

