


Stratégie marketing pour le lancement du planétarium

du Centre Astronomie de St Michel l'Observatoire



SOMMAIRE

- La mission
- Le challenge
- Le marché des planétariums
- Les attentes des cibles
- L'ADN du Centre Astronomie
- Le positionnement

Ce que nous allons voir



Le marché

Les concurrents, leur positionnement, leur communication.



Les attentes des publics

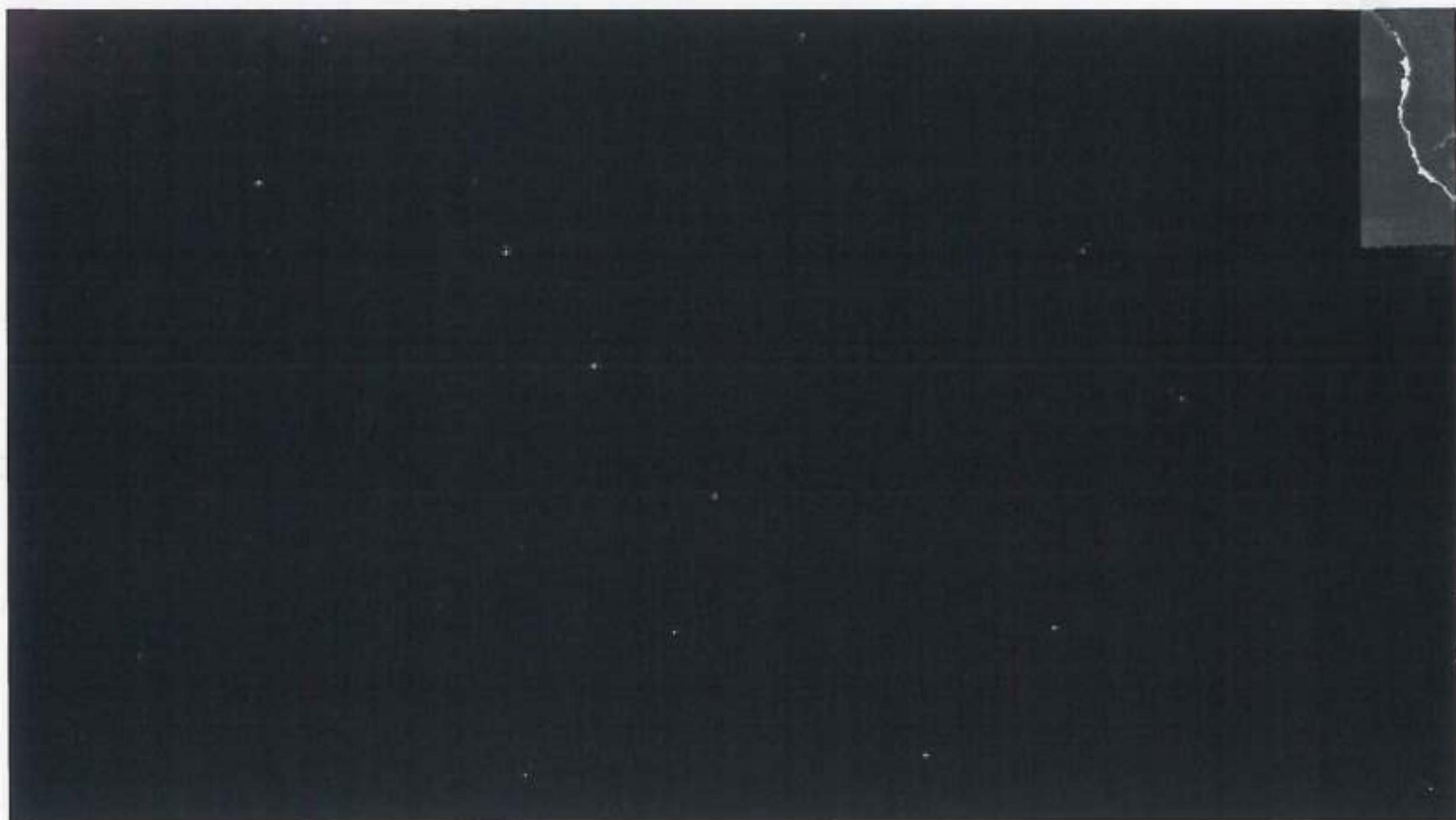


L'ADN du Centre Astro



Le marché des planétariums





Rappels

Définition

C'est un lieu de culture scientifique consacré à l'astronomie et pouvant comporter différents systèmes de projection du ciel étoilé (APLF).

Missions

Les planétariums participent à l'éducation des jeunes, ils valorisent la recherche scientifique, ils renforcent la cohésion sociale, ils offrent un spectacle du ciel et font rêver les spectateurs, petits et grands (APLF).

Ils ont une mission de diffusion de la culture scientifique et technique.

Les missions d'un planétarium vues par leur direction

« Un planétarium doit susciter la curiosité pour la science et sur les sciences de l'univers en particulier. Il doit (r)éveiller l'intérêt du public »


Julie Portefaix – responsable du service des publics au planétarium de Vaulx en Velin

« Un planétarium c'est une salle de médiation culturelle de l'astronomie.

J'aime le terme de « théâtre cosmique » qui décrit bien ses 2 fonctions :

- *C'est un lieu c'est-à-dire une salle de spectacle avec un dôme*
- *C'est un outil car il dispose d'un simulateur astronomique pour observer/simuler le ciel (pédagogie) et souvent d'un projecteur optique pour voyager dans l'espace et être au cœur du ciel »*

Milène Wendling – responsable du planétarium de l'université de Strasbourg



LA MISSION

A l'été 2021, le Centre d'Astronomie (nommé CA ou Centre Astro) va voir ses activités s'élargir avec l'implantation d'un grand planétarium.

Pour faire vivre et rentabiliser cette nouvelle activité, le CA a décidé de faire appel à Autrement Dit afin d'élaborer une stratégie marketing et un plan de communication pour le lancement du planétarium.



LE CHALLENGE

**Trouver le bon positionnement
pour le planétarium de St Michel...**

*" Le positionnement, c'est choisir le terrain de jeu
dans lequel nous serons le premier dans l'esprit de nos clients »*

- Celui qui séduira les publics et fera du lancement une réussite.
- Celui qui nous distinguera de la concurrence.
- Celui qui résonnera avec l'activité du Centre Astro.

Une mutation à prendre en compte

Décoder le ciel et comprendre notre environnement cosmique grâce aux séances de lecture du ciel effectuées par un animateur en direct.



MISSION EDUCATION



**UN EQUIPEMENT
CULTUREL DE PROXIMITE.**



A ces séances se sont ajoutées petit à petit des séances filmiques avec une narration concernant un sujet relatif à l'astronomie.



**MISSION D'EDUCATION
ET DE DIVERTISSEMENT**



**UN ATOUT POUR LE
DEVELOPPEMENT DU
TOURISME LOCAL.**

Auprès de 2 publics « cœur de cible »



Le grand public



Les scolaires

Et un public à développer



Les séminaires
Les team Buildings
Les "groupes" (CE notamment)

L'offre sur le territoire



Le classement « administratif »

Les Institutions nationales

Cité des sciences
Cité de l'espace
Palais de la découverte
Musée de l'air
Parc du cosmos
Montpellier
Espace des sciences
Pleumeur Baudou

Les centres de culture

Vaulx en velin
St Etienne
Nantes
Strasbourg
Poitiers

Les collectivités locales

Marseille
Planétarium Valeri
Planétarium Peiresc

Le planétarium appartient à
un offre touristique globale
(OTG)

Le planétarium constitue
la seule offre touristique
(P)

La séance de planétarium type



Un autre aspect, moins connu du public, est la place du planétarium en tant que salle "scientifique" où grâce à la projection numérique à 360°, la recherche scientifique peut projeter ses nouvelles bases de données dans divers domaines scientifiques.

Programmation type *(issue observation été 2020)*

2 à 4

séances par jour et le week-end

Jusqu'à **6**/j en été ou pendant les vacances scolaires

Des programmations de 5 ans à 123 ans !



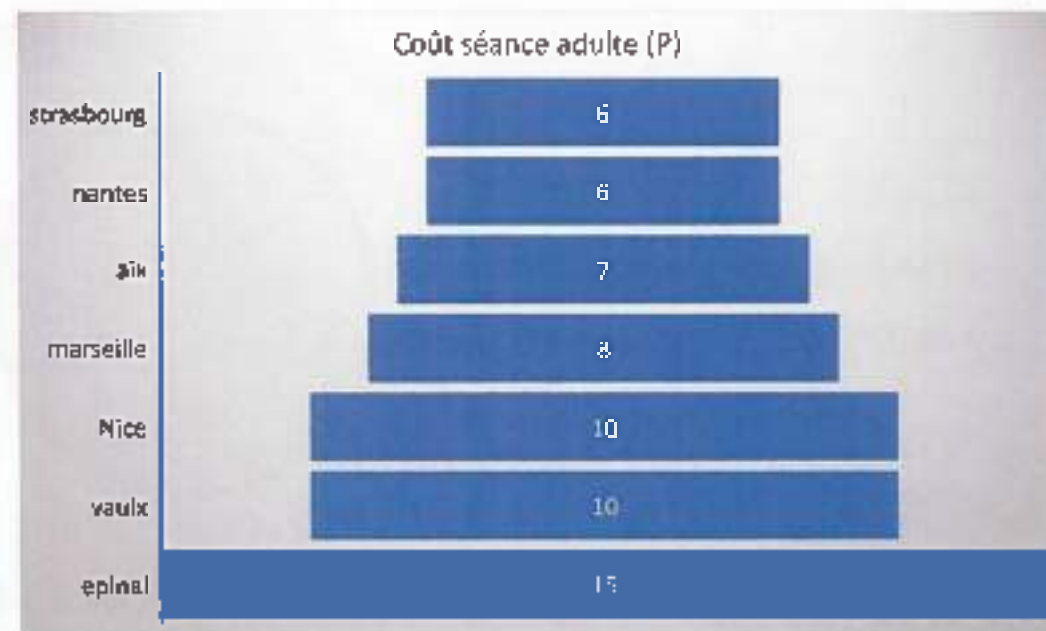
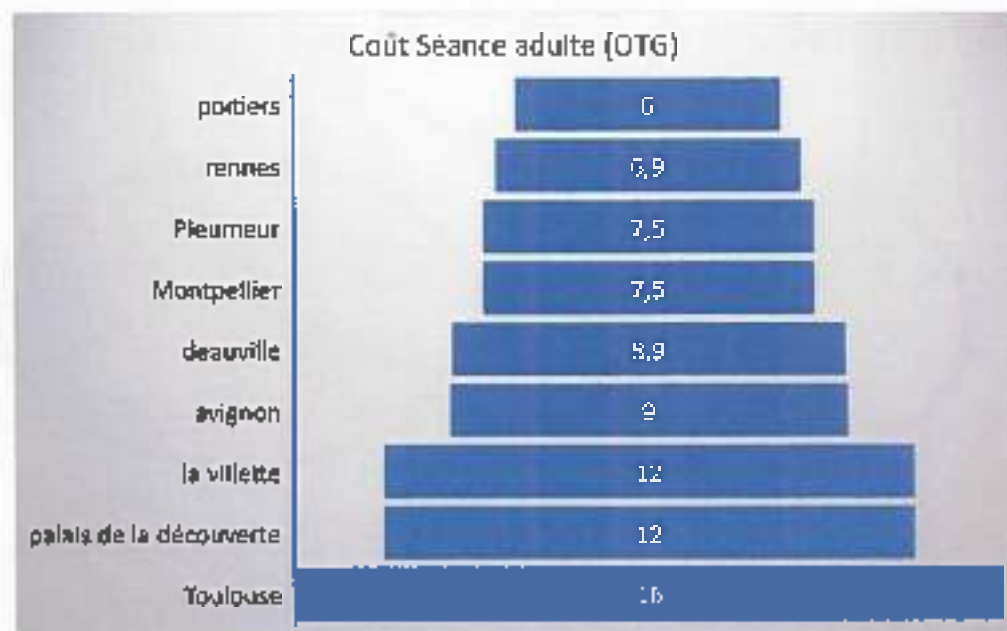
Généralement **3 types de films** pour toucher un public large :

1 film petit enfant (5 ans)

1 film enfant (10 ans)

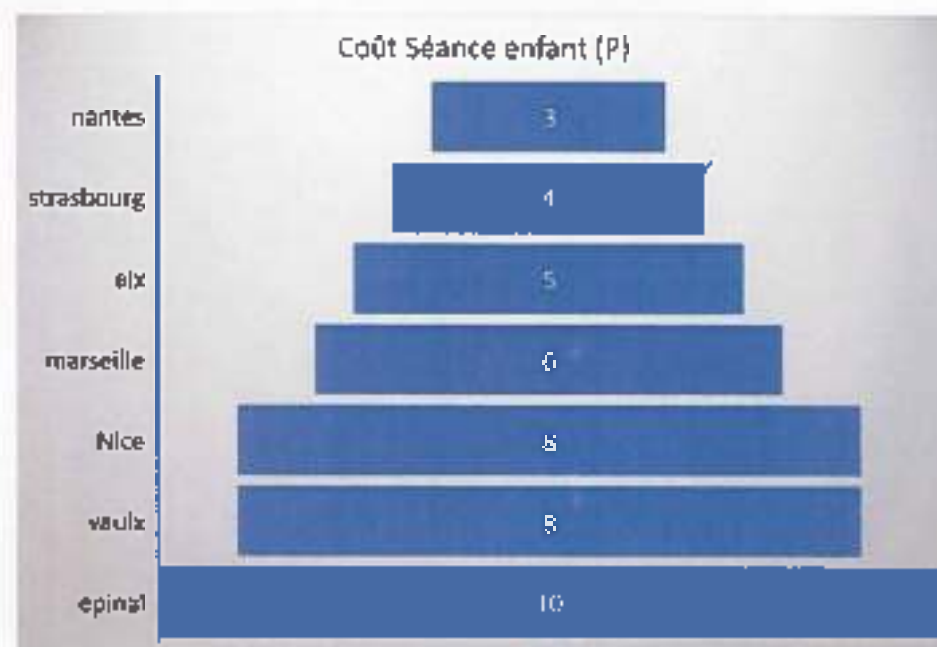
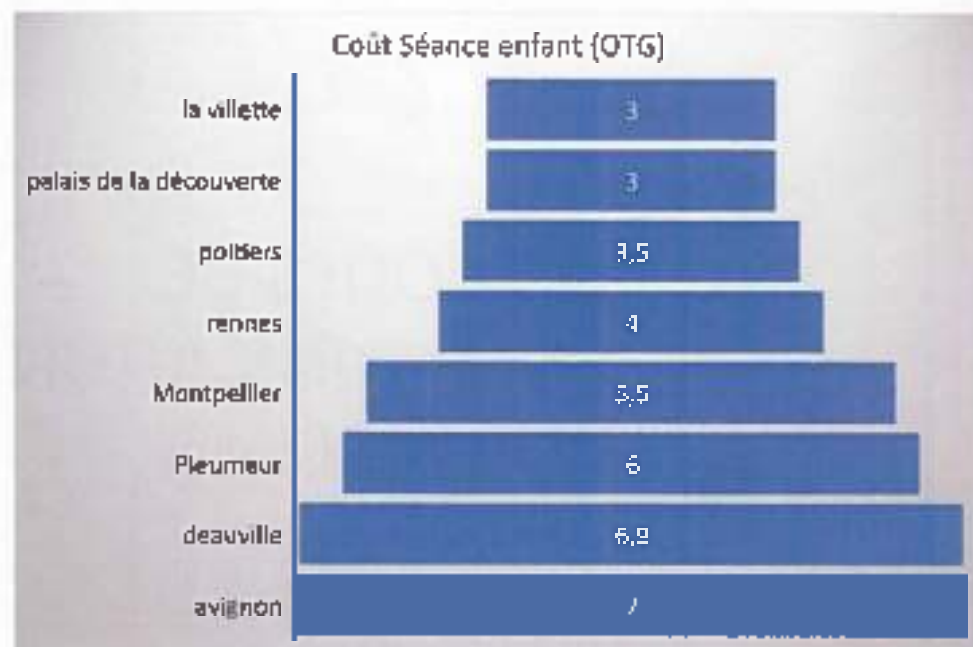
1 film ado/adulte

Coût d'une séance (adulte)



La tarification envisagée par le plan d'affaire situerait le coût d'une séance à St Michel à **8€ pour les adultes**.

Coût d'une séance (enfant)



La tarification envisagée par le plan d'affaire situerait le coût d'une séance à St Michel à **6€ pour les enfants**



LES CODES DE COMMUNICATION DU MARCHE

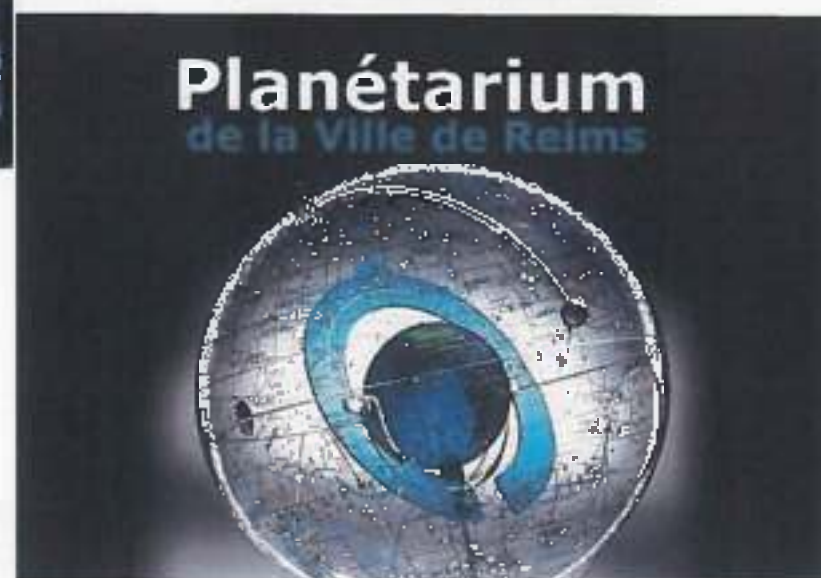
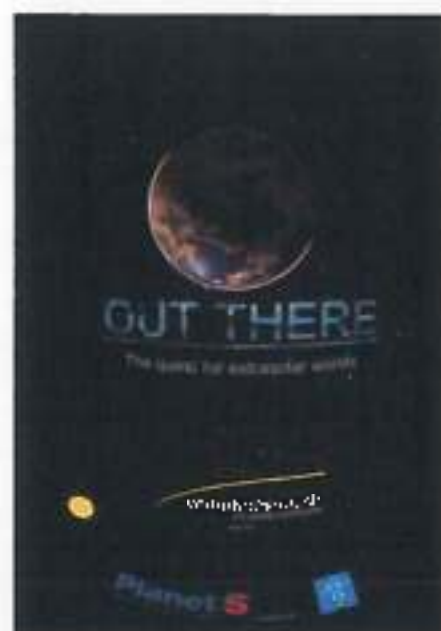
Une communication avec des visuels scientifiques

- Des codes couleurs très sombres pour évoquer le ciel
- Des images identifiables par tous les publics : soleil, lune, anneaux de Saturne, nébuleuses...
- Des images spectaculaires



- De l'extraordinaire
- Un effet « waouh »
- Les étoiles ou le ciel comme SUJETS D'ETUDES





Une communication avec des visuels illustratifs

- De la couleur
- Des images qui prêtent à l'imaginaire



- De la douceur et de la poésie
- Des codes visuels enfantins
- Pas de projection possible sur ce que sera le spectacle car l'illustration ne le permet pas = proximité et accessibilité du sujet





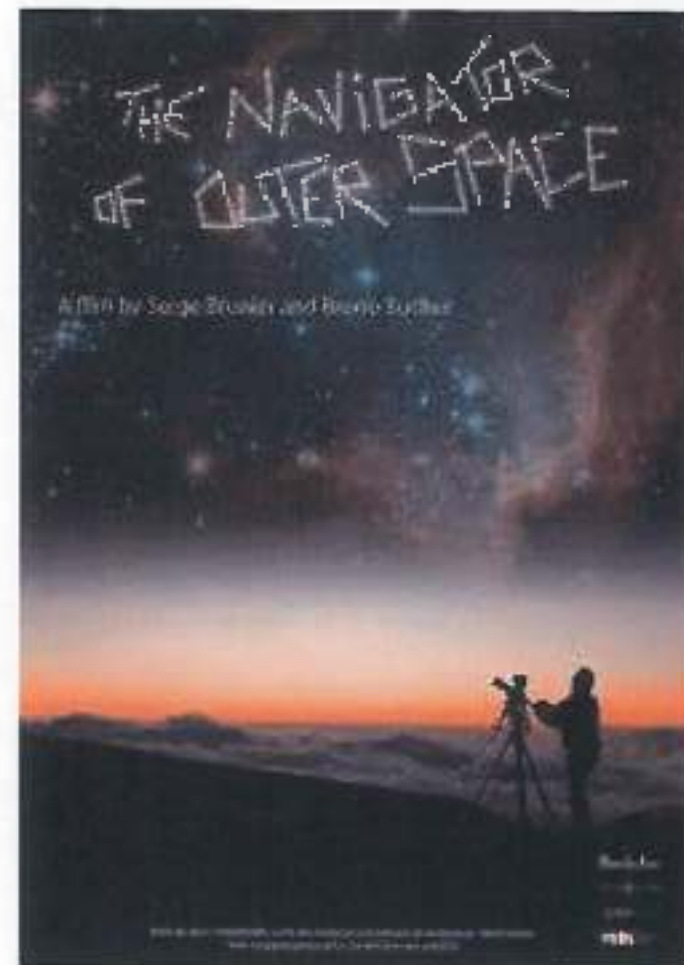
Une communication avec des visuels émotionnels

- Présence de personnages avec des visages montrant des émotions (surprise, béatitude, émerveillement...) ou des attitudes (détermination, contemplation...)
- Des couleurs sombres pour mettre en exergue le facteur émotion



- Des images qui touchent par les émotions qu'elles dégagent
- Public familial
- Le spectateur est immergé dans l'image
- Reprise des codes du cinéma (affiches de film) = le spectateur est acteur de sa séance.





Une communication décalée

- De la couleur = attractivité des visuels
- Des images et/ou des accroches fortes
- Mise en avant majeure des symboles de l'astronomie pour avoir une lecture immédiate de l'univers dont on parle (astronaute, lune, terre, ...)



- Des images qui interpellent
- **Mémorisation**
- Destinés à tous les publics
- La science est accessible et divertissante

LE PLANÉTIARIUM

SAISON 19
20
VAULX-EN-VELIN



BESOIN D'ÉVASION ?



LE PLANÉTIARIUM

14
15

ÉPIQUEMENT VULGAIRES

LE PLANÉTIARIUM

SAISON 15
16


VAULX-EN-VELIN

NE CHERCHEZ PLUS



L'UNIVERS EST À PORTÉE DE MAIN



Philocalipso  vaulx-velin

SITE OFFICIEL DU PLANÉTIARIUM DE VAULX-EN-VELIN | CLIQUER POUR ENTRAIRER >>

Toulouse

Drôle d'espace !

Sur la Lune,
on est 6 fois
plus léger
que sur
la Terre !



Cité de l'espace
TOULOUSE
OCCIDENTAL • SÉTOUPEL • COMPTON

Toulouse

Drôle d'espace !

Les astronautes grandissent
de 4 cm dans l'espace !



Cité de l'espace
TOULOUSE
OCCIDENTAL • SÉTOUPEL • COMPTON

Toulouse

Drôle d'espace !

Chaque année,
la Lune s'éloigne
de la Terre
de 3,8 cm !



Cité de l'espace
TOULOUSE
OCCIDENTAL • SÉTOUPEL • COMPTON

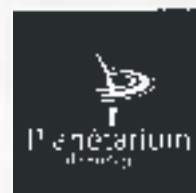


Les logos des parcs avec offre globale



UN LIEU

Les logos des planétariums seuls



UN ÉQUIPEMENT

Les codes de communication

On sait que les planétariums sont dirigés par des scientifiques donc la communication est majoritairement scientifique.

Néanmoins on peut distinguer 2 tendances :

1. Nécessité de montrer **la couleur du ciel**, les étoiles ou une planète (soleil et saturne fonctionnent bien) pour donner une idée de ce qui sera vu...
2. ...Tout en mettant de **l'émotion** (que ce soit dans les mots ou dans les images).

La concurrence directe

Il n'existe pas de concurrents proches identifiés sauf peut-être le planétarium Peiresc (Aix) ou le planétarium Andromède (Marseille) mais leur offre n'est pas comparable (dômes de 8m et 6m – projection numérique).



Notre communication ne devra pas chercher à se différencier des autres planétariums car ils sont trop éloignés !

La concurrence indirecte

- Un territoire attractif et ensoleillé
- À forte intensité patrimoniale
- Proposant de nombreuses activités outdoor et culturelles



Il va falloir **EMERGER** en proposant une offre **INÉDITE** et **SEDUISANTE**.

ATOUTS ET SPÉCIFICITÉS du territoire



Patrimoine
3 Villages et Cités de Caractère (Dauphin, Mane, Senlens - la-Bastide) et des villages perchés
Patrimoine architectural riche : château de Sarran...

Activités de pleine nature
Randonnées pédestres, randonnées équestres, parapente

Art de vivre
Route des gâteaux et gâteaux
Terroir : AOC Fromage de Banon, Maison de produits de pays à Mane
Bistrot de Pays, châteaux

En Haute-Provence
Près de la moitié des communes est située dans le Parc Naturel Régional du Luberon, champs de lavande, paysages de lavande fine, barles, cabanons peints en pleine roche

Spots naturels d'exception
Montagne de Lure, Plateau d'Albion, Gorges d'Oppedette (Réserve Naturelle sensible)

Itinérances
Des sentiers balisés, pèlerins et VTT, routes de la lavande, route du haussard, route Glorie

Culture
Des sites culturels aux thèmes variés : Musée de l'Art et d'Industrie de Sallanches, La Maison de la Santé, l'École de la Santé...

Astronomie
Observatoire CNRS de Haute-Provence - Centre d'Astronomie

Les faits marquants du marché



- Un marché obscur et non structuré
- Pas de leadership
- Des grands planétariums
- Des petits planétariums
- Des salles de « médiation culturelle »
- Communication majoritairement scientifique
- Positionnement scientifique
- Visuels avec une planète ou des étoiles
- Pas de concurrence directe
- De la concurrence indirecte
- Un produit méconnu du grand public

Les attentes des cibles



Le contexte

Les français ne sont pas champions du monde en matière de culture scientifique

Seulement **27%** pensent avoir une culture scientifique satisfaisante.

54% des Allemands, 40% des Britanniques et 45% des Américains.

Des français de plus en plus intéressés par les sciences...pour leurs enfants


86% des Français pensent qu'il faut sensibiliser davantage les jeunes à l'importance des questions scientifiques.


<https://www.natura-sciences.com/loisirs/francals-ameliorer-culture-scientifique.html>


Un sujet d'actualité

La fusée Thomas Pesquet !

L'une des personnalités scientifiques préférées des Français.
un statut d'ambassadeur du voyage spatial.

638 000 followers sur 

 759 000 abonnés

1,55 millions de fan sur 



Un sujet de consommation



Un sujet de destination



La tête dans les étoiles en Suisse

Vous en avez déjà sans doute fait l'expérience : Plus on monte en altitude, plus le ciel est sec et dégagé, et plus son observation est optimale. Si vous rêvez de dormir la tête dans les étoiles, rejoignez le 3100 Rörlihotel Gemengrat à Zermatt, au cœur des [Alpes suisses](#). Construit à 3 100 mètres d'altitude, cet hôtel unique en son genre est doté d'un observatoire qui abrite un télescope galilé. Sachez que si vous voulez visiter le planétarium et l'observatoire, il faut en faire la demande au préalable. Les activités proposées par Rörli autour de l'immensité sont, elles, accessibles à tous. Même si vous ne séjournez pas sur place. C'est notamment le cas du « Dining with the Stars » (ciner aux étoiles), qui allie gastronomie et observation du ciel.



 **RELAIS & CHATEAUX**

Rejoins Rörli > Ciel



 Suisse  Recherche




Observez le ciel austral avec un guide

 4,97 (143) • MONTENAP, Suisse

À partir de 30€ par personne



 **Autrement dit**
DÉCOUVERTE & CULTURE



À la belle étoile dans les gîtes insolites Cabanes & Bulles



Aux Maldives, l'hôtel Anantara Kihavah a fait construire un observatoire pour ses clients passionnés d'astronomie (Anantara)

Mais tout le monde n'a pas le même niveau

Les Français aiment la science mais ne sont pas toujours à l'aise avec elle.

Selon les [récents résultats](#) d'une enquête Ifop, **34%** des Français déclarent avoir « une culture scientifique avec des lacunes ».

La perception d'un planétarium

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

(un musée, un centre de loisirs, une salle obscure, un observatoire, un lieu d'observation, une exposition)

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

(un film, une conférence, une animation, une observation)

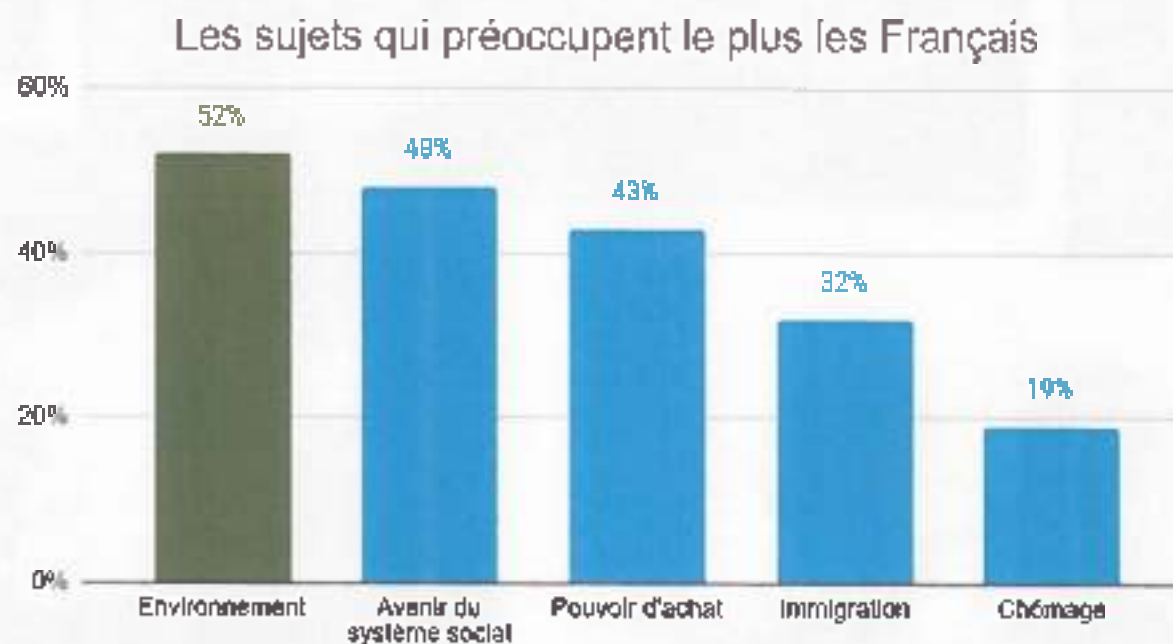
Mais il sait qu'il va y découvrir le CIEL avec l'appui d'un EXPERT.



Un public à (R)ENSEIGNER

Leurs attentes

Depuis le Covid les perceptions ont changé et les français veulent prendre plus en compte l'environnement



Source : Ipsos/Sopra Steria, Fractures françaises 2019 | Graphique hellowall.fr



Leurs attentes

- **Fuir le tourisme de masse**

(En 2018, une équipe de chercheurs de l'université de Sydney a établi que le tourisme était responsable de 8 % des émissions de gaz à effet de serre.)

- **Pour se concentrer sur un tourisme écoresponsable**

(En quelques années, le tourisme durable s'est énormément développé, avec comme valeur cardinale le respect de la nature. Il représente une solution d'avenir pour développer des offres qui permettent de voyager sans abîmer la planète et possède tous les atouts pour séduire les green tourists.)

- **Et redonner du sens au voyage**

Vivre une expérience authentique, préserver l'environnement.

<https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/usages-et-style-de-vie/tourisme-masse-tendances-green/>

Leurs attentes

- Les Français ont envie « d'un grand bol d'air » et délaissent les capitales et grandes villes touristiques (2%)
- 62 % des Français partiront en famille
- En termes d'activités attendues par les Français sur leurs lieux de villégiatures :
 - 55 % : des activités culturelles (musée, parc naturels ...)
 - 45 % : des activités récréatives à pratiquer en famille

Des vacances loin des villes, en famille avec des activités culturelles ou récréatives.

<https://www.infotritel.fr/actualites/etude-les-francais-et-les-vacances/>

Leurs attentes

- Voyager plus souvent mais moins longtemps : les voyageurs cherchent **une expérience de séjour dépayssante** même s'il s'agit de ne partir qu'à moins de 3 heures de chez soi.
- On ne parle plus seulement d'expérience de loisirs. Il s'agit d'aller au-delà, pour vivre une **expérience d'apprentissage ou d'ouverture d'esprit**.
- Les visiteurs recherchent des expériences permettant d'explorer de **nouveaux espaces**.
- Le plus important, c'est surtout, que les visiteurs veulent faire plus « qu'aller » dans une destination. Désormais les voyageurs veulent « **vivre** » la destination.

Avoir une ou des expériences en vacances !

<https://www.apidae-tourisme.com/apidae-et-le-tourisme-experientiel/>

Leurs attentes

65% des français choisissent une activité en vacances pour **le plaisir et l'enrichissement** qu'elle procure.

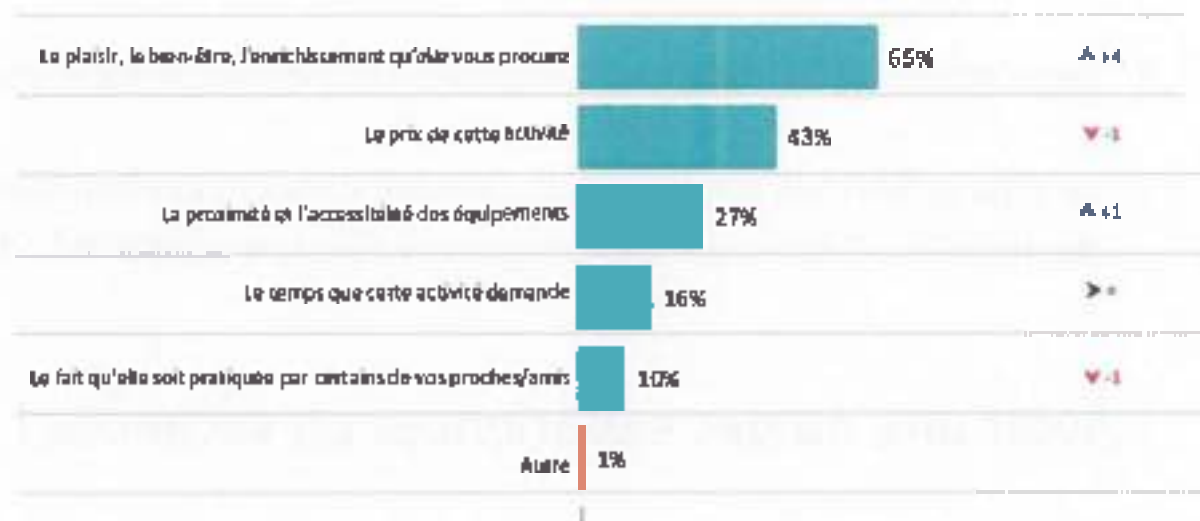
Culture & plaisir



Les raisons pour lesquelles on choisit une activité de loisirs

Q. Et au final, pour vous, pour choisir une activité de loisirs, vous prenez principalement en compte... ?

Deux réponses possibles – Total supérieur à 100%



<https://fr.slideshare.net/contactOpinionWay/opinionway-pour-sofinco-les-français-et-leur-budget-loisirs-janvier-2018>

Les publics du planétarium

1. Les familles
2. Les étudiants (portés par la décision de leurs professeurs)
3. Les adultes (jeunes, plutôt en groupe et les seniors)
4. Les passionnés (pas d'âge/pas de genre qui reviennent régulièrement)

Ce qui pourrait déclencher une visite

9 Qu'est-ce qui pourrait "déclencher" votre visite dans un planetarium ?

Programme

Une expérience unique
(Exemple : Les carrières de lumières aux Beaux de Provence sont à 1h30 de mon domicile et je fais chaque année le déplacement pour aller voir la dernière exposition)

Gratuité ? Evènement particulier ?

Une projection sur un thème spécifique qui m'intéresse : à mon sens c'est un site dont on parle très peu en terme de communication. Dans ma vision on s'y rend soit durant une sortie scolaire soit quand on a des enfants. L'idée ne me viendrait pas d'y aller en couple ou avec des amis

Un mois d'août avec des engans ou des ados

Sortie en famille ; La motivation d'y amener mes enfants, mais maintenant ils sont devenus trop grand.

Un évènement céleste rare, passage de comète, éclipse...

Nouveauté, exclusivité

La curiosité

Une pub qui explique ce que c'est et qui donne envie

Prix, expérience, la différenciation avec ce qui existé déjà

La nuit des étoiles filantes ou phénomène particulier communiqué à la TV par exemple

Une soirée à thème avec des amis, un rendez vous à ne pas manquer pour une occasion, une envie de découvrir une nouveauté, un nouvel endroit, une nouvelle activité peu commune.

Un programme intéressant, une expérience unique, une sortie en famille, une actualité, la curiosité...

ISABELLE – amoureuse de la nature

Age : 40 ans

Métier : assistante de direction

Situation : mariée 2 enfants (9 et 6 ans)

Ville : Nice

Caractère : naturelle



« Si vous aimez vraiment la nature vous trouverez la beauté partout »

Centres d'Intérêt

Voyages

Culture

Famille

Nature

Insights

- *La nature nous offre de magnifiques tableaux*
- *Il faut prendre le temps de les contempler*
- *J'aimerais que mes enfants comprennent ça très tôt*

Isabelle se rappelle encore de son voyage à la Réunion où elle a pu voir à l'œil nu « *un ciel fabuleux entre terre et mer sans aucune pollution lumineuse.* » Avoir un beau ciel étoilé est devenu un de ses critères pour choisir ses vacances : « *Regarder le ciel avec des enfants ou des amis, ça crée de la convivialité. Mais qu'on soit dans le Sud ou ailleurs, il faut marcher parfois des kilomètres pour trouver un endroit peu éclairé* », déplore la Niçoise.

PAUL voudrait tout savoir

Age : 46 ans

Métier : cadre dirigeant

Situation : mariée 3 enfants

Ville : Avignon

Caractère : rigoureux



« On doit revenir de vacances plus riche »

Centres d'intérêt

Voyages

Culture

Famille

Nature

Insights

- *Apprendre c'est comprendre et comprendre c'est apprendre*
- *Je n'ai pas le temps de m'arrêter, la vie passe trop vite*
- *J'aime stimuler la curiosité et ouvrir de nouveaux horizons à mes enfants*

Paul n'a pas de temps à perdre. Il dirige une entreprise et a l'habitude donner des ordres dans son travail, il aime l'efficacité | L'oisiveté n'est pas son genre même si il a besoin de repos mais tout en se reposant on peut apprendre des choses et se cultiver. C'est donc l'éducation qu'il donne à ses enfants. « *On doit revenir de vacances plus riche* » aime-t-il répéter. Alors la destination est choisie en fonction du patrimoine à visiter. « *On ne fait pas que des châteaux ou des musées, on aime aussi beaucoup les observatoires. Je trouve que c'est un excellent moyen d'appréhender la science pour les enfants et de susciter leur curiosité* ».

ANTONIN veut impressionner ses copains

Age : 12 ans
Au Collège en 4e
Ville : Manosque
Caractère : rigolo



« Tu as vu la comète cet été ? »

Centres d'intérêt

Internet et les RS

Lecture

Copains

Nature

Insights

- *Quand tu montres les étoiles à une fille, c'est cool !*
- *Je referai bien un séjour ou une visite dans un autre observatoire où il y a un planétarium*
- *J'ai demandé des jumelles pour mon anniversaire*

« Je suis allé en classe d'astronomie à St Michel avec mon collègue l'année dernière, c'était trop cool ! D'abord on était tous ensemble et puis on a appris plein de trucs ». Antonin est un élève curieux mais pas très assidu, son niveau en sciences est moins bon que ses performances sur FIFA...
« cet été y a mes cousins qui viennent, on va y retourner. J'ai hâte de leur montrer la grande ourse et de leur montrer que je sais regarder avec un télescope ».

CHANTAL ET GEORGES - créateurs de souvenirs

Âges : 65/66 ans

Métier : retraités

Situation : mariés

Ville : Valence

Caractères : actif



« Les grands-parents sont là pour aider les enfants à faire les bêtises auxquelles ils n'ont pas encore pensé ! »

Centres d'Intérêt

Voyages

Culture

Famille

Nature

Insights

- *Nous aimons beaucoup créer des souvenirs avec nos petits-enfants*
- *Mêler le ludique et la pédagogie c'est gagnant gagnant !*

« *Nous sommes des grands parents très présents et actifs. Nos enfants travaillent beaucoup et nous nous occupons souvent de nos petits-enfants. La transmission est importante et le partage de bons moments aussi. Il faut les occuper !* ». Chantal et Georges passent 2 semaines de vacances l'été dans leur maison du Var avec leurs petits enfants. Ils aiment la plage, les randonnées, les spectacles. « *Tous les ans nous faisons un pique-nique au crépuscule pour la Nuit des Etoiles, les enfants adorent !!!* »

LA FAMILLE BERNARD recherche une activité qui rassemble

Famille avec 3 enfants de 7, 6 et 9 ans

Ville : Aix-en-Provence

Caractères : hyper actifs



« La vie avec 3 enfants n'est pas un long fleuve tranquille mais quel bonheur ! »

Centres d'intérêt

Voyages

Culture

Famille

Nature

Insights

- *L'important c'est que les enfants soient étonnés de ce qu'ils font*
- *3 enfants, 3 âges, 3 caractères il faut trouver THE activité qui plaise à chacun*

« Tous les ans nous louons une maison près de Sisteron. C'est notre plaisir. Nous multiplions les activités en extérieur car nous ne voulons pas que les enfants soient devant la TV ». Béatrice et Cyril font du bateau sur le lac de Serre-Ponçon, de la randonnée, de l'accro-branche et ils adorent le Muséoscope du lac pour le parcours sonore et visuel. Ils y vont tous les ans « quand il pleut c'est compliqué, nous aimerions bien trouver une animation jamais faite avec les enfants et qui conviennent aux 3... »

CHRISTOPHE – le passionné

Age : 54 ans

Métier : chef de projet informatique

Situation : célibataire

Ville : Valence

Caractère : passionné



« Je passe plus de temps la tête dans les étoiles que les pieds sur terre »

Centres d'intérêt

Voyages

Culture

Famille

Nature

Insights

- *J'ai hâte d'avoir des petits enfants pour leur montrer les étoiles*
- *Mon club astro, ce sont de vrais amis, presque une famille*
- *Avoir une passion c'est un luxe 5**

« En camping en Lozère, je me mettais dans un champ tout proche pour regarder le ciel. Mes enfants, alors en bas âge, étaient les premiers à venir regarder dans ma lunette d'astronomie. Ils étaient fiers de montrer aux curieux que ce matériel appartenait à leur papa », raconte Christophe, 54 ans, avec une pointe de nostalgie. Ce chef de projet en informatique qui doit aller à 60 km de Valence pour observer les étoiles, part désormais en week-end dans des gîtes en Ardèche ou dans les Alpes de Haute Provence, avec son club d'astronomie.

Le CEA de CADARACHE



Les entreprises peuvent être en recherche de nouvelles activités pour plusieurs raisons :

- Proposer de nouveaux loisirs aux salariés via le CE
- Redorer son image (« green washing ») trop industrielle en proposant des activités plus environnementales lors de Team Buildings
- Organiser des séminaires dans des lieux différents et atypiques.

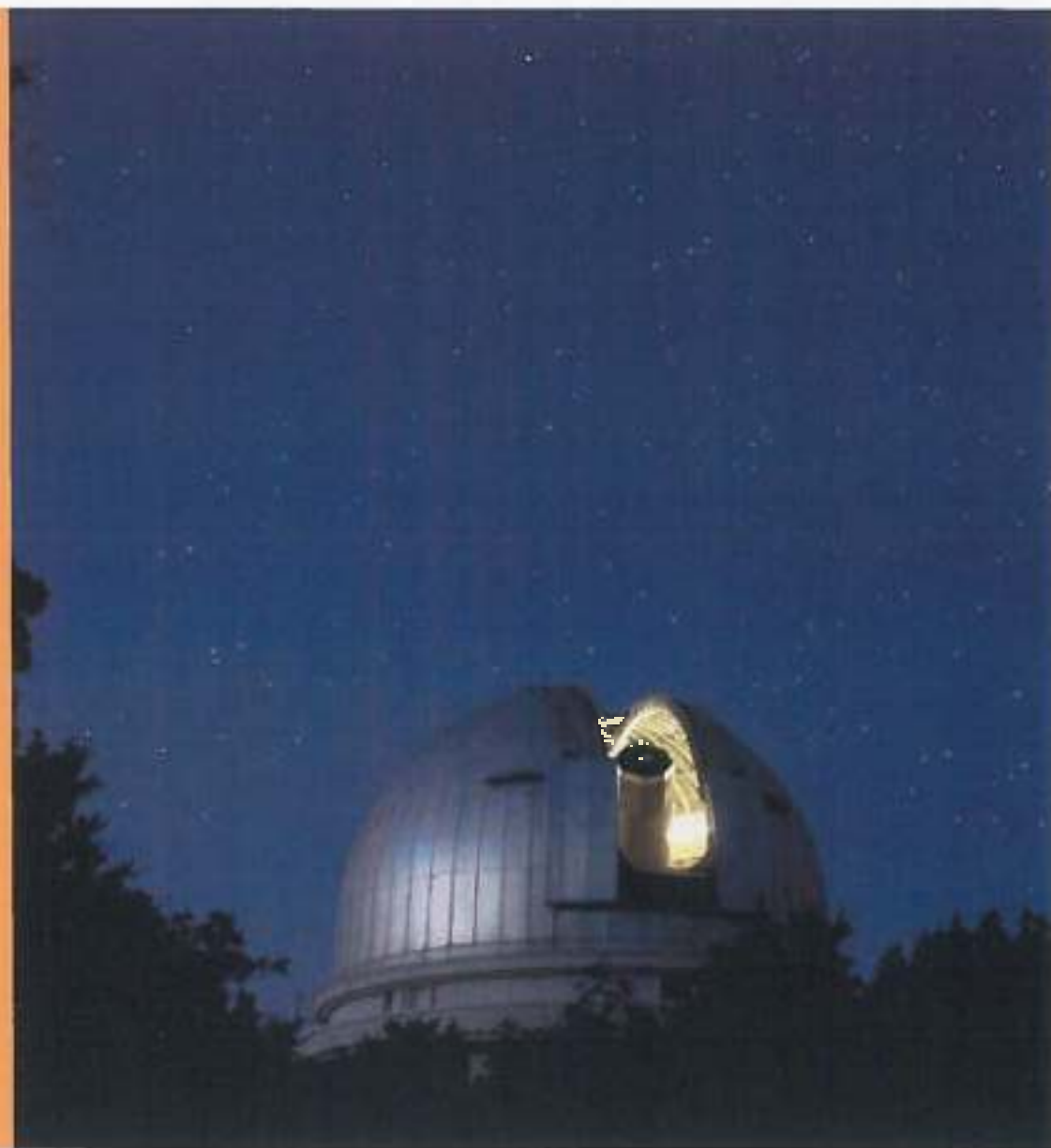


Les attentes des cibles



- Des vacances loin des villes, en famille
- Des activités culturelles ou récréatives
- Recherche de sens
- Besoin de nature
- Divertissement/loisirs
- Enrichissement culturel (scientifique ou pas)
- Recherche une expérience
- Moments de partage
- De la surprise / du jamais vu ailleurs
- Un public curieux (non attentiste)
- Contenu scientifique
- S'attendant à trouver dans un planétarium : un endroit où ils apprendront des "choses" sur le ciel et l'espace de façon ludique et spectaculaire

L'AND
du
Centre
Astronomie



Actuellement vous êtes

Observations du ciel

Visites OHP

Visites du Château
d'Agout

SAINT-MICHEL L'OBSERVATOIRE



Centre
d'Astronomie
ALPES DE HAUTE PROVENCE

Observations du soleil

Stages & formations
au CA

Séjours thématiques

Soirées événements

Vous vous définissez comme...

- Une structure de **médiation scientifique**
- Avec pour mission la **diffusion de la culture scientifique** à destination du grand public et des scolaires
- Dans le cadre d'une **action éducative et culturelle**, chacune d'intérêt général
- Vous êtes dotés **d'équipements pédagogiques** et scientifiques de **1^{er} plan** et d'instruments d'observations
- Vous êtes une **structure d'accueil** d'une capacité de 70 lits.

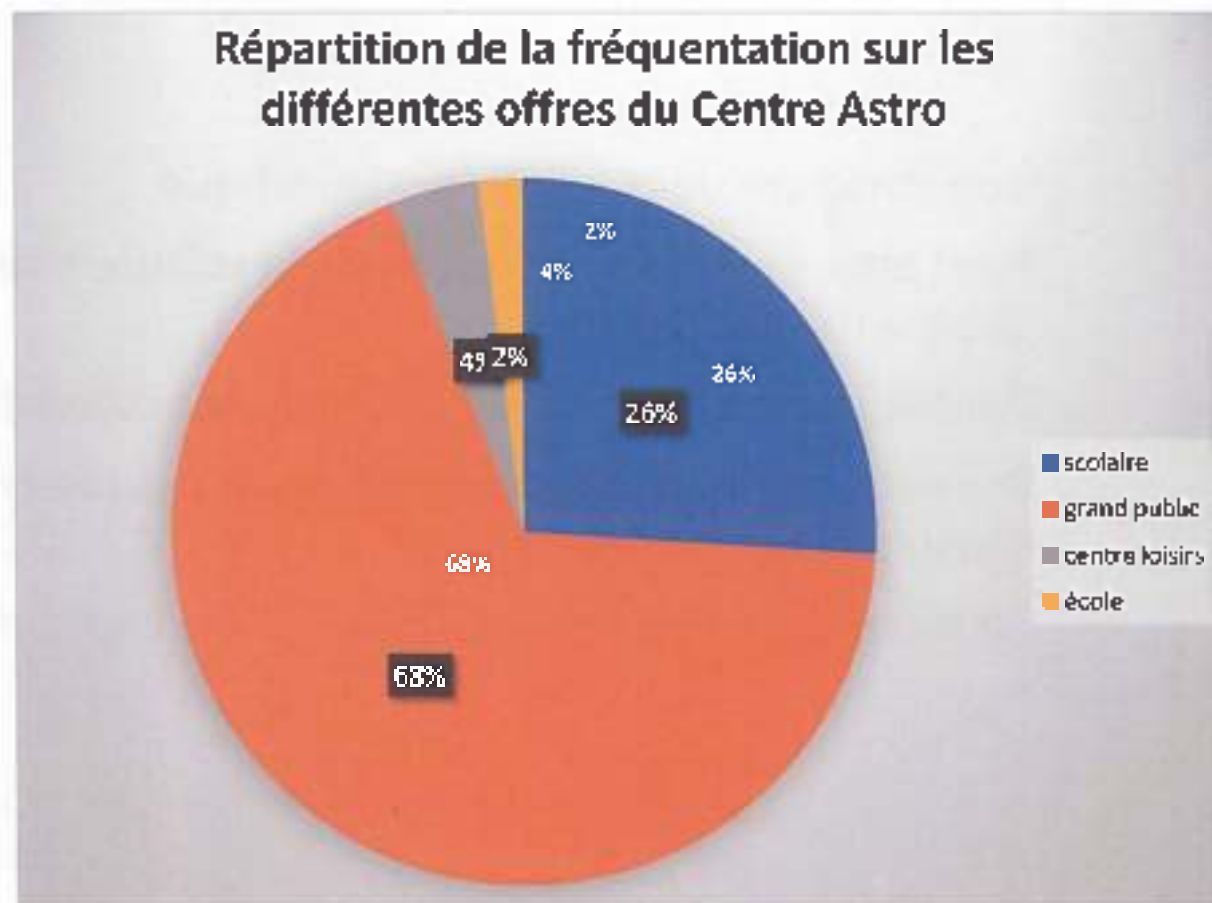
Vous faites...

Le CA articule son offre autour de 2 activités majeures :

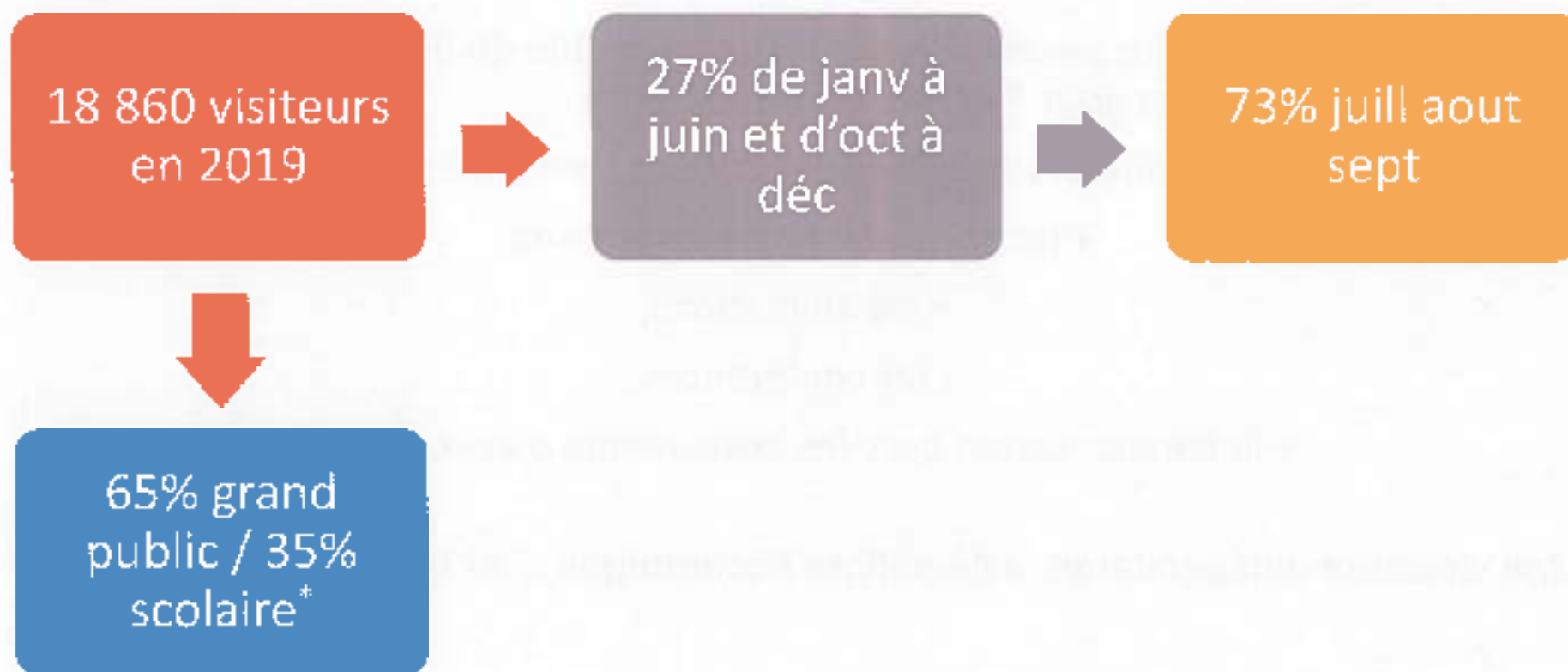
- Les visites grand public
- L'accueil des scolaires

Et 2 autres activités secondaires :

- Le centre de loisirs
- L'école d'astronomie



Les visiteurs



Votre vision

Le Centre Astro souhaite devenir un **site incontournable** du 04 dans les prochaines années que l'on visitera pour l'intégralité de son offre :

Les observations réelles de jour comme de nuit,

+ les spectacles du planétarium,

+ les animations,

+ les conférences,

+ la familiarisation avec les instruments d'astronomie.

Une structure indépendante, à **l'équilibre économique** d'ici 10 ans.

Vos valeurs

- Le partage et la transmission (du ciel et des connaissances),
- La préservation de l'environnement
- L'hédonisme (plaisir de l'apprentissage)
- L'accompagnement des publics
- La convivialité et la bienveillance dans la délivrance du savoir
- L'accessibilité aux savoirs (quelque soit le niveau des élèves ou les références du public.)
- Le professionnalisme (qualité d'accueil).

Une offre grand public large...

Soirée découverte

Observation du soleil

Pique-nique au crépuscule

PM : 11,33€ adulte / 8,26€ enfant

Soirées événements
(été astro, fête de la science)

PM : 14,25€ adulte / 10,40€ enfant

Soirées privatisées

Week-end astro

Stage astro

Très dépendante
de la météo...



Les canaux de distribution grand public

Diffusion de 2 documents dans les OT suivants sur :

- Office de tourisme de Forcalquier,
- Office de tourisme de Banon,
- Office de tourisme Manosque,
- Office de tourisme Gréoux les Bains,
- Office de tourisme de Sisteron,
- Office de tourisme de Digne-les-Bains,
- Office de tourisme D'Apt,
- Office de tourisme de Pertuis,
- Et quelques autres dans le Luberon, Verdon

Peu voire pas de référencement @



Des visiteurs satisfaits

4,4 ★★★★★ 114 avis Google

Le centre d'astronomie de Saint Michel l'observatoire est l'endroit rêvé pour les passionnés ! Entre les différentes activités et conférences, l'observation des étoiles et des planètes (par beau temps), nous avons pu découvrir certains secrets que renferme l'univers. Tout cela est permis grâce aux sympathiques astronomes et leurs nombreuses connaissances... Nous avons passé un séjour très enrichissant ! Je vous recommande d'y aller faire un tour...

★★★★★ il y a 8 mois - 

Vieille au top pour les amateurs d'astronomie. Une équipe bien rodée vous reçoit et vous explique sans être trop scientifique.

A faire

★★★★★ il y a 2 ans - 

Attention : le centre d'astronomie est en dehors du village, vers le moulin sur la colline, ce n'est pas la grande coupole du CNRS.

On a là une équipe de passionnés habitués à recevoir du public de tout âge, équipés de télescopes très performants. Les "cours" mettent connaissances essentielles, mythe/legende des constellations, à tout avec une réelle pédagogie et une accessibilité réelle.

L'observation du soleil est adhamia. C'est des étoiles très très bonjour : on voit peu mais on rêve beaucoup, et c'est bien là l'essentiel.

Centre d'Astronomie



★★★★★ 16 avis

On en a pris plein les yeux

Super expérience avec un super animateur (Karl) qui nous a régalié en nous partageant ses connaissances, ses expériences et surtout qu'on aurait pu écouter parler du ciel encore des heures. Observation très intéressante du soleil l'après midi et le soir comète, saturne, jupiter...

Le soleil à portée de vue

Observation du soleil d'une haute très intéressante effectuée par une personne compétente et passionnée. Mes enfants ont adoré.

Super

Mais les observations commentées du ciel : constellations, soleil, nébuleuses..., planètes, un sidérastat... sont les plus riches.

Le plein d'étoiles !!!

Avec de tels passionnés... le ciel est à la portée de n'importe qui !!! Ils vulgarisent avec un humour pour certains franchouillard trop trop bien !!! Et quand tombe la nuit... magique !!!!! Les étoiles énumérées avec le laser... Star wars n'est pas loin... Et là...

L'offre et les canaux de distribution scolaire

Le CA aborde le programme scolaire et vient le compléter, non pas le traiter. C'est une ouverture culturelle pas un cours supplémentaire pour les élèves. Il vient en appui du programme des différents niveaux scolaires.

Les écoles primaires

Les collèges

Les lycées



Nos réservations pour les scolaires fonctionnent beaucoup par bouche à oreille et une certaine partie (50 %) reviennent d'une année sur l'autre.

Il existe des « catalogues » numériques sur lesquelles nous pourrions apparaître, en accès payant.

En terme de communication

SAINT-MICHEL L'OBSERVATOIRE



- Un nom descriptif de ce que vous faites
- Un logo qui manque assurément de modernité et qui n'est pas clair dans sa représentation en petite taille
- Un logo qui évoque votre métier et où vous le faites : des étoiles, une coupole, des montagnes
- Un logo sérieux/expert qui pose la question de l'ouverture du lieu au grand public

Les faiblesses du CA

- Confusion entre les 2 structures OHP / Centre Astro pour le public d'autant que les 2 sont proches et peuvent se visiter simultanément (navettes existantes)
- Une signalétique insuffisante vers le Centre Astro depuis le centre du village.
- Un retrait des billets complexe (passage par l'OT)
- Une dépendance à la météo
- La faiblesse de l'offre hébergements (en nombre et en qualité)
- Une communication pauvre vs la richesse des équipements et les émotions procurées
- Une communication pas moderne
- Une offre et une commercialisation touristique insuffisante
- En attente du label « Villes et Villages étoilés » - pourtant sans conteste
- Une très forte saisonnalité liée aux vacances scolaires
- Pas de référencement @ correct
- Une notoriété auprès des scientifiques peu auprès du public.

Les forces du CA

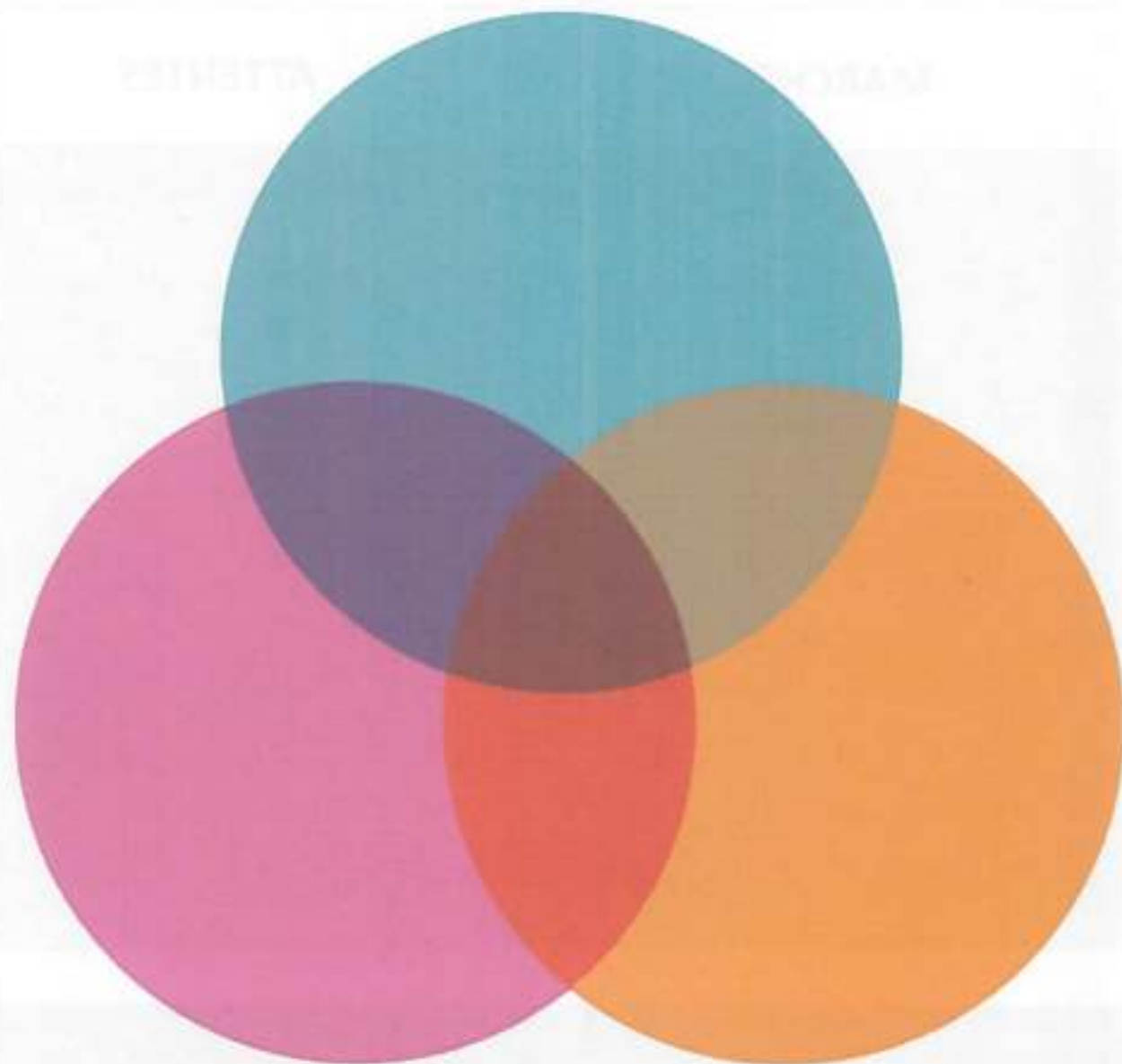
- LE cœur de l'offre Astro du territoire
- Un cadre exceptionnel avec un environnement naturel (sauvage)
- Un site offrant d'excellentes conditions d'observations – Label Station de Nuit (AFA)
- Un parc d'équipements riche et spécifique
- Un acteur économique important pour le village
- Un acteur Astro engagé en PACA (fête de la science, CST...)
- Les compétences des animateurs/médiateurs expérimentés
- Une clientèle existante et une fréquentation stable.
- Une clientèle scolaire fidèle
- Des visites appréciées par le public.
- Des animations adaptées pour les familles.
- La possibilité d'observation de jour comme de nuit (Sidérostât) très appréciée
- Le plus grand sidérostât en France

L'ADN

- Une référence dans le monde de l'Astronomie
- + 20 ans d'existence
- Une identité très scientifique
- L'hédonisme
- La préservation de l'environnement
- Un acteur local engagé
- Une action éducative
- Site naturel offrant d'excellentes conditions
- 10ha d'espace naturel et préservé
- Parc d'instruments conséquent
- Equipe pédagogique de 1er plan
- École d'astronomie
- Le seul Sidérostal de France



POSITIONNEMENT N°1



- Un produit méconnu du grand public
- Communication scientifique (parfois émotionnelle ou décalée)
- Pas de concurrence directe
- De la concurrence indirecte

LE PLUS
GRAND
PLANETARIUM
DU SUD EST

- Des activités culturelles ou récréatives
- Divertissement/loisirs
- Recherche une expérience
- De la surprise / du jamais vu ailleurs
- Un public curieux
- Contenu scientifique

- Une référence dans le monde de l'astronomie
- Une identité très scientifique
- Parc d'instruments conséquent

Un positionnement « supérieur »

LE PLUS GRAND PLANETARIUM DU SUD EST

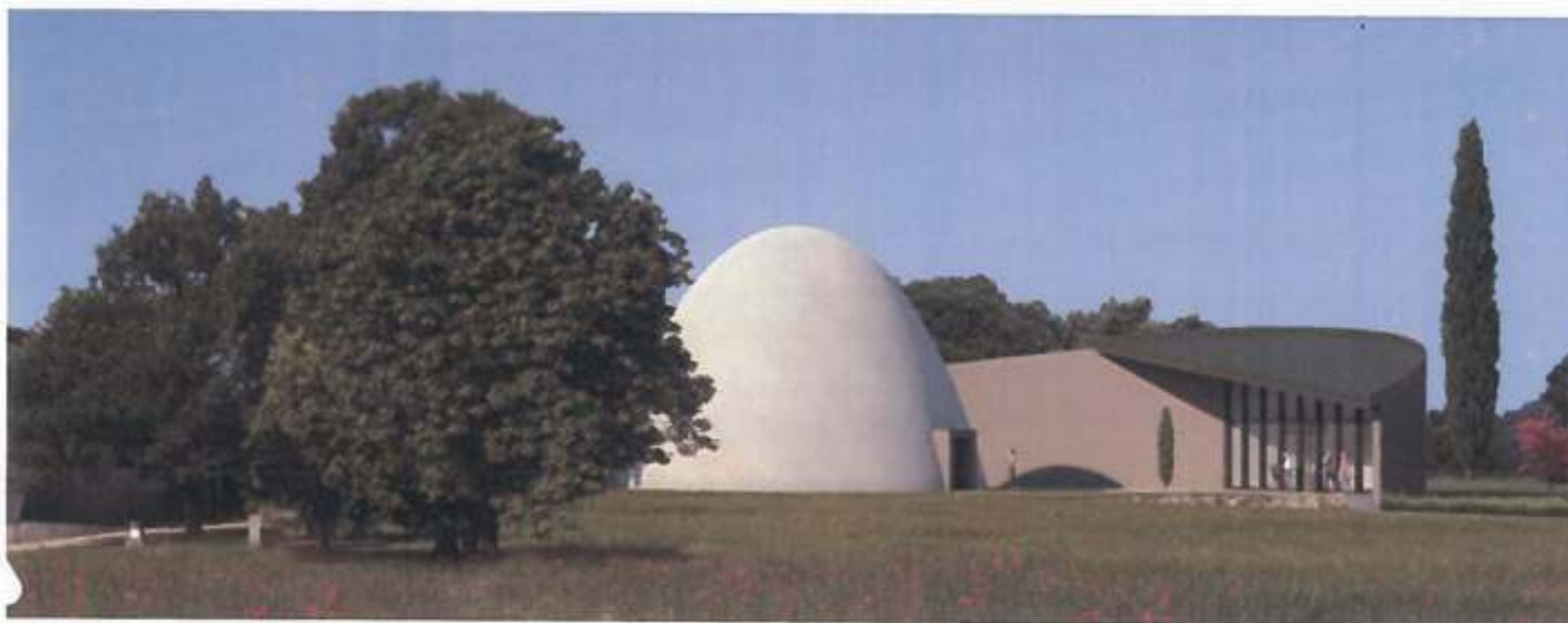
propose aux familles et aux scolaires

la projection d'un ciel de

40 MILLIONS D'ETOILES.

Une expérience UNIQUE pour mieux COMPRENDRE

le ciel et ses secrets.



Le **planétarium** est le **pilier central** de l'offre du Centre Astronomique et revendique sa position du plus grand planétarium du grand Sud Est.
Conjugué à l'effet de **nouveauté**, ce positionnement implique une **communication statutaire**.

Les RTB (preuves)

- Ecran de 11,50m de diamètre – le seul planétarium d'un diamètre de 10m du grand sud-est
- Planétarium 8K avec un système de projection hybride
- Les 63 places assises
- Son fonctionnement de jour comme de nuit
- La projection d'images en temps réel
- La caution historique et scientifique du CA et plus largement de St Michel
- L'offre globale d'observation sur écran et réelle proposée par le CA
- La grandeur du parc de 10 ha
- Les animateurs scientifiques présents tout au long du parcours/visite pour commenter et répondre à toutes les questions

Les RTB à venir

La promesse déclarée de GIGANTISME devra être démontrée dans le parcours client.

Exemples :

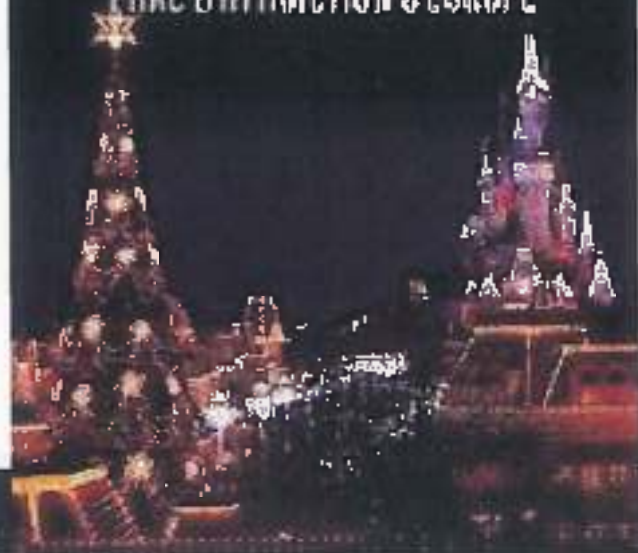
- Des installations à la mesure du positionnement (maquette immense de Saturne dans le parc, cosmonaute déambulant...)*
- De grands panneaux dans le parc affichant des distances et durées inconcevables...*



Le plus grand domaine skiable du monde
The world's largest ski area

NOËL À DISNEYLAND

DANS LE SECRET DU PLUS GRAND
PARC D'ATTRACTION D'EUROPE



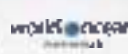
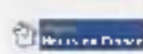
PLONGEZ
EN MER INCONNUE
DANS LE PLUS GRAND
AQUARIUM D'EUROPE



Nausicaä
BOULOGNE-SUR-MER

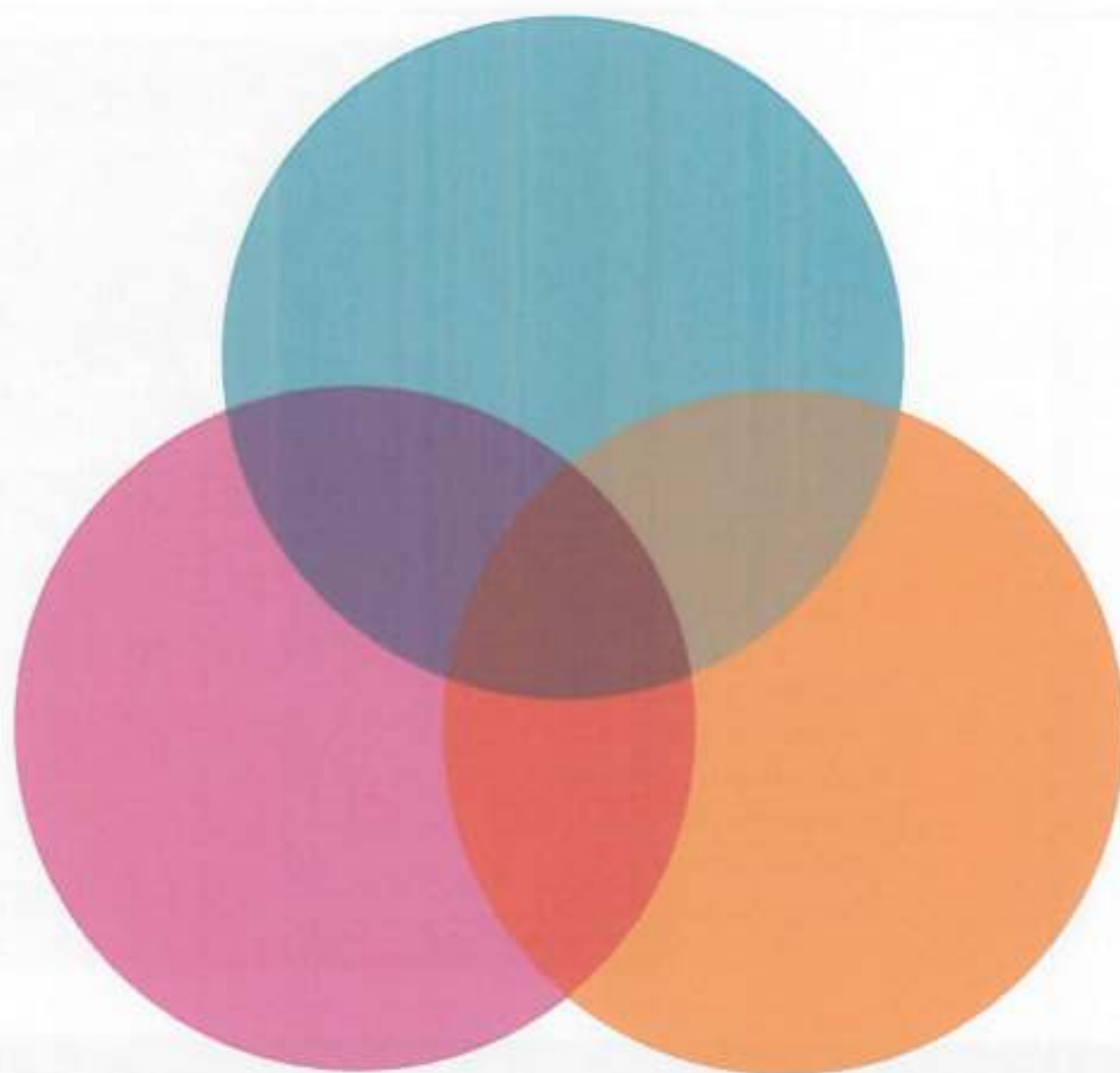


NOUVEAU !
OUVERTURE
LE 19 MAI 2013





POSITIONNEMENT N°2



- De la concurrence indirecte (localisation)

**Un écrin naturel
pour accéder à
l'Univers dans les
meilleures
conditions**

- Des vacances loin des villes
- Besoin de nature
- Enrichissement culturel
- Recherche une expérience
- Moments de partage
- Contenu scientifique

- Une référence dans le monde de l'astronomie
- La préservation de l'environnement
- 10ha d'espace naturel et préservé
- Parc d'instruments conséquent
- Site naturel offrant d'excellentes conditions

Un positionnement « nature »

Au cœur de la nature, dans un lieu unique et confidentiel,

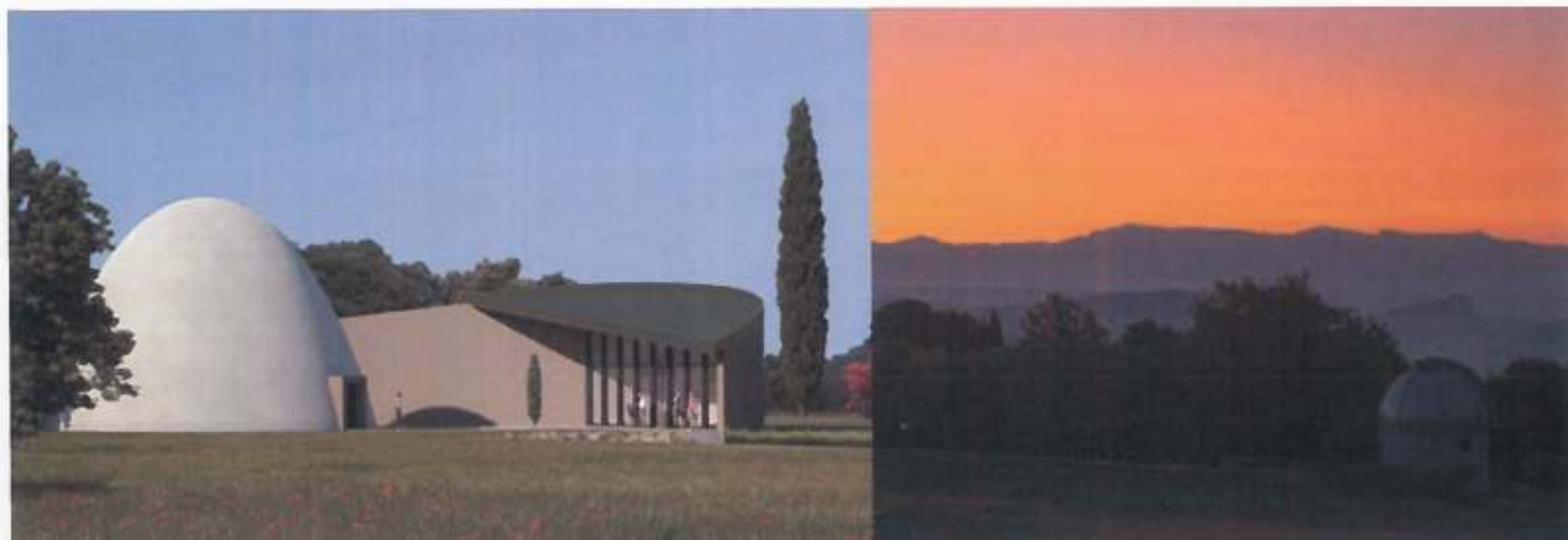
le PLANETARIUM de HAUTE-PROVENCE

propose aux familles et aux scolaires

une DECOUVERTE de l'univers et de ses SECRETS ,

une EXPLORATION du ciel de jour comme de nuit,

dans des conditions EXCEPTIONNELLES.



Le planétarium de **Haute-Provence** revendique son appartenance à son **territoire d'exception**. Il est au cœur d'une offre touristique globale d'astronomie permettant **d'excellentes conditions d'observation**.

Ce positionnement s'appuie et met en avant
le **patrimoine naturel** de St Michel L'Observatoire.

Les RTB (preuves)

- Une revendication du territoire d'appartenance : le planétarium de Haute-Provence
- Un environnement naturel exceptionnel : 10 ha de nature préservée
- L'appartenance au Parc Naturel Régional du Lubéron
- Pureté d'observation réelle grâce à la localisation et la pureté de qualité d'image inégalées (piqué d'étoiles très fin)
- Un nouveau camping Eco lodge à proximité
- Le seul Sidérostas de France
- Ecran de 11,50m de diamètre pour un planétarium 8K avec un système de projection hybride
- Son fonctionnement de jour comme de nuit
- La projection d'images en temps réel
- L'offre globale d'observation sur écran et réelle proposée par le CA

Les RTB à venir

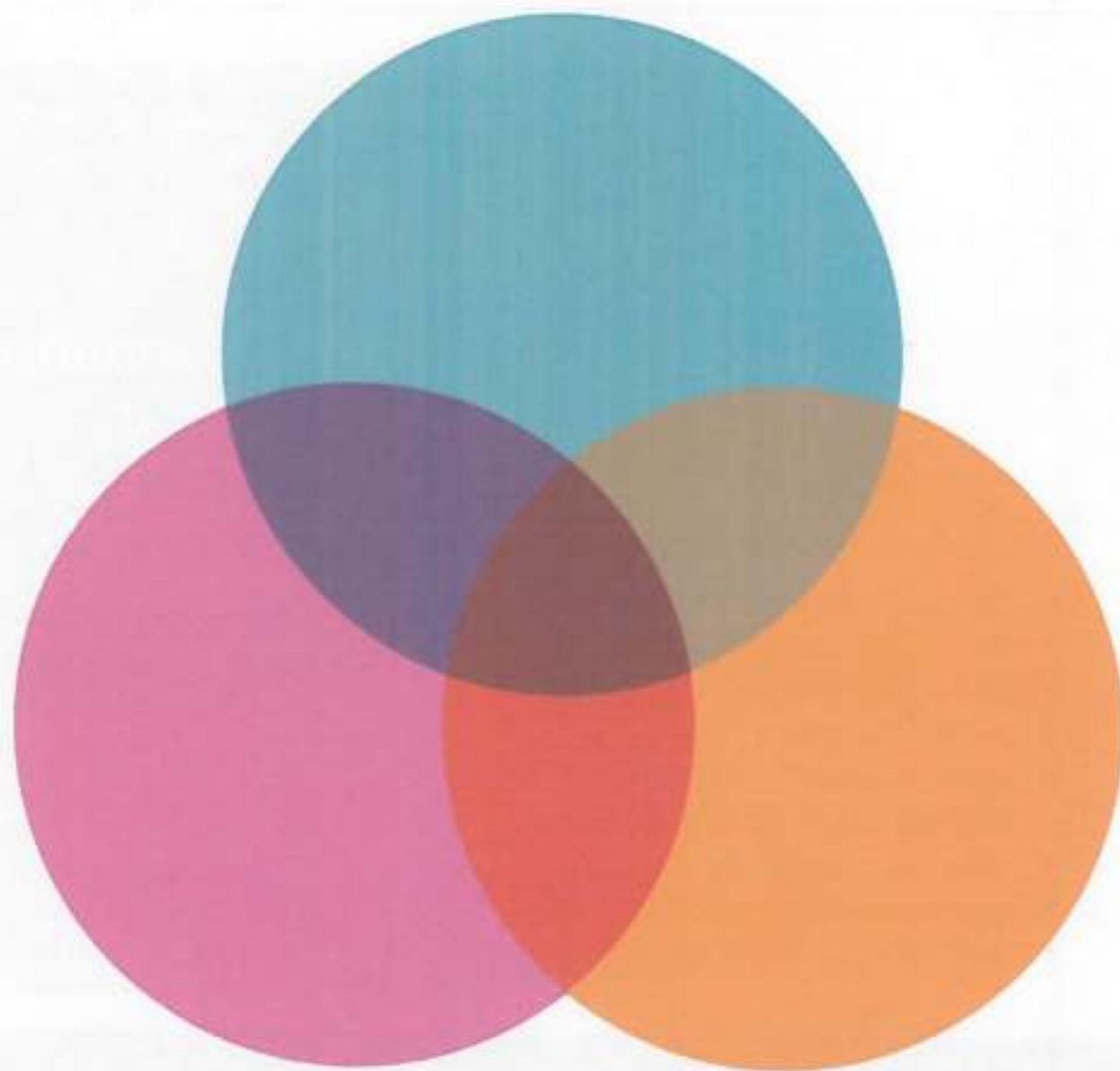
La promesse déclarée « NATURE » devra être démontrée avec un parcours client impeccable et des installations respectueuses de l'environnement (jusque dans les moyens de communication).

Exemples :

- *Maximiser l'accès à l'Observatoire en bus*
- *Mise en avant des pique-niques au crépuscule*
- *Des objets vendus dans la boutique « made in Provence »*
- *Des animateurs avec une très bonnes connaissances du territoire et de sa nature (les plantes, les animaux nocturnes, les légendes locales, etc...)*
- *la labellisation Villes et villages étoilés*



POSITIONNEMENT N°3



- Positionnement scientifique
- Pas de concurrent direct
- 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
- 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^{er} plan
- Parc d'instruments conséquent
- École d'astronomie
- Le seul Sidérostât de France

Un positionnement « pédagogie scientifique »

COMPRENDRE le monde qui nous entoure

pour mieux le **RESPECTER**

grâce au Planétarium de St Michel L'Observatoire.

Observer, repérer, remonter le temps, l'arrêter,
prendre du recul, (se) questionner...

CHANGER SON REGARD POUR CHANGER LE MONDE.



Le planétarium de St Michel l'Observatoire 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 RTB (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 Sidérostât de France
- Ecran de 11,50m de diamètre pour un planétarium 8K avec un système de projection hybride
- L'offre globale d'observation sur écran et réelle proposée par le CA

Les RTB 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*

AIRFRANCE / FAIRE DU CIEL LE PLUS BEL ENDROIT DE LA TERRE





BREST • PARIS • P

Merci
de votre attention

