

NEW SPACE

Communiquer dans un secteur en plein boom



Red Lorry
Yellow Lorry



Convoy
GLOBAL PR GROUP

COMMENT SURFER SUR LA VAGUE NEW SPACE / SPACETECH ?

Décryptage d'un secteur en plein boom, et bonnes pratiques pour communiquer en son sein



"Le secteur du spatial est vaste, complexe et en perpétuelle mutation. Il traverse, depuis quelques années, une profonde transformation sur les différents segments de sa chaîne de valeur avec l'accélération du développement de ses technologies, invitant les acteurs (traditionnels) à revoir leurs stratégies et business models. Ces technologies, qui se caractérisent par une grande hétérogénéité de sujets (télécommunication, défense, cybersécurité, environnement, santé,...), ont un impact tant sur notre vie quotidienne que sur notre économie. Nous décryptons pour vous ce secteur en plein boom et vous guidons vers les bonnes pratiques pour communiquer efficacement."

Guy Walsingham, CEO, Red Lorry Yellow Lorry

CONTENTS

03 Marché et contexte

08 Paysage médiatique et communication

12 Etude de cas

SPACE TECH / NEW SPACE : KÉSAKO

Le marché et ses acteurs

DÉFINITIONS

- **New Space**: écosystème émergent du spatial, et les innovations qui y sont liées. Les avancées technologiques rendent l'espace de plus en plus accessible, et de nombreuses entreprises innovantes souhaitent s'y greffer autour de problématiques diverses (souveraineté, environnement, sécurité...).
- **SpaceTech**: technologie dédiée au monde du spatial.

PRINCIPAUX ACTEURS PUBLICS ET PRIVÉS DANS LE MONDE



UNE INNOVATION EN ACCÉLÉRÉ

MONDE



EN EUROPE



EN FRANCE





PRINCIPAUX ACTEURS PUBLICS ET PRIVÉS DANS LE MONDE

NASA: Agence fédérale américaine responsable de la majeure partie du programme spatial civil des Etats-Unis.

SpaceX: Entreprise américaine spécialisée dans le domaine de l'astronautique et du vol spatial. La NASA lui a notamment confié un contrat de transport de fret vers l'ISS. Elle développe également des projets d'exploration spatiale vers la Lune et Mars, et le programme Starlink d'internet par satellites.

Blue Origin: Fondée par le milliardaire américain Jeff Bezos dans le but de développer de nouvelles technologies permettant d'abaisser le coût d'accès à l'espace.

CNSA: Agence spatiale responsable du programme spatial de la Chine.

Roscosmos: Agence chargée du programme spatial civil russe.

ESA: Agence Spatiale Européenne. La France, l'Italie et l'Allemagne ont choisi d'investir massivement dans les technologies spatiales, en versant plus de trois milliards d'euros au budget de l'ESA en novembre 2022.

EUSPA: Agence de l'UE pour le programme spatial, ayant pour mission de gérer certains programmes de satellites.

CNES: Centre National d'Etudes Spatiales

Projet Connect by Cnes: Ce projet du Cnes permet de mobiliser les technologies spatiales pour faire émerger les services et usages de demain en réponse aux principaux enjeux sociétaux et environnementaux.

UNE INNOVATION EN ACCÉLÉRÉ

One Web: Construit par Airbus Defence & Space, OneWeb est une constellation d'environ 650 satellites de télécommunications circulant sur une orbite basse pour fournir aux

professionnels et aux particuliers un accès à Internet à haut débit dans les régions mal desservies par des liaisons terrestres.

IRIS2 project: Infrastructure pour la Résilience, l'Interconnectivité et la Sécurité pat Satellite. L'UE a lancé un appel d'offres pour développer un réseau de satellites à haut débit qui concurrencerait Starlink. Airbus Defence and Space, Eutelsat, SES et Thales Alenia ont déjà répondu à l'appel.

Galileo constellation: alternative au GPS américain, pourrait être lancée par SpaceX.

Plan France 2030: Bpifrance a lancé quatre appels à projets pour le développement des mini et microlanceurs, les systèmes de mise en orbite, les systèmes de surveillance de l'environnement orbital, le développement et l'industrialisation des constellations de satellites.

UN SECTEUR AU CŒUR DES INVESTISSEMENTS



Les investissements dans la **SpaceTech** ont atteint 15 à 20 milliards d'euros dans le monde en 2021.



Entre début 2018 et fin 2020, 35 startups ont levé **260 millions** d'euros en France, selon le Cnes.



En 2022, la France a consacré **665 millions** d'euros à la recherche pour maîtriser l'accès à l'espace grâce à des lanceurs de fusées



Deux fonds se consacrent à la SpaceTech : Expansion Ventures (fondé par Charles Beigbeder) et Cosmicapital (porté par le Cnes, Bpifrance et la société de capital-risque Karista)

LE NEW SPACE EST UN SECTEUR EN PLEIN ESSOR DANS LE MONDE ENTIER - ET LA FRANCE N'EST PAS EN RESTE.

Les niveaux d'investissement démontrent un intérêt croissant de la part des acteurs publics et privés, encouragés par le dynamisme du secteur au niveau mondial et les ambitions spatiales croissantes de

l'Union Européenne. Des investissements importants sont réalisés pour soutenir la croissance des startups, la recherche, et les fonds dédiés à la SpaceTech.

Comme l'a déclaré Emmanuel Macron lors de l'annonce du programme France 2030, "la France doit continuer à être un grand pays du spatial... [Nous devons] aller plus vite dans cette compétition mondiale.

DES ENTREPRISES INNOVANTES:



CLEARSPACE

Entreprise suisse qui vise à nettoyer les débris spatiaux. Fondée en 2018, la société se concentre sur l'élimination des débris actuels dans le cadre de ClearSpace-1, une mission pionnière dont le lancement est prévu en 2026, soutenue et mandatée par l'ESA. En janvier 2023, ClearSpace a clôturé un tour de financement de série A de 26,7 millions d'euros.



BLAST (DeepTech) or TECH THE MOON

Des incubateurs, comme Blast (DeepTech) ou Tech the Moon (premier incubateur dédié à la Lune, porté par le CNES et l'incubateur Nubbo, mais aussi la French Tech Toulouse, Connect by CNES, Spaceship FR...).



THE EXPLORATION COMPANY

La société développe, fabrique et exploite la capsule spatiale Nyx pour les agences spatiales et les stations spatiales, ainsi que pour les entreprises spatiales et non spatiales d'autres secteurs.



OPÉRATEURS ET FABRICANTS DE SATELLITES, DE COMPOSANTS, DE LANCEURS

Airbus Defence & Space, Kineis, Interstellar Lab, Gama... Toulouse se positionne résolument comme capitale européenne du NewSpace.



THE YEESS ASSOCIATION

Cofondée par plusieurs start-up européennes en 2021, afin de peser dans le débat public et accélérer la dynamique New Space en Europe.

C'EST ÉGALEMENT UN SECTEUR QUI TROUVE SA PLACE DANS L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR

Il y a un vrai "skills gap" dans le space (notamment dans le vertical cybersécurité), qui amène des acteurs à s'engager pour créer des cursus ou entrer en partenariat avec des universités





“Le spatial sera inévitablement notre prochaine révolution industrielle. Capturer les données ne représente qu’une infime partie du chantier. Toute entreprise désireuse d’explorer la mine d’or de données que représente l’espace, et a fortiori de s’imposer en tant que leader du secteur, doit d’abord

reconnaître la nécessité de sécuriser ses opérations.

Les opportunités sous-jacentes que représentent les investissements dans la cybersécurité, au-delà des lois et réglementations strictes, sont considérables. Il s’agit bien plus que de protéger des actifs numériques. Il s’agit aussi de business. Un dispositif de défense et de (cyber)sécurité est un puissant facilitateur pour les ventes et le marketing par exemple et une garantie supplémentaire de la pérennité d’une entreprise Cet aspect sera essentiel, car la concurrence dans ce secteur en pleine expansion est déjà féroce (Chine, États-Unis). Cysat, l’événement que nous organisons chaque année à Paris, vise à rassembler toutes les communautés d’experts en cybersécurité spatiale afin de construire un écosystème européen souverain, capable de répondre à tous ces défis actuels et futurs de l’industrie.”

Mathieu Bailly, VP Space chez CYSEC et Directeur de CYSAT.



“Un vent de renouveau souffle sur le secteur spatial ces dernières années, avec l’entrée en jeu d’acteurs marquants et l’avènement du NewSpace, autour d’entreprises et startups phares comme les américains SpaceX et Blue Origin. Ces nouveaux acteurs

bousculent les usages que l’on fait de l’espace au point qu’on en vient souvent à les opposer aux entreprises pionnières du secteur, plus communément appelées Old Space. Pourtant, bien que les approches soient différentes, les expertises restent complémentaires. Il est certain que nous gagnons à fédérer tous les savoir-faire et filières et à encourager les interactions public-privé, nouveaux acteurs et acteurs historiques car leurs visions complémentaires offrent des débouchés d’innovation et de croissance incontestables. C’est ainsi que nous participerons à faire émerger les champions de demain conformément aux ambitions spatiales du Plan France 2030, et à ancrer résolument la France et l’Europe dans cette nouvelle économie du Smart Space.”

Sylvain D’Hoine, VP Space, CS GROUP

QUEL PAYSAGE MÉDIATIQUE ? COMMENT Y COMMUNIQUER ?

Un secteur qui irrigue des pans entiers de l'économie et de la société.

L'industrie du spatial a longtemps été dominée par des états ou institutions, qui ont une maîtrise incontestable des technologies. Ces dernières années, de nouveaux acteurs sont entrés en jeu, startups et entrepreneurs, communément appelés New Space, motivés par une nouvelle forme de conquête, de démocratisation de l'accès à l'espace, ainsi que par une volonté de développer une nouvelle économie du spatial (télécommunication, GPS, gestion de l'environnement, imagerie...).

Les défis du secteur spatial ne se concentrent donc plus seulement qu'autour d'enjeux géopolitiques mais aussi de business et de souveraineté technologique. Ce changement de paradigmes propulse le spatial dans une nouvelle ère médiatique qui englobe une multitude de sujets aussi bien économiques que sociétaux.



Relations Presse : des segments d'audience divers, un espace de parole élargi

Défense, sécurité, transport, télécommunication, santé, agriculture, environnement...les applications de la Space Tech sont nombreuses. Pas un jour ne se passe sans une annonce, lancement de constellations, cyberattaques, levées de fond dans le new space...En matière de communication, il s'agit d'adresser un large panel de médias car la Space Tech a aujourd'hui un impact sur l'ensemble de notre société et de nos industries.

De nombreux médias couvrent aujourd'hui l'actualité du spatial mais nous observons une diversification des angles de traitement : défense militaire, protection de l'environnement, réglementation, financement de l'industrie spatiale, souveraineté européenne, et cybersécurité. Comment bien s'adresser à eux ?



"Nous assistons à une véritable montée en flèche d'entreprises spatiales avec l'arrivée des acteurs du New Space, motivés par les nouveaux enjeux business du secteur. Comment peser dans l'échiquier de ce nouvel ordre spatial et dans cette nouvelle économie ? Comment les responsables marketing et communication peuvent-ils contribuer à rendre visibles les expertises de leurs entreprises, afin de les faire émerger parmi les nombreux acteurs de cet écosystème ? Une maîtrise des sujets par les experts de la communication, et une vision globale doublée d'éclairages locaux (marchés, actualités, données) sont ici des moyens essentiels."

**Hélène Joubert, European Director,
Red Lorry Yellow Lorry**



UN OBJECTIF DE COLLABORATION

Aujourd'hui, l'objectif est d'abaisser les frontières afin de rendre ce sujet abordable et compréhensible pour tous, tout en sensibilisant sur les enjeux de demain. En ce sens, l'organisation de rencontres, tables rondes, workshops ou événements est indispensable. Il est nécessaire d'engager toutes les parties prenantes, de lancer la discussion et de créer des rencontres pour pouvoir ensemble, à un niveau Européen, relever les défis d'un secteur en plein développement. Cela ne sera possible qu'en créant un écosystème collaboratif rassemblant experts, communicants, comités de direction...



01

Favoriser le contenu **d'expertise** (tribunes, avis d'expert, étude) plutôt que la simple diffusion de news. Nous sommes face à des journalistes spécialisés en quête de datas et d'analyses

02

Inscrire la communication dans l'**actualité**. L'actualité spatiale touchant à la Défense (guerre Ukraine, militarisation de l'espace), la souveraineté européenne (la place de l'Europe du spatial face aux USA et à la Chine), une nouvelle économie (la nouvelle mine d'or que sont les données, l'émergence du New Space, fonds d'investissement dédié au spatial...)

03

Utiliser les bons items qui placent le sujet dans l'analyse contextuelle et la **prospective** : Smart Space, Next Space

04

Raccrocher les wagons des expertises en s'attachant à des **sujets sectoriels** porteurs (cybersécurité, environnement...)

05

Ne pas lésiner sur l'**approche locale**, tant d'un point de vue relationnel que d'un point de vue langagier



“Nous entrons dans une nouvelle ère d’innovation en matière de technologie spatiale. Ce que l’on appelle le ‘New Space’ sera dominé par des entreprises privées, et non par des entités gouvernementales. Des entreprises comme SpaceX d’Elon Musk ont remodelé le secteur, créant des opportunités tant pour les entreprises bien établies que pour les start-ups. Une “véritable” expérience de l’espace n’est plus nécessaire. Mais la percée d’acteurs tels que Space X crée également une concurrence accrue. Les entreprises ne survivront que si elles misent judicieusement sur les dernières technologies et se font connaître par l’intermédiaire des agences spatiales locales. Le networking est essentiel.

Prenons l’exemple de la fusée Artemis 1. Bien qu’elle utilise encore des technologies anciennes, l’objectif est de les remplacer par de nouvelles technologies. Pour ce faire, les organisations spatiales se tournent de plus en plus vers des entreprises extérieures à l’industrie spatiale existante, en particulier les start-ups. Ces acteurs du “New Space” expérimentent avec les dernières technologies (en particulier l’IA) et peuvent aider les organisations spatiales à devenir plus rentables. Les start-ups qui cherchent à capitaliser sur ce boom du New Space doivent rechercher un partenaire RP capable d’établir des liens avec des acteurs clés sur leurs marchés locaux, tout en se concentrant sur les événements majeurs de l’industrie.”

Rafaël Tirmarche, *Managing Partner, Factivity*



“Jeff Bezos et Elon Musk ont ouvert une nouvelle ère d’opportunités pour les entreprises privées dans le secteur de la technologie spatiale, alors que les gouvernements du monde entier donnent la priorité à d’autres secteurs. Toute entreprise qui développe une technologie de pointe aura un avantage pour attirer l’attention des journalistes, des investisseurs et des partenaires. Les acteurs phares de l’industrie technologique sont tout simplement devenus sceptiques face aux démagogues de la soft-tech qui ont exploité le battage médiatique autour des technologies émergentes ces dernières années, qu’il s’agisse des actifs numériques ou de l’IA. Proposer des solutions technologiques réelles et tangibles pour la découverte de l’espace est le moyen le plus sûr de se démarquer.”

Motti Peer, *Chairman et Co-CEO, ReBlonde*





ETUDE DE CAS

UNE APPROCHE GLOBALE/LOCALE POUR CYSAT, SALON DU SPACE ET DE LA CYBERSÉCURITÉ

Susciter l'intérêt de la presse dans un pays étranger pour un événement qui ne se passe pas sur son territoire d'appartenance peut se révéler un exercice difficile.

Il convient de s'interroger sur tous les arguments qui rattachent l'évènement à l'actualité du pays dont on entend cibler les journalistes. En cela, pouvoir compter sur un porte-parole qui parle la langue du pays est un atout considérable.

En effet, l'apport linguistique compte tant dans la création de la relation interpersonnelle avec le journaliste, que pour expliquer et nuancer des sujets aussi techniques et complexes que la cybersécurité dans le Spatial.



30+retombées média
tier-one**750+**
participants**6**interviews avec
des médias
internationaux
clés

À priori, un salon, aussi à la pointe de la technologie soit-il, n'aurait pas facilement attiré l'attention des journalistes étrangers. Cependant, en soulignant pourquoi ce salon concernait l'actualité à l'étranger, quelles entreprises du pays donné y étaient présentes, à quelles actualités de ce pays et à quelles évolutions futures il était lié, les lorrains ont pu sécuriser un sujet sur l'une des principales chaînes de télévision italiennes.

Il faut conceptualiser la mise en relation d'un point de vue pratique : la plupart des rédactions étrangères n'enverront pas un journaliste sur place pour des raisons budgétaires et logistiques. En revanche, les grandes rédactions étrangères ont souvent des correspondants sur

place. Si ces derniers sont souvent mobilisés pour couvrir l'actualité prioritaire, ils peuvent se montrer très réceptifs si nous leur offrons l'opportunité d'élargir leur sujet et leur réseau.

Enfin, pouvoir compter sur un réseau et être transparent est essentiel : il est inutile d'être trop insistant, rédhibitoire d'être captieux, c'est par une approche disponible, argumentée et professionnelle que l'intérêt se nourrit.

EN SAVOIR PLUS



“Organiser CYSAT, le plus grand événement européen dédiée à la cybersécurité dans le spatial, sujet large car adressant de nombreux secteurs porteurs (défense, environnement, télécommunication, transport...), a nécessité de mener une réflexion sur l'intérêt de faire appel ou non à une agence RP pour soutenir la communication. Nous avons très vite fait le choix de s'appuyer sur l'agence Red Lorry Yellow Lorry qui a su construire un socle de communication pan-européen (France, Allemagne, Angleterre et Italie) en vue de médiatiser CYSAT ainsi que toute la filière spatiale européenne présente lors de l'événement. S'appuyer sur une agence qui compte déjà parmi ses clients des acteurs majeurs du secteur de la cybersécurité, du spatial et de la défense ainsi qu'un réseau de journalistes internationaux experts de ces sujets, a participé grandement à la promotion et la réussite de notre événement. ”

Alexandra Vaillant, Directrice Marketing de Cysec
(organisateur de CYSAT)



“En charge du conseil en communication internationale pour l'organisme SSSCIP, responsable de la cybersécurité du gouvernement ukrainien, nous avons collaboré avec l'agence Red Lorry Yellow Lorry en vue d'accompagner la prise de parole du Général Potii, Directeur adjoint du SSSCIP, invité à faire un keynote sur CYSAT, le salon européen de la cybersécurité et du spatial. Depuis le début du conflit armé en Ukraine, la cybersécurité représente un objectif stratégique pour le pays. Il était important de s'appuyer sur une agence qui maîtrise les messages autour de ces enjeux européens de cyberdéfense afin d'accompagner la prise de parole du Général Potii auprès d'un certain nombre de médias européens (France, Italie, Allemagne et Angleterre). Dans un contexte sécuritaire complexe qui ne facilite pas les échanges entre l'Ukraine et l'Europe, nous avons pu bénéficier de l'appui et du soutien d'une agence internationale pour mener à bien les interviews et porter la parole du SSSCIP auprès de médias européens sur les conséquences militaires et civiles des cyberattaques en Ukraine.”

Olga Nasibullina, Consultante en Communication,
experte en cybersécurité (Ukraine)



"Red Lorry Yellow Lorry nous a accompagné dans la visibilité des capacités de notre constellation de satellites Pléiades Néo. Cette activité d'observation et de surveillance depuis l'espace suscite en effet beaucoup l'intérêt du marché, mais c'est aussi un segment très concurrentiel.

Nos enjeux de visibilité se concentrent sur un public professionnel intégrant de nombreux secteurs comme la Défense, l'urbanisme, l'énergie, le maritime ou encore l'agriculture. Cela dit, la puissance de résolution de notre imagerie (30 cm de résolution), nous permet d'être également un véritable partenaire pour les médias, en quête d'images précises et spectaculaires lors par exemple de catastrophes naturelles, évènements sportifs ou encore pour illustrer l'impact sur la Terre du changement climatique. Dans une volonté d'entretenir une certaine souveraineté, il nous semble aussi clef que les médias européens puissent utiliser des images européennes..."

Marion Theuzillot, Airbus Defence & Space



VOUS AVEZ DES BESOINS EN COMMUNICATION DANS LE SECTEUR DU NEW SPACE ET DE LA CYBERSÉCURITÉ ?

CONTACTEZ-NOUS

hello@rlyl.com

rlyl.com

London

Boston

Los Angeles

Berlin

Paris

Bristol

