

# Direction des publics

*Service du développement des publics*

**AUDREY PARENT**

*Chargée des ventes et des relations aux visiteurs*



## **Quel poste occupez-vous au Palais de Tokyo ?**

Je suis chargée des ventes et des relations aux visiteurs. Pour faire simple, derrière cet intitulé de poste, on trouve tout ce qui touche à la fréquentation de l'institution : billetterie, fidélisation du public, accueil, analyse des profils de visiteurs (traitements des données), amélioration des services et gestion/formation de l'équipe accueil et billetterie.

## **Quelle formation avez-vous suivie ?**

Au lycée, j'ai passé un bac littéraire et j'ai ensuite enchaîné avec une Licence en Arts et Culture, parcours « Industries Culturelles et Médias » à l'Université de Lille III. J'ai ensuite suivi un Master I « Information et Communication » à l'Institut Français de Presse (IFP), qui est rattaché à l'Université de Paris II.

## **Quels postes avez-vous occupés avant de travailler au Palais de Tokyo ?**

À la fin de mes études, je me suis engagée dans un service civique, cela m'a permis de faire une transition entre la fin de mes études et le monde professionnel. Il s'agissait d'un poste de chargée de communication pour une association de théâtre estudiantine. Cette association avait pour but de rapporter la parole de ceux que l'on n'entend pas ou peu : les populations carcérales, les sans-papiers, etc. C'était intéressant, mais assez précaire. À l'issue de mon service civique, j'ai trouvé un emploi en tant qu'assistante marketing et relations presse, dans une très petite entreprise spécialisée dans la signature

électronique, un sujet plutôt éloigné du secteur culturel. Au bout d'un an, cette entreprise a été rachetée et j'ai alors obtenu le poste de chargée de marketing, toujours dans le domaine de la sauvegarde et du partage de fichiers en ligne, signature électronique, etc.

## **Quelles sont les spécificités de votre poste au Palais de Tokyo ?**

C'est assez simple ! Avec l'équipe d'accueil et billetterie, nous tâchons de faire en sorte que le visiteur d'hier soit celui d'aujourd'hui et de demain. Pour cela nous mettons plusieurs outils en place qui nous permettent de mieux connaître nos publics.

En premier lieu, chaque semaine, un relevé du nombre de visiteurs reçus est effectué, de même qu'une analyse de ces chiffres. Nous menons aussi des enquêtes, directement en caisse, sur formulaire ou via notre livre d'or numérique. Ces enquêtes peuvent aussi bien viser à dresser un portrait des visiteurs, de mesurer leur satisfaction, ou à connaître les canaux par lesquels ils ont entendu parler du Palais de Tokyo. En cela, les informations collectées peuvent ensuite servir à différents services au sein du centre d'art.

Nous assurons aussi la valorisation et la promotion du Tokyopass, le pass annuel du Palais de Tokyo. Il permet à nos visiteurs de nouer une relation sur le moyen-long terme avec le lieu.

Mon poste consiste également à travailler sur des solutions pour que le public se sente mieux accueilli, tant d'un point de vue humain qu'en termes de confort. Par exemple, nous avons récemment effectué des travaux, en

collaborant avec le service technique du Palais, pour installer de nouveaux vestiaires. Il s'agissait de proposer un endroit à la fois accueillant et sécurisé. On travaille aussi sur les signalétiques, pour que les visiteurs puissent s'orienter aisément dans un lieu parfois un peu labyrinthique d'une part, et pour qu'ils comprennent le fonctionnement de certaines oeuvres dites « à protocole ».

**Avec quel(s) autre(s) service(s) êtes-vous amené à collaborer au quotidien ?**

La première équipe qui me vient à l'esprit, c'est évidemment l'accueil et billetterie qui dépendent d'un prestataire extérieur, Marianne Internationale. Ce sont eux qui nous font les retours les plus directs sur la fréquentation, les commentaires des visiteurs sur leurs expériences de visite... car ils sont en contact direct avec eux. J'échange beaucoup avec le service de la médiation culturelle pour les avantages destinés à la communauté Tokyopass. Également avec le service des affaires financières et celui de la comptabilité, autour des questions relatives au suivi de la fréquentation et la billetterie. Et enfin, avec le service informatique pour assurer un parc billetterie fonctionnel, ou encore avec le service maintenance et logistique sur toutes les questions d'espace et de confort.

**Quelles qualités devez-vous avoir pour faire votre métier ?**

Il faut aimer un peu les données, qu'elles soient chiffrées ou de l'ordre de commentaires, avoir de la rigueur, de la

polyvalence et aussi du dynamisme et de l'énergie !

**Quel projet ou mission spécifique sur lequel vous avez travaillé vous a particulièrement marqué ?**

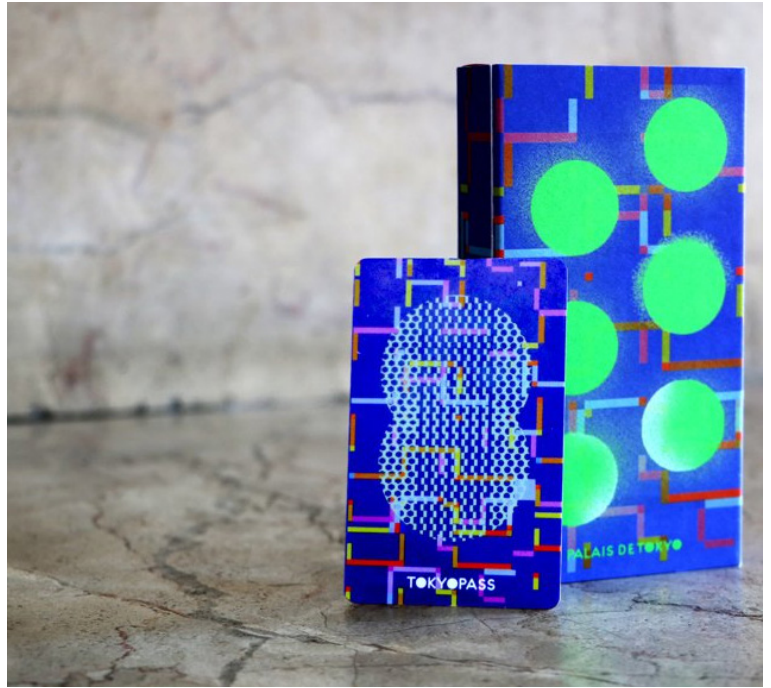
D'un point de vue technique, le renouvellement du parc billetterie, avec le changement des logiciels, a été un gros défi logistique. C'était un moment vraiment compliqué que le service a réussi à gérer, malgré les difficultés. Nous menons aussi des événements dits de développement culturel pour amener un nouveau public vers l'art contemporain, du coup travailler sur le Palais Tango, était une belle aventure, cela demandait de savoir s'adapter à des demandes inhabituelles. Commander un piano demi-queue, accueillir une compagnie de danse et des musiciens, ça n'arrive pas tous les jours...

**Quel métier rêviez-vous de faire enfant ?**

J'aurais adoré être joueuse professionnelle de basket-ball. Je pratiquais ce sport et je rêvais de pouvoir parcourir les parquets à un niveau professionnel.



« Avec l'équipe accueil et billetterie, nous tâchons de faire en sorte que le visiteur d'hier soit celui d'aujourd'hui et de demain. »



La boîte Tokyopass

