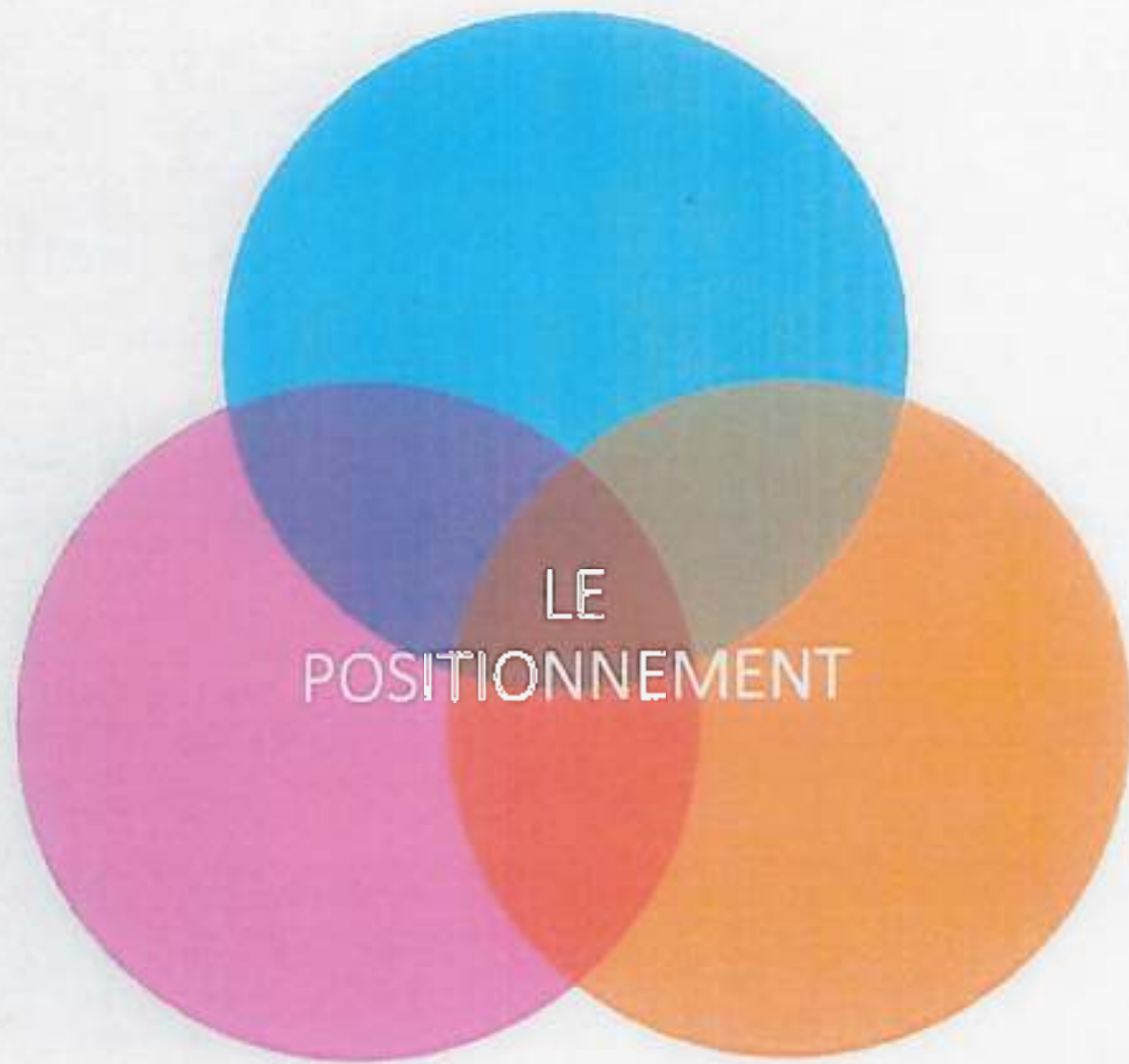


# Le planétarium de Haute-Provence

Plateforme de marque



- Positionnement scientifique
- De la concurrence indirecte (localisation)

**Mieux connaître  
le Ciel  
pour mieux  
respecter  
la Terre**

- Des vacances loin des villes
- Des activités culturelles
- Recherche de sens
- Besoin de nature
- Enrichissement culturel (scientifique ou pas)
- Recherche une expérience
- Moments de partage
- Contenu scientifique et pédagogique
- Apprendre de façon ludique et spectaculaire

- Une référence dans le monde de l'astronomie
- Une identité très scientifique
- Une action éducative
- Equipe pédagogique de 1<sup>er</sup> plan
- Parc d'instruments conséquent
- École d'astronomie
- Le seul Sidérostatis de France
- Une référence dans le monde de l'astronomie
- La préservation de l'environnement
- 10ha d'espace naturel et préservé
- Site naturel offrant d'excellentes conditions

**COMPRENDRE** notre planète Terre et l'Univers qui nous entoure  
pour mieux les **RESPECTER**  
grâce au Planétarium de **HAUTE-PROVENCE** .

Au cœur de la nature, dans un lieu unique,  
rêver, observer, repérer,  
remonter le temps, l'arrêter, s'interroger sur l'avenir.  
**CHANGER SON REGARD POUR AGIR EN TANT QUE CITOYEN.**





Sur un site offrant **d'excellentes conditions d'observations**, le planétarium de Haute-Provence propose une **démarche scientifique clé** pour **comprendre le monde** qui nous entoure. On ne respecte que ce que l'on connaît. A travers un **parcours pédagogique** complet et la transmission de savoirs, le ciel nous permet de prendre conscience de notre planète dans sa globalité.

# Les preuves

- Une référence dans le monde de l'astronomie - + 20 ans d'existence
- Une identité très scientifique
- Une action éducative et culturelle d'intérêt général
- Equipe pédagogique de 1er plan
- Parc d'instruments conséquent
- École d'astronomie
- La proximité et les échanges avec l'OHP
- Membre du réseau Culture et Science en PACA
- 10ha d'espace naturel et préservé
- Le seul Sidérost
- Le premier grand planétarium de la région Sud avec un écran de 11m50 et un système 8K hybride
- L'offre globale associant observation du ciel et observation sur écran pleine voûte
- 300 nuits observables/an

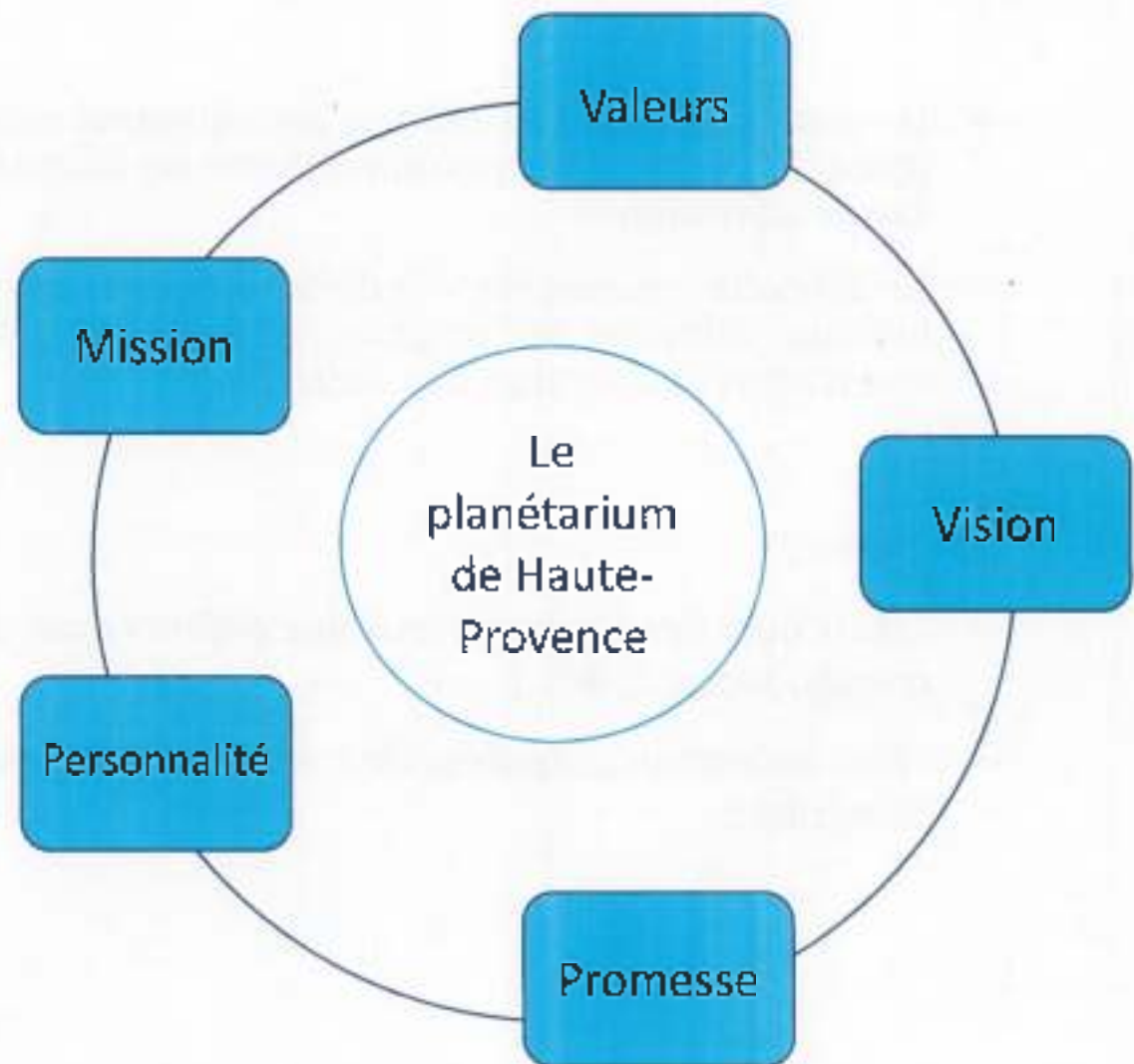
# Les preuves à venir

- Un positionnement ambitieux, aspirationnel qui va au-delà du Planétarium pour placer le Centre d'Astronomie comme un élément moteur de la transmission du savoir scientifique.
- La difficulté résidera dans la délivrance des informations, il faudra privilégier le ludique. Véhiculer de l'émotion, être dans l'expérience pour "vulgariser" le sujet en vue d'attirer l'attention des cibles.

## *Exemples :*

- - *Distribuer des livrets de jeux aux enfants pour de la pédagogie ludique (mots croisés, rébus, Q&R...)*
- - *Des animateurs capables de « raconter » la science et de la faire vivre tout en étant accessibles*

# La plateforme de marque





# Définition

La plateforme de marque est un outil important car elle guide et cadre les actions relatives à la marque. Le rôle de la plateforme de marque est déterminant, elle a un impact sur les décisions de la marque et elle influence fortement la stratégie.

Créer son image de marque est une démarche indispensable en répondant aux questions suivantes :

*Quel est mon positionnement ?*

*Quelles sont mes cibles ?*

*Quelle est ma légitimité ?*

*Comme je me différencie de mes concurrents ?*

# La mission *(raison d'être)*

Apprendre à tous les publics  
à mieux comprendre le monde qui les entoure  
en replaçant l'humain  
dans son évolution/environnement naturel(le).

Nous croyons que la démarche scientifique est clé pour aider les  
futures générations à améliorer leur compréhension de l'Univers et  
ainsi devenir responsables.

La transmission de nos savoirs est un moyen d'y parvenir.

# La vision *(vers quoi allons-nous ?)*

St Michel L'Observatoire souhaite devenir un site incontournable du 04 dans les prochaines années que l'on visitera pour l'intégralité de son offre astronomie :

- Les observations réelles de jour comme de nuit,
- + les spectacles du planétarium,
- + les animations,
- + les conférences,
- + la familiarisation avec les instruments d'astronomie
- + le partenariat avec le site de recherche OHP.





# Les valeurs

A scenic mountain landscape with a stone cairn in the foreground and various text boxes overlaid. The background shows rolling green hills and mountains under a cloudy sky. The foreground is a rocky, gravelly path. A stone cairn is built in the center of the path. Several text boxes are overlaid on the image, each containing a value or concept. The boxes are white with black text and are connected by thin lines to the main title 'Les valeurs'.

**LA CONSERVATION DU PATRIMOINE** : le ciel est un patrimoine naturel et immatériel qu'il convient de préserver.

**LA PRESERVATION DE L'ENVIRONNEMENT**

**L'HEDONISME**

**UNE VISION ECOLOGIQUE ET CITOYENNE**

**L'ACCESSIBILITE**

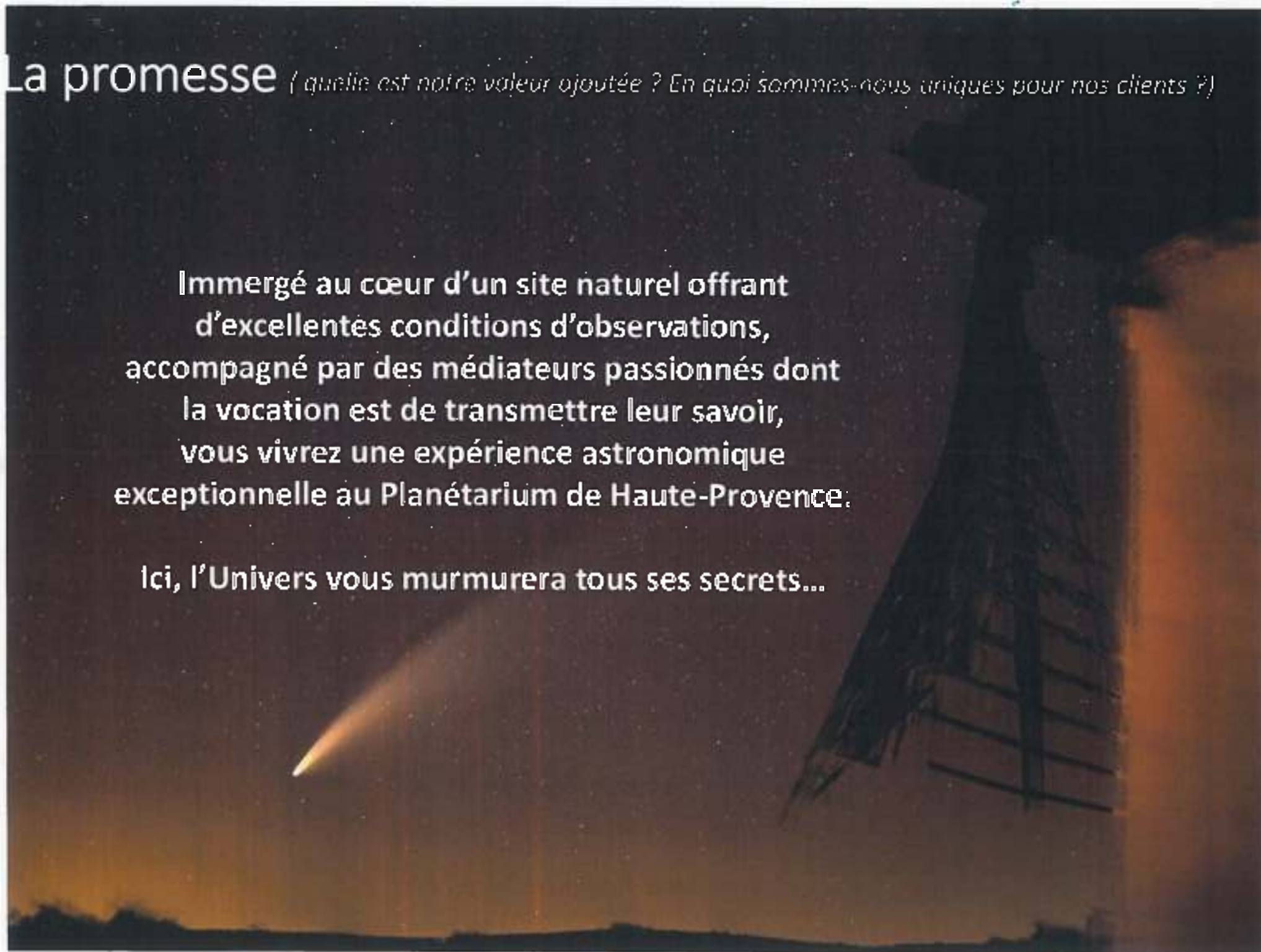
**LE PROFESSIONNALISME**

**LA TRANSMISSION DES SAVOIRS SCIENTIFIQUES**

# La promesse *(quelle est notre valeur ajoutée ? En quoi sommes-nous uniques pour nos clients ?)*

Immergé au cœur d'un site naturel offrant  
d'excellentes conditions d'observations,  
accompagné par des médiateurs passionnés dont  
la vocation est de transmettre leur savoir,  
vous vivrez une expérience astronomique  
exceptionnelle au Planétarium de Haute-Provence.

Ici, l'Univers vous murmurerà tous ses secrets...





# La personnalité

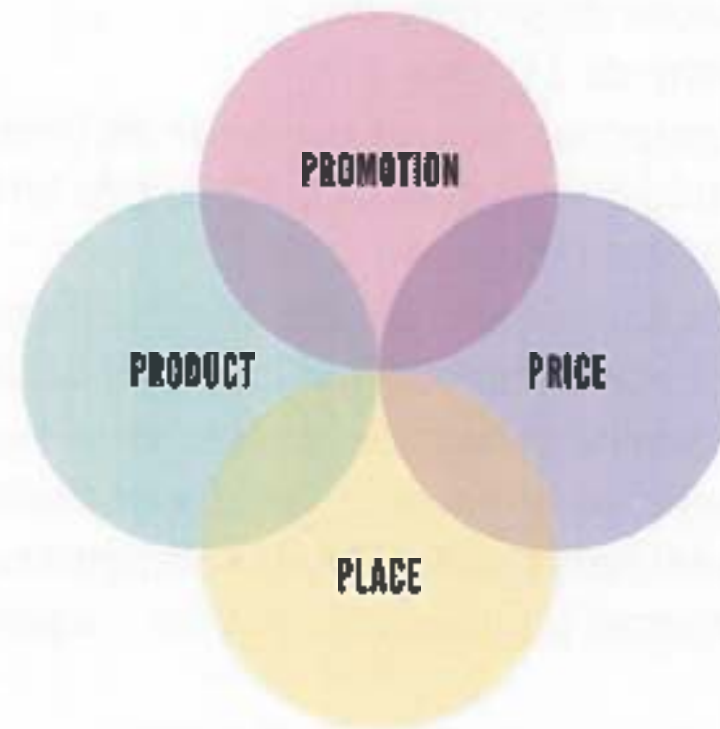
- Sérieuse mais pas ennuyeuse
- Riche / multi-facettes (riche en savoirs, richesse du patrimoine, richesse du ciel, richesse des instruments d'observation...)
- Naturelle
- Respectueuse de son environnement, de ses clients, de leurs niveaux de connaissances...)
- Passionnée
- Conviviale
- Rêveuse
- Fièr
- Solide (dans ses connaissances, ses compétences, sur son territoire)
- Enracinée

# Le ton

- Bienveillant
- Accessible
- Enthousiaste
- Pédagogique
- Didactique
- Textes narratifs
- Simple



# Le marketing mix



Le marketing mix donne une vision globale, et permet de répondre rapidement aux traditionnelles questions stratégiques : "quoi", "comment", "pourquoi", "où".



# Le produit

## Les attributs

- Un lieu de 63 places
- Une technologie hybride
- Un dôme de 11,50m
- Une projection très puissante de 8K (système hybride)
- Un rendu d'image avec un piqué très fin (très proche du réel)
- Un bâtiment moderne
- Un fonctionnement de jour comme de nuit
- Le plus grand planétarium du grand sud-est
- La possibilité de voir des images en temps réel
- Implanté sur un site qui propose une offre astro complémentaire
- Les médiateurs scientifiques compétents et professionnels
- Des séances pour tous les publics – à partir de 6 ans

## La perception du produit par les cibles

La majorité du public ne sait pas ce qu'est un planétarium.

De fait, il ne sait pas à quoi s'attendre

Mais il sait qu'il va y découvrir le CIEL avec l'appui d'un EXPERT.

# Le prix



Il est essentiel de prendre en compte la tarification existante du CA.

Observation du soleil - Tarif adultes : 6,10€ – enfants : 4,00€

Soirée Découverte - Tarif adultes : 13,50€ – enfants : 10,40€

Soirée T760 – Tarif unique : 35€

Une tarification trop faible pourrait attirer les foules (or le CA est limité en capacité) et ne participerait pas à la valorisation (valeur perçue) du Centre Astro.

Une tarification trop haute ne correspondrait pas à notre positionnement et serait rédhibitoire pour les familles.

La tarification envisagée (cf plan d'affaire) situerait le coût d'une séance Planétarium à **8€/adulte**.

La tarification envisagée (cf plan d'affaire) situerait le coût d'une séance Planétarium à **6€/enfants**.

Un « pass » global incluant le parcours du système solaire + 1 séance Sidérostat + 1 séance Planétarium à **+/- 15€/adulte**.

Chaque activité bénéficiera également d'un prix tarifaire unique (à définir).

Il est envisagé un **tarif familial** à définir.

Il me semble important d'indiquer la durée de chaque activité.



# La distribution (Les moyens à disposition pour commercialiser notre offre)



## Les canaux de vente grand public

- OT Forcalquier (vente en ligne mais récupération des billets sur place) – OT St Michel ?
- Sur place pendant l'été

## Les canaux de vente public scolaire

- Par réservation téléphonique sur appels entrants.
- Le BAO (bouche à oreille)

Idem pour les canaux de vente entreprise

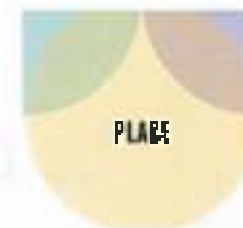
## La commercialisation est le nerf de la guerre !

Notre offre doit être disponible de façon PERMANENTE et PRATIQUE sur un maximum de canaux de distribution :

- Site(s) internet(s) y compris celui du CA : outil de vente en ligne et pages dans les sites des OT partenaires qui renvoient vers notre billetterie en ligne.
- Site(s) physique(s) et en priorité celui du CA (à terme des bornes numériques sur place).



# Les moyens de diffusions de l'offre



## Les canaux grand public

- Offices de tourisme (Forcalquier, Banon, Manosque, Gréoux les Bains, Sisteron, Digne-les-Bains, Apt, Pertuis, et quelques autres dans le Luberon et le Verdon)
- Site internet CA
- Site internet ADT
- Site internet OHP

## Les canaux public scolaire

- « catalogues » numériques en accès payant

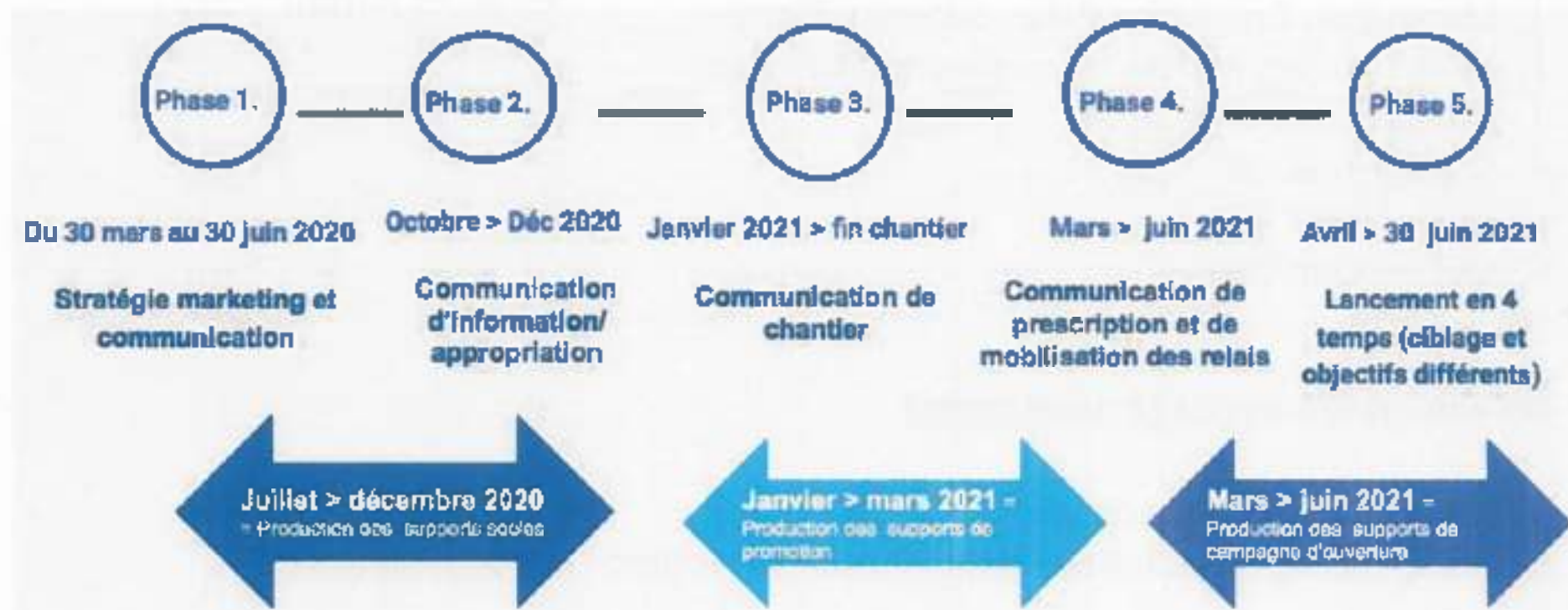
## Les canaux entreprise (à développer)

- Les entreprises de la région
- Les agences proposant des séminaires d'entreprises

# La communication



Un plan de communication dont les actions restent encore à définir mais dont le séquençage a d'ors et déjà commencé.



# Quelle offre pour le planétarium de Haute-Provence ?

L'offre du planétarium reste encore à définir car il reste beaucoup de points d'interrogation.

- Quelle programmation ? Combien de séances/jour hors/pendant les vacances scolaires ? Et les we ?
- Quelle période de fermeture pendant l'année ? Jour de fermeture hebdo ?
- Quels horaires ?
- Y a-t-il nécessité d'offres complémentaires (proposition pour faire les anniversaires d'enfants ? Journées thématiques pour les seniors ?...)
- Faut-il définir des sens de visite ? Des horaires ?
- Dynamiser l'offre stage en proposant des stages à la journée pour sa 2<sup>e</sup> étoile ? Ou en proposant des cartes cadeaux ?
- Faut-il faire un tarif spécial pour les habitants de St Michel ?

# Les éléments de discours

## NARRATIF

*Le discours narratif pourrait commencer par « il était une fois ». Q. Par ce biais, on pourra aisément partager des émotions et des valeurs. Avec ce type de discours, il est facile d'impliquer la cible dans l'histoire et de créer ainsi un phénomène d'identification.*

+

## DESCRIPTIF

*Avec les discours descriptif, on mettra en avant les caractéristiques du produit et il sera mis en scène de façon très esthétique. Le sublimer pour jouer sur l'aspect affectif mais aussi sur l'aspect cognitif pour jouer sur la mémorisation de la marque.*

+

## ARGUMENTATIF

*Mettre en avant des arguments pour convaincre et inciter les cibles à changer certains comportements.*

# Les éléments du discours cible famille

## **ENSEIGNER / DONNER DU SENS**

Parler Science mais accessible. S'appuyer sur la caution scientifique du CA.

## **RENSEIGNER / EXPLIQUER**

Faire référence à des actualités scientifiques (Thomas Pesquet, ISS...) pour capter l'intérêt des publics. Démontrer que la science est partout.

## **LE PLAISIR**

Par la qualité de l'accueil, le discours adapté, par la levée des contraintes (temps d'attente utile, facilité d'accès, paiement sur place...), le temps passé sur place (les clients ne doivent pas s'ennuyer).

## **LA DIVERSITE DES ACTIVITES**

La cible en aura pour son argent ! Insister sur les apports de chaque activité : observation réelle, observation guidée, initiation aux instruments, parcours du soleil, etc...





# Les éléments du discours cible famille

## **LA LIBERTE DU LIEU**

Un lieu incroyable qui permet à chacun d'apprendre à son rythme au travers des différentes activités.

## **LE LIEU**

10 ha de nature sauvage, 300 nuits observables/an, des observations de jour comme de nuit...

## **EXPERIMENTER**

Observation grâce aux instruments, stage 1<sup>e</sup> étoile, échanges avec les médiateurs...

## **EXCEPTION**

Un site exceptionnel, une offre complète, des instruments inédits en France, le plus grand planétarium du sud-est...

## **LE PARTAGE**

Un moment en famille, les échanges avec les médiateurs, partager le ciel et ses secrets, partager la Nature...

# Les éléments du discours cible « scolaire »

## **SAVOIR-FAIRE SCIENTIFIQUE**

S'appuyer sur la caution scientifique du CA et son expérience avec les scolaires depuis 20 ans. 4800 jeunes/an.

## **LE SITE FASCINANT et PRATIQUE**

Unique en France. Uniquement consacré à l'observation de jour comme de nuit.

Structure d'accueil (70 lits) dédiée à l'accueil des jeunes.

## **LA DIVERSITE DES ACTIVITES**

Insister sur les apports de chaque activité : observation réelle, observation guidée, initiation aux instruments, parcours du soleil, etc... Apports en relation avec les programmes scolaires.



# Les éléments du discours cible « scolaire »

## **LA RICHESSE DU LIEU**

Diversité des activités, de multiples outils adaptés pour observer le ciel ; pour mesurer et comprendre les phénomènes physiques à l'origine de la lumière émise par les astres, un parc d'instruments pédagogiques et scientifiques de premier plan, le Sidérostas...

## **EXPERIMENTATION**

Des animations à caractère pédagogique et ludique, des ateliers astro de construction et de mises en pratique...

## **LA MISSION EDUCATIVE**

Le Centre d'Astronomie a pour mission et pour ambition d'apprendre au jeune à mieux comprendre le monde qui l'entoure. Observer, prendre du recul, questionner, tenter une réponse rationnelle, la tester puis revenir à l'observation avec un nouveau regard. Comprendre les phénomènes physiques à l'origine de la lumière émise par les astres.

## **LA DEMARCHE SCIENTIFIQUE**

Les méthodes de l'astronomie illustrent comment concevoir puis tester avec rigueur des idées et des concepts sur un Univers et des astres qu'on ne peut qu'observer à distance : explorer le ciel nous renvoie à nos propres connaissances.

# Les éléments du discours cible « entreprises »

## **APPRENDRE... avec PLAISIR**

(Re)trouver le plaisir d'apprendre et enfin comprendre ce qui a été enseigné à l'école mais qu'on a oublié ! Un médiateur expérimenté fera découvrir le ciel, les étoiles, la lune, les galaxies ...

## **UN LIEU UNIQUE POUR LES SEMINAIRES**

Un lieu d'accueil avec une capacité de 70 lits mais également un lieu qui dispose de 2 salles de conférences (planétarium de 63 places, Sidérostas XX places).

Une situation géographique au cœur du Parc Naturel Régional du Lubéron qui donne accès à de multiples autres activités.

## **ORIGINALITE**

Un lieu pour apprendre mais également un parc de 10ha qui permettra d'organiser des chasses aux trésors, d'imaginer des escapes games, des courses d'orientation guidées par les étoiles, de projeter des slides dans l'espace (Planétarium), d'organiser des sessions de travail sous les étoiles...

## **LA DIVERSITE DES ACTIVITES**

On ne s'ennuie pas au CA! observation réelle, observation guidée, initiation aux instruments, parcours du soleil, etc...

# Le manifeste de marque



**Manifester** : verbe transitif, latin manifestare, montrer

- > Exprimer, montrer un sentiment, une opinion, un désir, en particulier par la parole : manifester sa volonté.
- > Rendre perceptible, faire connaître un sentiment, une manière d'être, un état.
- > Faire preuve d'une aptitude, la faire jouer pleinement : manifester son courage.

(Source : Larousse)



# Le manifeste de marque (brand manifesto)

C'est une déclaration d'intention auprès des futurs utilisateurs et qui positionne la marque vis-à-vis des prospects.

Il se veut authentique et sincère.

Le manifeste nous positionnera aussi dans le milieu de l'astronomie et annoncera nos couleurs quant aux actions mises en avant pour inspirer l'entourage/les collaborateurs du Planétarium et du Centre Astro.

Utilisant les mécanismes de la narration (story telling), le manifeste a une double utilité :

1. Insuffler une dose d'émotion
2. Laisser passer une bonne dose de passion

C'est ce cocktail qui suscitera l'action.

A la fin de la lecture du manifeste, les gens ne doivent pas seulement avoir passé un bon moment...

Ils doivent AVOIR ENVIE de se mettre en action

Qui ne sait jamais poser des question en observant le ciel... *qui sommes-nous ? Où sommes-nous ? Sommes-nous seuls ?...* Le ciel interroge, le ciel fascine, le ciel fait rêver, le ciel est un spectacle ! Les étoiles brillent, guident les voyageurs, s'éloignent, meurent.

C'est parce que les étoiles et le ciel nous parlent que nous avons envie de vous raconter leur histoire.

Au Planétarium de Provence, nous croyons en la Science, comme un outil pour comprendre le monde qui nous entoure. Nous savons qu'observer c'est comprendre.

Notre passion : transmettre nos connaissances scientifiques, nos découvertes, nos anecdotes, rendre accessible un savoir complexe.

Vous faire VIVRE la science !

Nous allons (r)éveiller votre curiosité, vous apprendre à regarder le ciel, vous donner envie de de vous y perdre pour mieux vous retrouver.

L'Univers a ses secrets, partageons-les ensemble...

Merci  
de votre attention

