

Publié le 9 janvier 2019

Cité de l'Espace : un espace de plus en plus exploré

Pour les non-spécialistes, l'astronomie peut être rébarbative. La Cité de l'Espace toulousaine a eu la bonne idée de privilégier une approche à la fois scientifique, ludique et humaine. Le public répond présent avec près de 400 000 entrées en 2018.



L'expo sera restée en place 2 ans. Installée quelques jours avant le départ de l'astronaute Thomas Pesquet pour la Station spatiale internationale (ISS), elle aura permis aux 600 000 visiteurs de suivre cette belle aventure dans ses moindres détails, avant, pendant et après le séjour du dixième astronaute français à vivre un temps dans les étoiles. « *Il n'est jamais simple de procurer des sensations immersives au public. Je crois que sur cette expo, nous y sommes arrivés. Elle est emblématique de ce que nous faisons à la Cité de l'Espace, à savoir rendre l'espace familier au plus grand nombre* », assure **Jean-Baptiste Desbois**, directeur de la [Cité de l'Espace](#) à Toulouse, gérée par la Semecel (Sem d'exploitation de centres culturel éducatif et de loisirs).

C'est ainsi que la Cité de l'Espace a grandi, en mariant la dynamique événementielle à la curiosité

scientifique. « Il fut un temps où l'on venait chez nous pour faire le point sur l'état de ses connaissances sur l'espace, pour s'informer. Désormais, on y vient aussi pour s'amuser ». Le dernier évènement en date a été l'organisation de la première européenne du film « *First Man, le premier Homme sur la Lune* » retraçant l'histoire de Neil Armstrong avec l'acteur Ryan Gosling. Outre la projection du film, la Cité a reçu **Jean-François Clervoy**, l'astronaute français, qui est parti 3 fois à bord de navettes spatiales (Atlantis et Discovery) entre 1994 et 1999.

Un profil-type de visiteur qui évolue

Une telle programmation a permis de battre des records de fréquentation : 323 000 visiteurs en 2016, 370 000 en 2017, 385 000 espérés en 2018. « Bien sûr, Thomas Pesquet a joué un rôle de catalyseur. Mais si nous n'avions pas bien accompagné ce formidable vecteur de communication, la fréquentation n'aurait pas décollé ». Jean-Baptiste Desbois se souvient de ce 25 août 2012, jour de la mort de Neil Armstrong. « Jean-Pierre Pernaut avait ouvert son journal par un direct à la Cité de l'Espace. C'était gagné. »

Le profil du visiteur-type a aussi évolué. Longtemps, il a été bien au fait des enjeux de l'aérospatiale. Désormais, il existe une réelle diversité sociale des visiteurs. « C'est une immense satisfaction. Notre volonté est que notre voisin de palier franchisse les grilles de la Cité parce qu'il en a entendu parler en bien. »

Le public se répartit comme suit : 38 % viennent de la région Occitanie, 45 % du reste de la France et 16 % de pays étrangers, un chiffre qui a doublé en 5 ans. En moyenne, le visiteur-type passe 6 heures sur place. D'autres prennent leur temps, à tel point qu'un billet au tarif préférentiel de deux jours est désormais en vente. « Nous avons su retravailler notre stratégie de communication et nous en récoltons les fruits aujourd'hui. Pour la dernière éclipse de lune, le 27 juillet 2018, 6 000 personnes avaient investi la Cité. L'astronomie, avec son côté mathématique, peut être clivante. Le plus important est de faire ressentir au public que, derrière les machines, il existe de formidables expériences humaines », conclut Jean-Baptiste Desbois.