

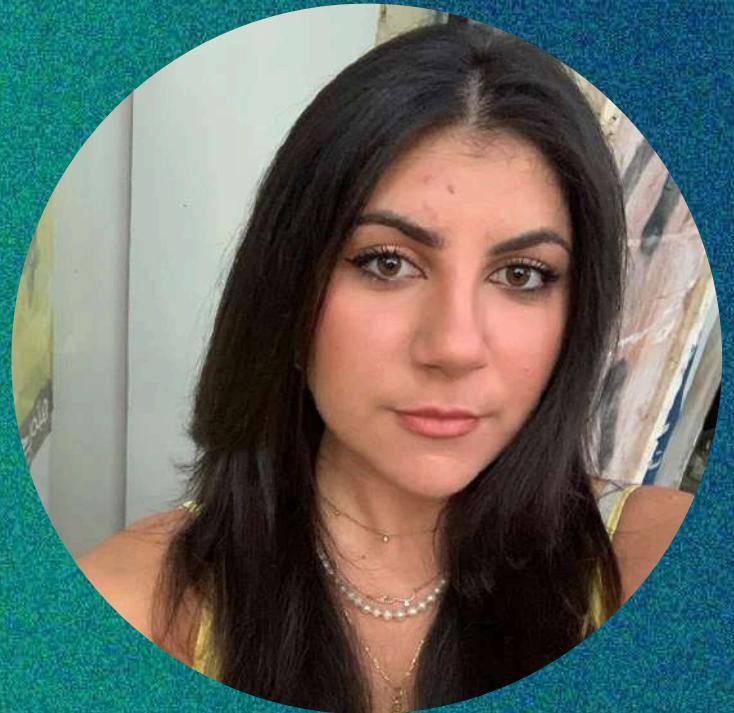
20 novembre 2025

PODCAST



Céline, Diya, Sami, Imen, Yasmine

NOTRE ÉQUIPE



**CÉLINE
SALLOUM**

CHEFFE DE PROJET



**DIYA
BAVSAR**

CHARGÉE DE
COMMUNICATION



**SAMI
BENDRISS**

GRAPHISTE



**IMEN
TAMOUNEIT**

CHARGÉE DE
RELATIONS PRESSE



**YASMINE
LERANDY**

COMMUNITY
MANAGER

CONTEXTE

➤ Le CNRS : un acteur majeur de la recherche scientifique

- Institution de **référence** en France et à l'international
- Engagement dans l'avancée des **connaissances** dans toutes les **disciplines**
- Mission de **diffusion** de la culture scientifique auprès du **grand public**



> Un projet podcast porté par Monsieur Garnier

- Lancement d'une série de podcasts inspirée de La Terre au carré
- Donner la parole aux chercheur.es de toutes disciplines
- Objectif : une science vivante, accessible et inspirante
- Cible : une audience jeune, curieuse et en quête de vulgarisation scientifique
- Renforcer la présence du CNRS dans l'univers audio de la science

ÉTAT DES LIEUX : PODCAST ACTUEL

- Positionnement académique trop marqué
- Identité visuelle peu différenciante
- Visibilité limitée
- Absence d'interactivité et de diversification
- Faible présence sur les réseaux sociaux



PROBLÉMATIQUE



”

Comment positionner le CNRS comme référence incontournable de la vulgarisation scientifique sur le format podcast, alors que les jeunes adultes privilégient majoritairement des contenus de divertissement et se détournent des formats perçus comme trop académiques ou complexes ?

“

OBJECTIFS

Notoriété

Faire connaître le podcast du CNRS comme un nouveau format de référence en vulgarisation scientifique et rappeler le rôle du CNRS en tant qu'institution majeure de la recherche en France.

Image

Créer une image positive, accessible et inspirante de la science et du CNRS auprès des jeunes adultes, en suscitant curiosité, attachement émotionnel et fierté pour la recherche française.

Action

Inciter les jeunes à écouter régulièrement le podcast, à s'abonner sur les plateformes d'écoute, à interagir sur les réseaux sociaux et à partager les épisodes dans leur entourage.

CIBLES

CŒUR DE CIBLE

Jeunes adultes
(18-30 ans)

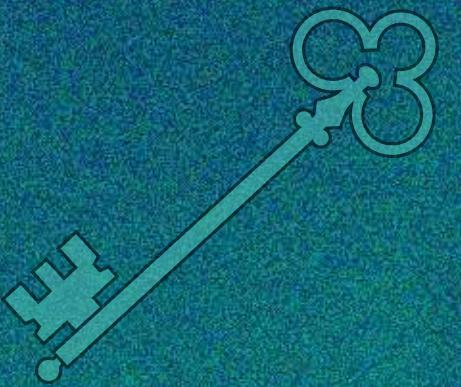
CIBLE PRINCIPALE

Grand public
curieux de science
(30-50 ans)

CIBLE SECONDAIRE

Communautés
scientifiques et
éducatives,
chercheurs,
enseignants

MESSAGE CLÉ



« Parce que la science nous concerne tous »

“

”

TONALITÉ

→ ÉDUCATIVE

→ DÉCONTRACTÉE

→ ACCESSIBLE

POSITIONNEMENT



“Un podcast éducatif qui rend la science simple, vivante et captivante.”

- Podcast **éducatif** grand public, accessible et moderne
- Apprendre sans s'en rendre compte
- Ce podcast mise sur l'**émotion**, l'anecdote et l'**interaction** pour créer un lien **durable** avec son audience
- Une **passerelle ludique** entre la **recherche de pointe** et le **grand public**.

NOTRE PODCAST



PRÉSENTATION DU PODCAST

Ça s'explique est un podcast éducatif du CNRS qui rend la science simple, vivante et captivante. Chaque épisode de 20 à 25 minutes part d'une question du quotidien

Pourquoi tombe-t-on amoureux ?

Décryptage à travers le regard éclairant d'un.e chercheur.e du CNRS

Contenu éducatif



PILIERS

Pédagogie accessible

Contact direct avec l'auditeur.ice

Ton décontracté et bienveillant

Diversité disciplinaire

Interactivité ludique

IDENTITÉ VISUELLE

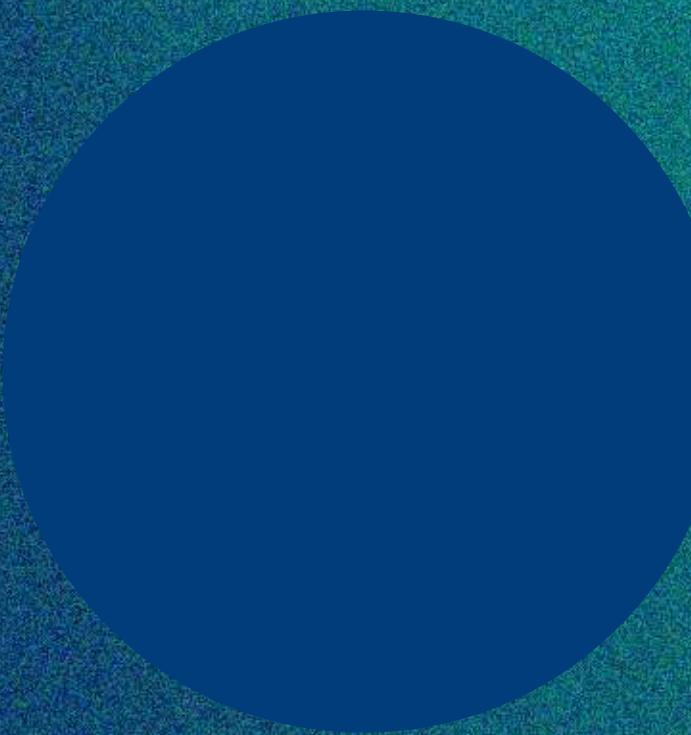


LOGO - “L’EXPLOSION DE CURIOSITÉ”

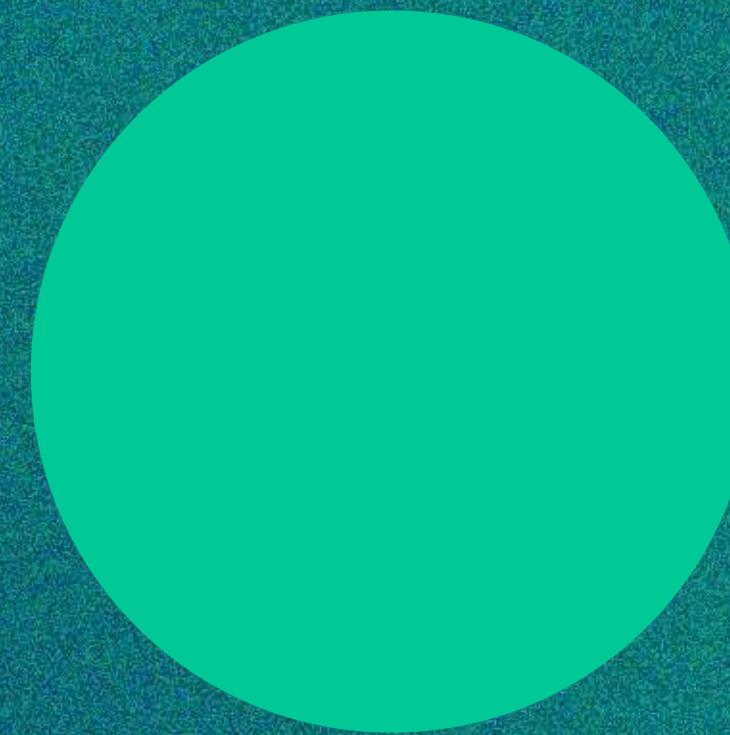
- Point central : un point d'**interrogation lumineux** en vert menthe
- Éléments **rayonnants** : symboles scientifiques (ADN, atomes, formules, neurones, étoiles, molécules)
- Effet de **profondeur** avec **éléments de tailles variées**
- **Lignes de mouvement** et effets particulaires dynamiques
- Intégration subtile du **Logo CNRS**

PALETTE DE COULEURS

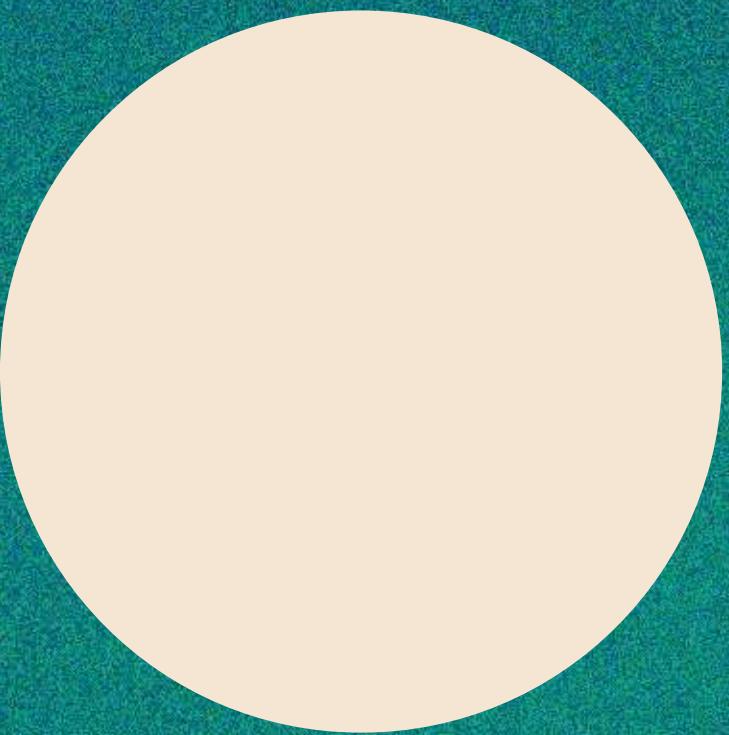
“SCIENCE & NATURE”



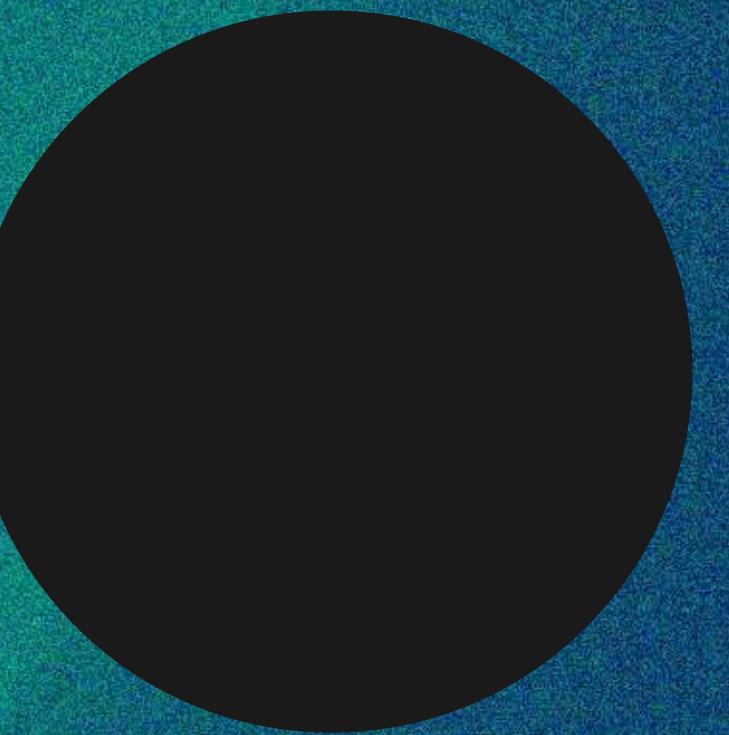
#003D7A
(BLEU CNRS)



#00C896
(VERT MENTHE)



#F5E6D3
(BEIGE DOUX)



#1A1A1A
(NOIR PROFOND)

TYPOGRAPHIES ‘’

TITRES :

“MONTSERRAT BOLD”

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,:;/!@

Texte :

“Lato Regular”

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,:;/!@

Une combinaison qui allie **impact moderne** (Montserrat) et **lisibilité optimale** (Lato). Ensemble, elles créent un **équilibre clair et professionnel** pour transmettre l'idée d'une **science accessible** et assurer une **hiérarchie visuelle efficace** sur tous les **supports digitaux**.

“

VISUELS

The screenshot shows the Spotify mobile application interface. At the top, there's a dark header with the Spotify logo and a search bar. Below it, the podcast page for 'Ça s'explique' is displayed. The page features a large image of a question mark surrounded by scientific icons like a DNA helix, an atom, and a neuron. The title 'Ça s'explique, le podcast science du CNRS' is prominently shown, along with the subtitle 'Le podcast du CNRS'. A 'CNRS' logo is visible in the bottom right corner of the image. Below the image, a short description reads: '« Ça s'explique », c'est LE podcast du CNRS qui rend la science simple, vivante et captivante ! Chaque mercredi, une question du quotidien décryptée par un·e chercheur·se passionné·e. Parce que ... afficher plus'. There are two episode cards: 'Pourquoi tombe-t-on amoureux?' from March 23rd and 'Pourquoi le ciel est-il bleu?' from March 16th. At the bottom, there are navigation icons for Accueil, Rechercher, Bibliothèque, and Installer l'appli.

The screenshot shows the Apple Podcasts mobile application interface. At the top, there's a dark header with the Apple Podcasts logo and a search bar. Below it, the podcast page for 'Ça s'explique' is displayed. The page features a large image of a question mark surrounded by scientific icons like a DNA helix, an atom, and a neuron. The title 'Ça s'explique' is shown, along with the subtitle 'Le podcast du CNRS'. A 'CNRS' logo is visible in the bottom right corner of the image. Below the image, a short description reads: '« Ça s'explique », c'est LE podcast du CNRS qui rend la science simple, vivante et captivante ! Chaque mercredi, une question du quotidien décryptée par un·e chercheur·se passionné·e. Parce que ... afficher plus'. There are two episode cards: 'Pourquoi tombe-t-on amoureux?' from March 23rd and 'Pourquoi le ciel est-il bleu?' from March 16th. At the bottom, there are navigation icons for Accueil, Rechercher, Bibliothèque, and Installer l'appli.

The screenshot shows the Deezer mobile application interface. At the top, there's a dark header with the Deezer logo and a search bar. Below it, the podcast page for 'Ça s'explique' is displayed. The page features a large image of a question mark surrounded by scientific icons like a DNA helix, an atom, and a neuron. The title 'ÇA S'EXPLIQUE' is shown, along with the subtitle 'Le podcast du CNRS'. A 'CNRS' logo is visible in the bottom right corner of the image. Below the image, a short description reads: '« Ça s'explique », c'est LE podcast du CNRS qui rend la science simple, vivante et captivante ! Chaque mercredi, une question du quotidien décryptée par un·e chercheur·se passionné·e. Parce que la science nous concerne tous. Hébergé par Ausha. Visitez ausha.co/fr/politique-de-confidentialite pour plus d'informations.' There is a purple button labeled 'Écouter sur Deezer'. Below the description, there are two episode cards: 'Pourquoi tombe-t-on amoureux?' from March 23rd and 'Pourquoi le ciel est-il bleu?' from March 16th. At the bottom, there are navigation icons for Accueil, Rechercher, Bibliothèque, and Installer l'appli.

The screenshot shows the YouTube mobile application interface. At the top, there's a dark header with a search bar and a menu icon. Below it, the channel page for 'Ça s'explique' is displayed. The channel art features a question mark and scientific symbols. The channel name 'Ça s'explique, le podcast science du CNRS' is shown, along with the subtitle 'Le podcast du CNRS'. A 'CNRS' logo is visible in the bottom right corner of the image. Below the channel art, a short description reads: '« Ça s'explique », c'est LE podcast du CNRS qui rend la science simple, vivante et captivante ! Chaque mercredi, une question du quotidien décryptée par un·e chercheur·se passionné·e. Parce que ... afficher plus'. There are two video thumbnails: 'Pourquoi tombe-t-on amoureux?' from March 23rd and 'Pourquoi le ciel est-il bleu?' from March 16th. At the bottom, there are navigation icons for Accueil, Shorts, Abonnements, and Vous.

LES CHERCHEUR.SES

- **Françoise Combes** – Astrophysicienne, médaille d'or CNRS
- **Philippe Descola** – Anthropologue, CNRS
- **Sabrina Speich** – Océanographe, CNRS
- **Catherine Jessus** – Biologiste, directrice de recherche CNRS
- **Alain Prochiantz** – Neurobiologiste, CNRS-Collège de France
- **Jean Jouzel** – Climatologue, médaille d'or CNRS
- **Stéphane Douady** – Physicien, CNRS
- **Marc Fontecave** – Chimiste, médaille d'or CNRS
- **Claire Voisin** – Mathématicienne, médaille d'or CNRS
- **Laurence Devillers** – Chercheuse en IA, CNRS

- **Pascale Cossart** – Microbiologiste, médaille d'or CNRS
- **Alain Aspect** – Physicien quantique, prix Nobel 2022
- **Geneviève Almouzni** – Biologiste moléculaire, médaille d'or CNRS
- **Serge Abiteboul** – Informaticien, CNRS
- **Hélène Esnault** – Mathématicienne, CNRS
- **Patrick Forterre** – Biologiste évolutif, CNRS
- **Barbara Demeneix** – Endocrinologue, directrice de recherche CNRS
- **Thomas Römer** – Bibliothécaire, CNRS-Collège de France
- **Marylène Patou-Mathis** – Préhistorienne, CNRS
- **Hervé Le Treut** – Climatologue, directeur de recherche CNRS



EXEMPLES D'INVITÉ.ES

- **Ariane Brodier** – Animatrice grand public, ton accessible (prioritaire)
- **Doc Seven** – Culture G ludique, très populaire jeunes
- **Poisson Fécond** – Histoires insolites, divertissement scientifique
- **Dr Nozman** – Référence vulgarisation science
- **Agathe Auproux** – Journaliste, ton posé et accessible
- **Hugo Décrypte** – Audience massive 15-25 ans
- **Cyprien** – Humoriste, forte attractivité
- **Marion Seclin** – Société & culture, ton moderne
- **Axolot** – Vulgarisation narrative et immersive
- **Lilixxene** – Science fun & dynamique (Gen Z)





PLAN DE DIFFUSION

- **Fréquence** : 1 épisode par semaine
- **Jour et heure de publication** : Mercredi à 18h (créneau optimal pour le cœur de cible : disponibilité, forte activité sur les réseaux sociaux)
- **Plateformes de diffusion** : Spotify, Apple Podcasts, Deezer, YouTube (format audio avec visuel fixe), Google Podcasts, Podcast Addict





PLAN DE DIFFUSION

- **Présenté par :** Ariane Brodier (animatrice principale)
- **Format :** 1 chercheur.se par épisode + 1 invité.e toutes les 2 semaines
- **Durée :** 20 à 25 minutes
- **Accompagnement digital :** Chaque publication est accompagnée d'un live court (5-8 min) sur Instagram et TikTok entre 17h55 et 18h05 pour créer un événement et générer un effet FOMO (Fear Of Missing Out).



NOS ACTIONS DE COMMUNICATION

OFFLINE MÉDIA

➤ Affiches et flyers

Concept : Campagne d'affichage urbain et distribution de flyers dans les lieux fréquentés par la cible (campus universitaires, médiathèques, espaces culturels, salles de sport, cafés branchés).

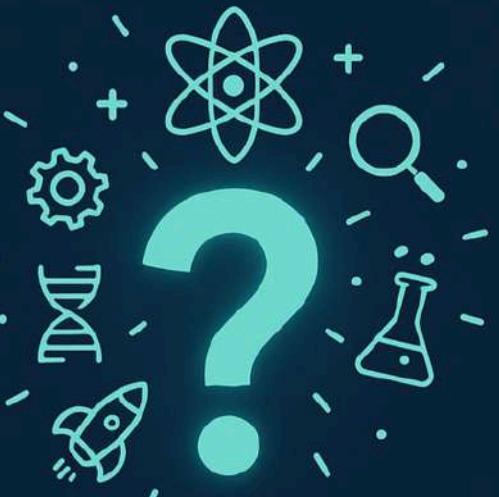
- Déclinaison de la charte graphique avec QR code renvoyant directement vers les plateformes d'écoute
- **Messages :** Questions intrigantes extraites des épisodes (“Pourquoi tombe-t-on amoureux ?”, “La peur peut-elle vraiment nous tuer ?”) + signature visuelle du podcast



CAMPAGNES D'AFFICHAGE

EXEMPLES DE FLYERS

Tu cherches des réponses ?



En savoir plus...



Ça s'explique –
le podcast science
du CNRS

- un épisode / semaine
- 20–25 min

une question du quotidien expliquée par un·e chercheur·se

 Spotify  DEEZER  Apple Podcasts
 YouTube



ONLINE MÉDIA

> Communiqué de presse

- Annonce du lancement, présentation du concept, citation de Monsieur Garnier, angle éditorial fort, informations pratiques
- “**Le CNRS révolutionne la vulgarisation scientifique avec un podcast pensé pour la génération Z**”
- Envoi ciblé à 150 journalistes



Communiqué de presse

Paris, le 16 mars 2026

Le CNRS révolutionne la vulgarisation scientifique avec « Ça s'explique », un podcast pensé pour la nouvelle génération

Le Centre National de la Recherche Scientifique lance aujourd’hui « Ça s’explique », une série de podcasts hebdomadaires qui rend la science accessible, vivante et passionnante. Destiné aux jeunes adultes et au grand public curieux, ce nouveau format audio allie rigueur scientifique et ton décontracté pour décrypter les mystères du quotidien à travers le regard de chercheur·ses du CNRS.

Alors que les jeunes privilient majoritairement des contenus de divertissement sur les plateformes audio, le CNRS relève le défi de rendre la recherche scientifique attractive et accessible. « Ça s’explique » propose un format innovant de 20 à 25 minutes, où chaque épisode part d'une question du quotidien (*Pourquoi tombe-t-on amoureux ? Comment fonctionne la mémoire ? Peut-on vraiment mourir de peur ?*) pour la décrypter avec l'éclairage d'un·e chercheur·se.

« Nous voulons montrer que la science n'est pas réservée aux laboratoires. Elle explique nos émotions, nos choix, notre environnement et notre futur. Avec « Ça s'explique », nous créons un pont entre la recherche de pointe et le grand public, dans un format qui correspond aux habitudes de consommation des jeunes générations. »

— Monsieur Garnier, Responsable du service communication du CNRS

Un format pensé pour captiver et éduquer

Animé par Ariane Brodier, comédienne et animatrice reconnue pour sa proximité avec le public, « Ça s’explique » mise sur l’émotion, l’anecdote et l’interaction pour créer un lien durable avec son audience. Chaque épisode alterne explications scientifiques, séquences ludiques (quiz, « vrai ou faux »), anecdotes personnelles des chercheur·ses et mini-expériences reproductibles chez soi.

Caractéristiques du podcast :

- Publication hebdomadaire : chaque mercredi à 19h
- Durée : 20 à 25 minutes
- Disponible sur Spotify, Apple Podcasts, Deezer, YouTube et Google Podcasts
- Un·e chercheur·se du CNRS par épisode, toutes disciplines confondues
- Un·e invité·e issu·e de la sphère médiatique ou culturelle toutes les deux semaines

Contact presse

Attachée de presse – Pôle Communication CNRS
Email : i.tamouneit@cnrs.fr
Tél. : +33.1.23.45.67.89
Site web : www.cnrs.fr/podcast-ca-sexplique

CNRS

3 rue Michel Ange
75016 Paris
01.44.96.40.00

ONLINE MÉDIA

➤ Campagne de teaser

Concept : Production d'une série de teasers vidéo et audio ultra-courts, centrés sur des questions scientifiques intrigantes, diffusés massivement sur les plateformes numériques dans les 3 semaines précédant le lancement.

- Format audio (15-20 secondes)
- Format vidéo court (15 secondes) pour TikTok/Reels
- Format vidéo moyen (30-45 secondes) pour YouTube/Instagram



ONLINE MÉDIA

➤ Stratégie de contenu digital

Concept : Crédit d'une présence digitale cohérente et engageante autour du podcast, structurée selon un calendrier éditorial précis qui transforme chaque sortie d'épisode en événement hebdomadaire attendu.

- Utilisation de plateformes prioritaires
- Cycle éditorial hebdomadaire (*autour de la sortie du mercredi 19h*)
- Formats de contenu (posts feed, Reels / TikTok, Stories et Lives)



STRATÉGIE DE POSTS

➤ Les réseaux sociaux du CNRS

Concept : Activation massive et coordonnée des comptes officiels du CNRS (tous réseaux confondus) pour assurer une visibilité maximale au lancement et maintenir l'engagement sur toute la durée de la campagne.

- X : + 500 K d'abonnés
- Instagram : +200 K d'abonnés
- Facebook : +800 K d'abonnés
- LinkedIn : +600 K d'abonnés
- YouTube : +150 K d'abonnés



NOS OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

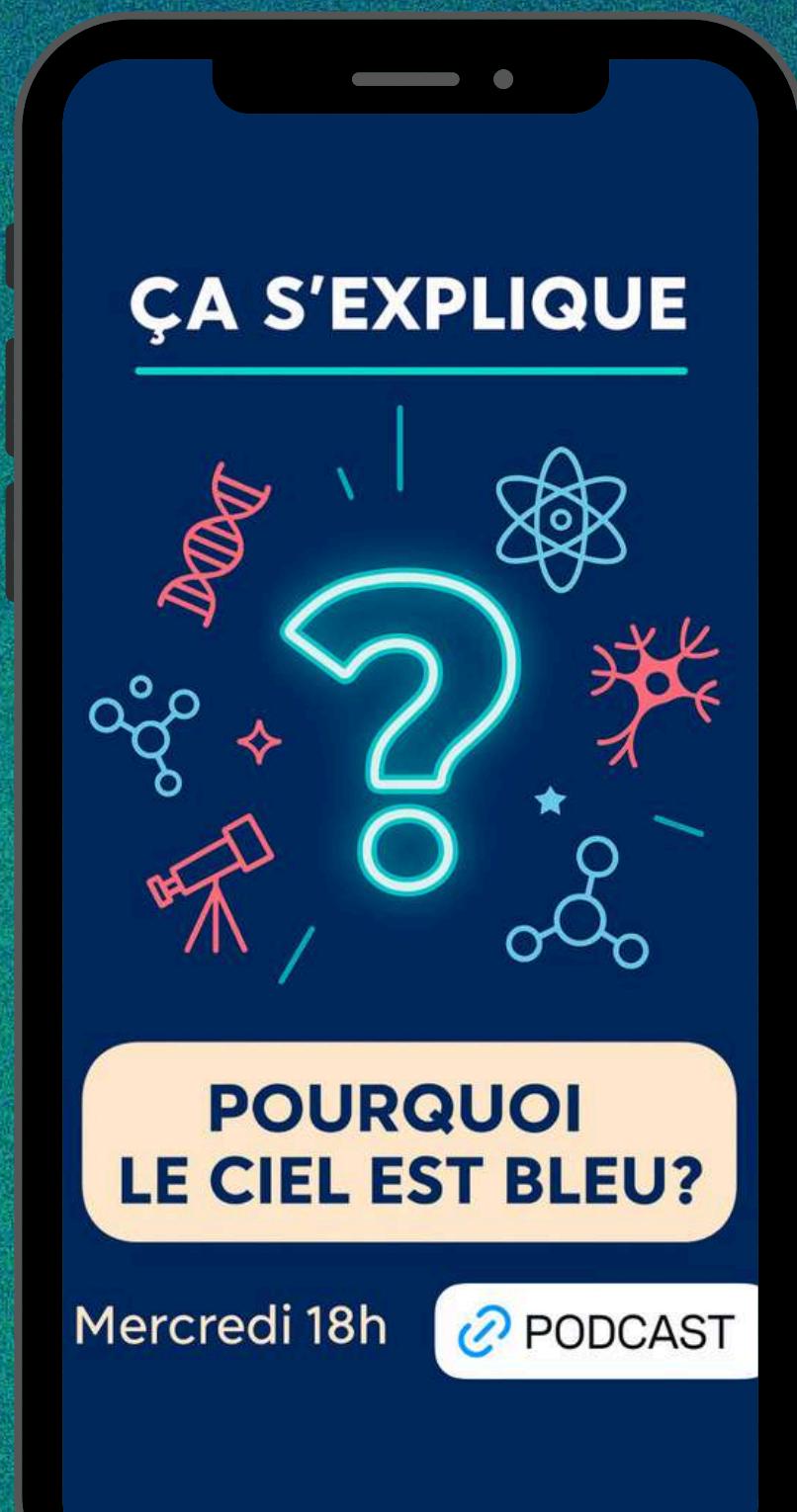
**Notoriété
immédiate**

**Engagement
communautaire**

**Trafic vers les
plateformes
d'écoute**

**Création d'une
dynamique cross-
platform**

EXEMPLES DE POST



PARTENARIATS

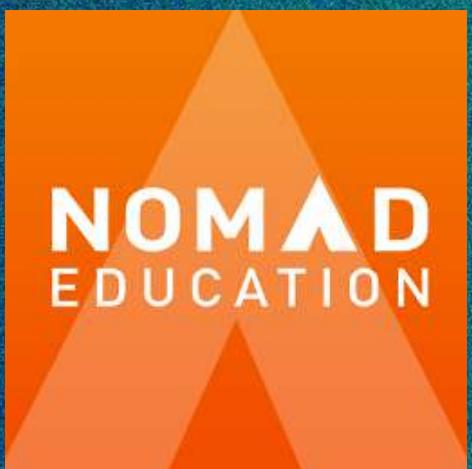
➤ Partenariats médias

Concept : Mise en place de partenariats avec des médias, plateformes éducatives et créateur.ices de contenus pour amplifier la visibilité et la légitimité du podcast.



PARTENARIATS

➤ Partenariats éducatifs



◀ Partenariats influenceurs

- Micro-influenceurs scientifiques (10 000 - 100 000 abonnés)
- Podcasteurs partenaires : Échanges de visibilité

NEWSLETTER

LA SCIENCE DANS VOTRE BOÎTE MAIL

Concept : Déploiement d'une **stratégie de newsletters** à double niveau (institutionnelle et dédiée) qui **transforme l'email** en canal privilégié de **fidélisation** et d'**approfondissement** des **contenus du podcast**.

Newsletter CNRS institutionnelle (existante)

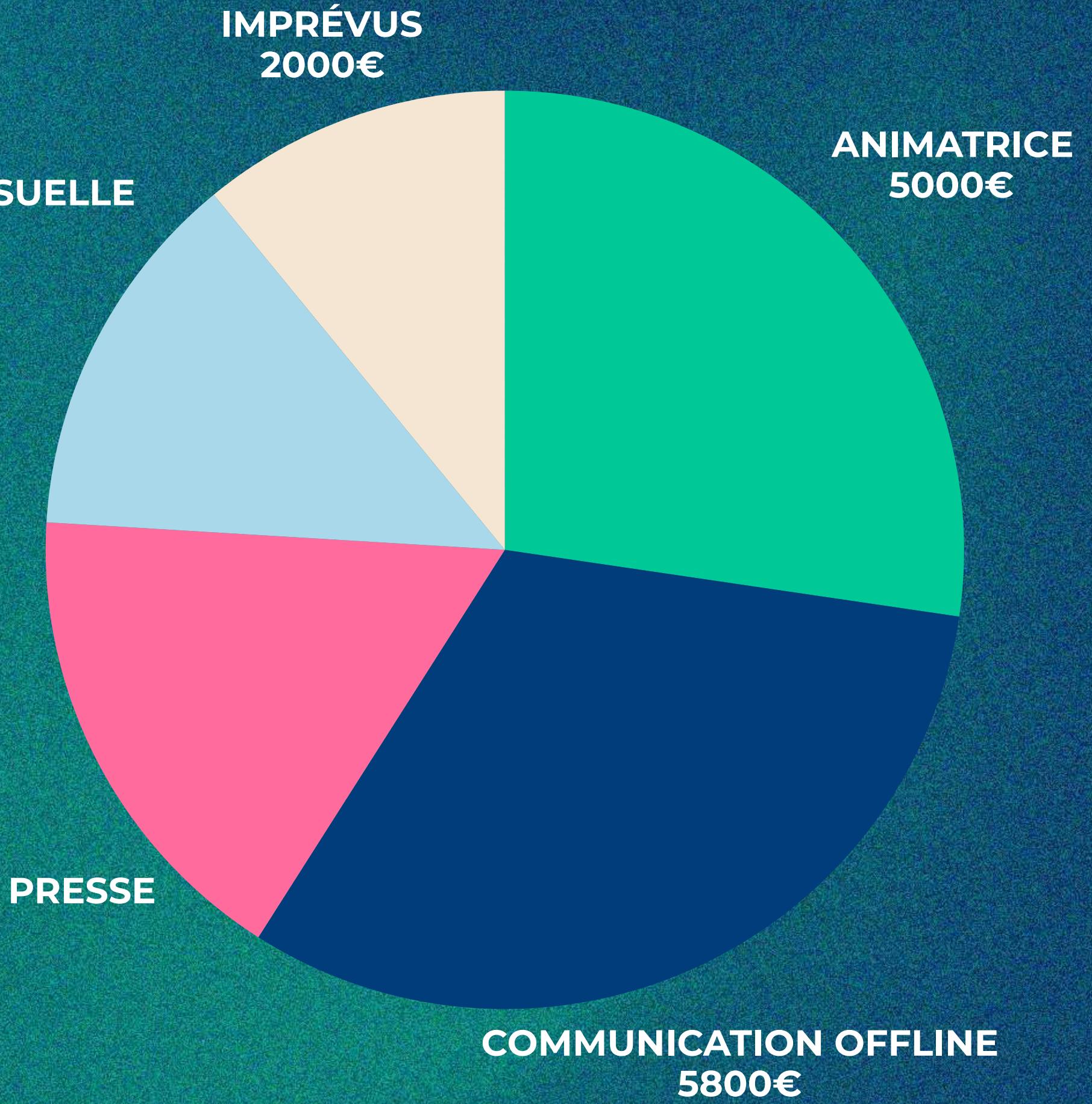
Newsletter dédiée “Ça s'explique - Les Coulisses”



RÉTROPLANNING

RÉTROPLANNING - PODCAST CNRS « ÇA S'EXPLIQUE »													
Phase	Tâche	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12
MOIS 1 : Conception & Production	Validation identité visuelle	■											
	Contact chercheur·ses (8 épisodes)	■	■	■	■								
	Rédaction scripts épisodes 1-2	■											
	Enregistrement épisodes 1-2		■										
	Création visuels réseaux sociaux		■										
	Développement site web/landing page		■	■									
	Contact et négociation animatrice		■	■									
	Post-production épisodes 1-2			■									
	Enregistrement épisodes 3-4			■									
	Rédaction communiqué de presse			■									
	Création teasers vidéo/audio			■	■								
MOIS 2 : Pré-lancement & Communication	Finalisation 4 premiers épisodes				■								
	Création comptes réseaux sociaux				■								
	Constitution liste presse + kit média				■								
	Validation planning diffusion					■							
	Envoi communiqué de presse						■						
	Campagne teasing réseaux sociaux					■	■	■	■	■	■		
	Production affiches et flyers					■	■						
	Mise en ligne site web					■							
	Relances presse individualisées						■						
	Finalisation partenariats						■						
	Enregistrement épisodes 5-6						■						
MOIS 3 : Lancement & Suivi	Campagne d'affichage (8 villes)							■					
	Distribution flyers							■	■				
	Organisation événement de lancement							■	■				
	Test plateformes de diffusion							■	■				
	Intensification teasing (J-7 à J-1)								■				
	Préparation contenu 4 premières sem.								■				
	LANCÉMENT - 16 mars 18h									■			
	Publication 1er épisode									■			
	Événement de lancement hybride (18h)									■			
	Activation tous canaux communication									■			
	Monitoring retombées presse/RS									■			
	Publication 2ème épisode									■			

BUDGET



KPIs

KPIs de notoriété et de visibilité

- **Nombre d'écoutes totales** (objectif : 50 000 écoutes cumulées sur les 8 premiers épisodes)
- **Nombre d'abonné.es sur les plateformes** (objectif : 5 000 abonné.es à la fin du mois 3)
- **Taux de complétion moyen des épisodes** (objectif : >70% – pourcentage d'auditeur.ices qui écoutent l'épisode jusqu'à la fin)
- **Nombre d'apparitions dans les classements de podcasts** (objectif : Top 20 des podcasts scientifiques sur Spotify France)
- **Nombre de mentions médias** (objectif : 15 retombées presse dans des médias de référence)

KPIs

KPIs d'engagement et d'interaction

- **Nombre d'abonné.es sur les réseaux sociaux** (objectif : 10 000 abonné.es cumulés Instagram + TikTok + YouTube)
- **Taux d'engagement moyen sur les posts** (objectif : >5% - likes, commentaires, partages)
- **Nombre de partages des épisodes sur les réseaux sociaux** (objectif : 2 000 partages organiques)
- **Nombre de questions posées par les auditeur.ices** (objectif : 500 questions soumises via les réseaux sociaux et le site web)
- **Nombre de vues sur les teasers et extraits vidéo** (objectif : 200 000 vues cumulées)

KPIs

KPIs d'action et de conversion

- **Taux de conversion des campagnes de lancement** (objectif : >3% – pourcentage de personnes qui cliquent sur les liens vers les plateformes d'écoute)
- **Nombre de visites sur la landing page du podcast** (objectif : 20 000 visites uniques)
- **Nombre d'abonné.es à la newsletter dédiée** (objectif : 2 000 inscriptions)
- **Taux d'ouverture de la newsletter** (objectif : >30%)
- **Nombre de téléchargements d'épisodes** (objectif : 30 000 téléchargements)

KPIs de satisfaction et de fidélisation

- **Note moyenne sur Apple Podcasts et Spotify** (objectif : >4,5/5)
- **Nombre d'avis et commentaires laissés** (objectif : 200 avis)
- **Taux de rétention d'un épisode à l'autre** (objectif : >60% – pourcentage d'auditeur.ices qui écoutent plusieurs épisodes)
- **Nombre de participations aux sondages et quiz interactifs** (objectif : 5 000 participations cumulées)

MERCI