



EXPO
2020
DUBAI
UAE

Pavillon France

EXPOSITION UNIVERSELLE
DUBAÏ 2020



Emmanuel Macron
Forum économique
franco-émirien
de Dubaï
novembre 2017





Nous sommes maintenant à l'aube d'une nouvelle phase. L'Exposition Universelle sera une occasion formidable d'ouvrir de nouvelles perspectives, de lancer de nouveaux projets.

[...] je pense que 2020 nous donnera l'occasion de défendre nos valeurs dans cette région, et de montrer par exemple, la façon dont les nouvelles villes intelligentes peuvent contribuer.

Il s'agit d'un projet d'ouverture, de nouvelle mobilité, de nouvelles énergies renouvelables ; nous voulons y participer, et toutes les grandes entreprises françaises veulent être là, veulent participer à cette ambition, cette ambition d'aujourd'hui et celle du rêve de 2020.



01



CONTEXTE

02



FIL ROUGE

03



EXPÉRIENCE VISITEUR

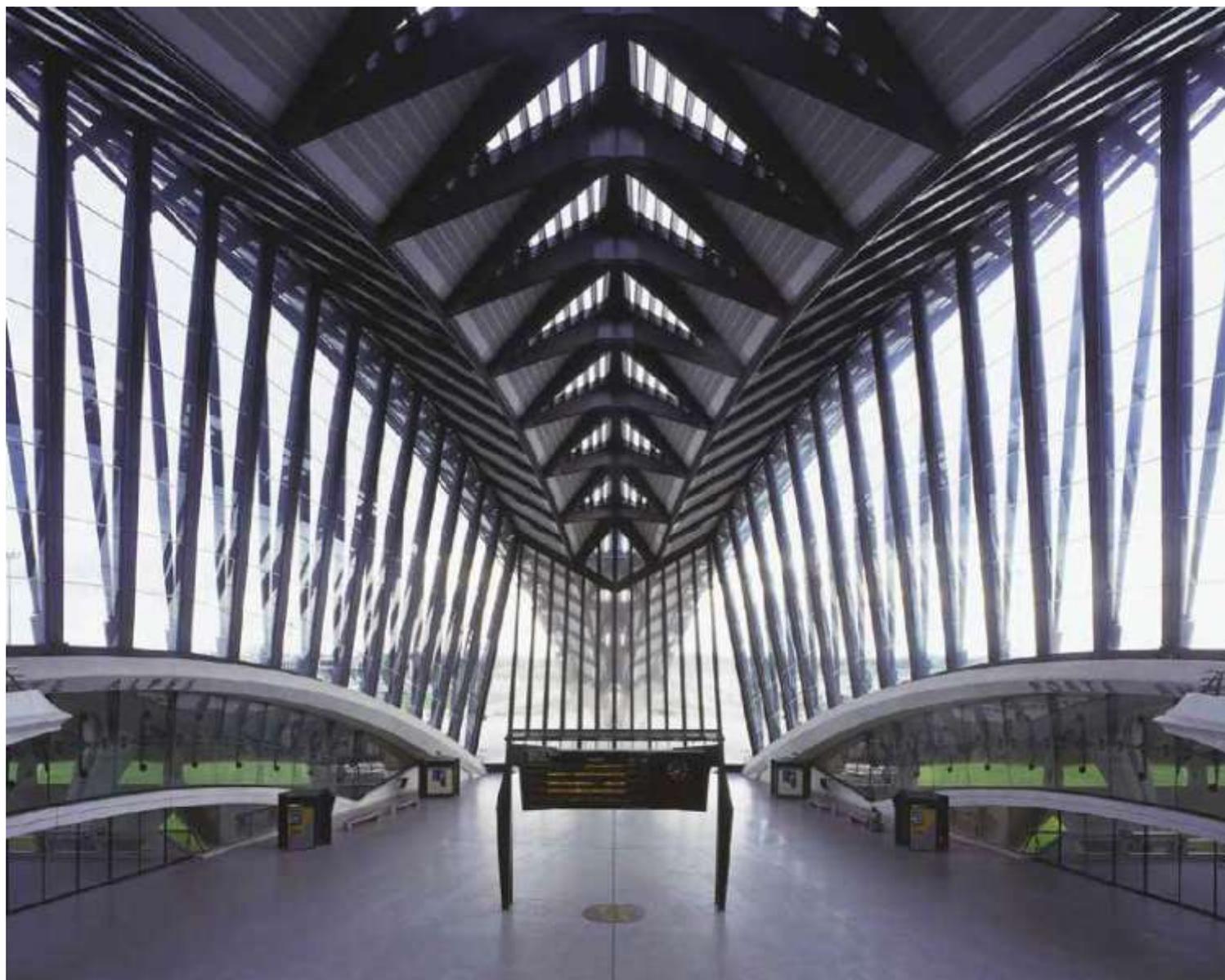
04



S'ENGAGER POUR
LA MARQUE FRANCE

01

CONTEXTE



CONNECTER LES ESPRITS, CONSTRUIRE LE FUTUR

L'**Exposition** universelle de 2020 sera organisée du 20 octobre 2020 au 10 avril 2021 à Dubaï, aux Emirats Arabes Unis (EAU) autour du thème Connecter les esprits, Construire le futur et avec 3 sous-thèmes **durabilité, opportunité et mobilité**.



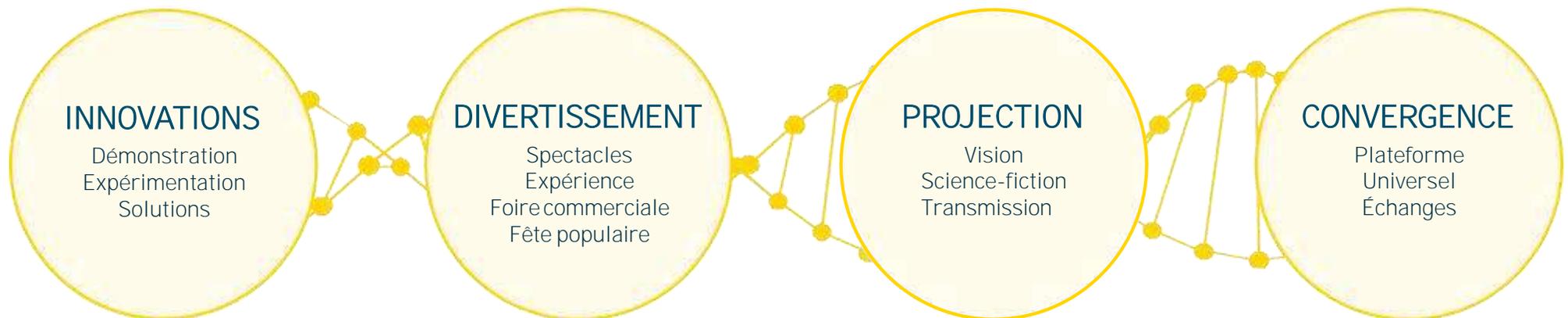
Ce sera la 1^{ère} exposition universelle organisée dans la région MEASA (Moyen-Orient, Afrique et Asie du Sud) et elle marquera le 50^{ème} anniversaire de la fondation des Emirats-Arabes Unis (1971).

Avec l'ambition d'être une rampe de lancement d'une **vision durable et progressiste** pour les prochaines décennies, cette édition 2020 promet de surprendre les esprits et le monde.

Le Pavillon France sera situé sur la zone mobilité. Il doit porter la **vision de la France à l'international**, mais également représenter une plateforme pour renforcer la présence française.

QU'EST-CE QU'UNE EXPOSITION UNIVERSELLE ?

- **Une dimension globale** : un événement mondial
- **Une rencontre planétaire** : plusieurs dizaines de millions de participants (exposants, partenaires et visiteurs)
- **Un positionnement atypique** : à la croisée des chemins entre un salon professionnel, une foire commerciale, un événement culturel, les Jeux Olympiques...
- **Une synergie de tous les secteurs** : technique, urbanisme, arts, politique, culture, business...



FAIRE D'UN ÉVÉNEMENT GLOBAL UN VECTEUR DE COHÉSION SOCIALE

Faire **d'un** événement global un vecteur de cohésion sociale et un temps fort **d'expression** de la nation en tant que marque

À l'instar de la Coupe du Monde ou des Journées du Patrimoine, l'Exposition universelle pourrait ambitionner de devenir un temps de rassemblement collectif fédérant tous les Français derrière leur Pavillon. Les nouvelles technologies offrent aujourd'hui la possibilité de décliner un événement dans le temps et dans l'espace pour être vécu et partagé par tous et s'inscrire dans la mémoire collective.



Contexte • L'édition Dubaï 2020

180+
PAYS PARTICIPANTS

25
MILLIONS DE VISITEURS

De nombreux autres participants :



• Entreprises



• Universités / Recherches



• Organisations multilatérales



• Fondations & ONGs

Provenance des touristes à Dubaï en 2017 :

- | | |
|--------------------|--------------|
| 1. Inde | 7. Pakistan |
| 2. Arabie Saoudite | 8. Iran |
| 3. Royaume-Uni | 9. Allemagne |
| 4. Oman | 10. Russie |
| 5. Chine | |
| 6. Etats-Unis | |

Thème : Connecter les esprits, construire le futur

Dubaï 2020 doit incarner l'Exposition universelle du 21^{ème} siècle, basée sur l'expérience du visiteur

APPRENDRE

Contenus, débats,
événements,
connaissances

DÉCOUVRIR

Expériences,
design, arts,
technologies

S'AMUSER

Spectacles, immersion,
musique, lumière

S'EXPRIMER

Interactivité, immersion,
visitor generated content

Contexte • L'édition Dubaï 2020

Célébration du 50^{ème} anniversaire de la fondation des EAU en 1971
Acte fondateur de Dubaï South, nouvelle zone économique en développement

- Superficie : 4.38 km²
- 3 aéroports internationaux à proximité
- À 20 minutes de Al Maktoum



Contexte • Dubaï, un carrefour international

1^{ère} ville des Emirats Arabes Unis (devant la capitale fédérale Abu Dhabi), Dubaï est un hub **d'envergure** mondiale en parfaite adéquation avec le thème de **l'Exposition** universelle

Connecter les esprits, construire le futur .
À **l'instar** de la région moyen-orientale, Dubaï est un réel point de convergence entre **l'Asie, l'Afrique** et **l'Europe**.

UN ESPRIT COSMOPOLITE

- Ancien protectorat britannique
- 90% de résidents étrangers
- Ouverture multiculturelle, respect des religions
- Une clientèle locale désireuse d'un fort niveau de service

UN HUB HUMAIN, CULTUREL, ÉCONOMIQUE ET FINANCIER

- Dubaï Airports vise 126 Millions de passagers en 2020 et 240 en 2025
- 25 millions de visiteurs attendus en 2020
- Les fonds souverains des EAU disposent de 1250 Mds USD (3,3 fois le PIB)
- Les EAU ont attiré 8,9 Mds USD de capitaux étrangers en 2016

LA FRANCE : IMAGE & PRÉSENCE

- 30 000 Français, les grandes entreprises du CAC40: transports, aéronautique, pharmacie, énergie, cosmétiques, luxe, gastronomie
- Une très bonne image de la France (innovations, marques, culture...)



Que sont les territoires connectés du XXI^{ème} siècle ?

Des CONNEXIONS matérielles et virtuelles
entre personnes, biens et idées,
plus intelligentes, plus productives,
durables et harmonieuses.

LA VISION DE LA FRANCE



NOTRE VISION :

- Un nouveau modèle économique
- Un mode de vie
- Un concept urbain

Une opportunité pour repenser nos modèles et imaginer les solutions du futur (transition numérique, industrielle, écologique et solidaire)

UN TERRITOIRE DURABLE ET CONNECTÉ CONÇU À **L'ÉCHELLE** HUMAINE

- Repenser les infrastructures et le réseau immobilier, centrés sur l'utilisateur
- Développer de nouveaux services : mobilité, énergie, économie circulaire
- Un mode de gouvernance à l'écoute du citoyen
- Des espaces publics et privés adaptés aux différentes populations

Contexte • L'écosystème des territoires connectés

D'UN POINT DE VUE ÉCONOMIQUE, LES TERRITOIRES CONNECTÉS RECOUVRENT DIFFÉRENTS SECTEURS D'ACTIVITÉ, DANS LESQUELS LA FRANCE A DES SOLUTIONS À APPORTER :



TRANSPORTS & LOGISTIQUE

Aérien | Ferroviaire | Maritime |
Automobile | Mobilité individuelle



VOYAGE & EXPLORATION

Tourisme & hébergement | Sécurité |
Aéronautique |
Aérospatial | Voyage



COMMUNICATIONS & NUMÉRIQUE

Télécommunication | TCI | Big Data |
Connectivité numérique | Smartgrids



PLANIFICATION & RÉNOVATION URBAINES

Ingénierie | Planification | Rénovation |
Infrastructures | Réseaux |
Nouveaux matériaux intelligents



ÉNERGIES

Production | Transport | Recyclage |
Transformation



CONNAISSANCES

Sciences | Techniques appliquées | Universités
| Recherche publique et privée | Synergie des
acteurs / Arts



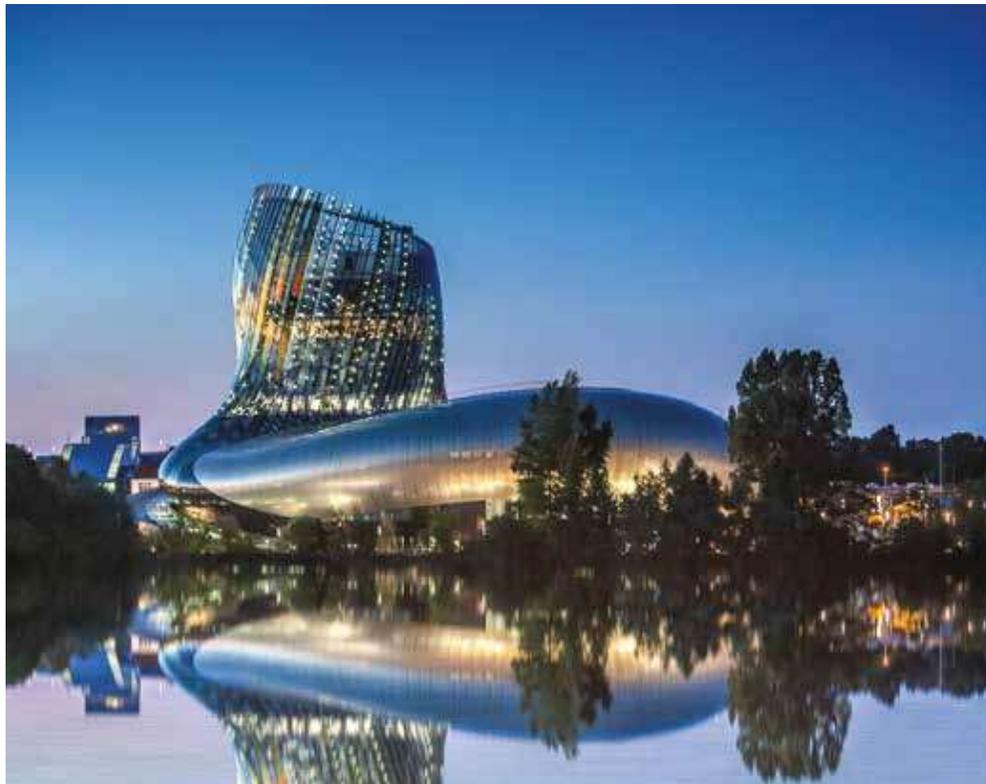
NOUVEAUX USAGES DE CONSOMMATION

Biens de communication |
Biens de consommation français |
Digitalisation du commerce

Contexte • Challenges pour le Pavillon français

1

CONTRIBUER À **L'EXPRESSION** DE LA MARQUE FRANCE
ET AFFIRMER SA PLACE SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE



2

AGILITÉ ET FLEXIBILITÉ : **S'ADAPTER** EN TEMPS RÉEL



3

UN PAVILLON-DESTINATION :
CRÉER L'ENVIE & SURPRENDRE
POUR UNE EXPÉRIENCE INOUBLIABLE



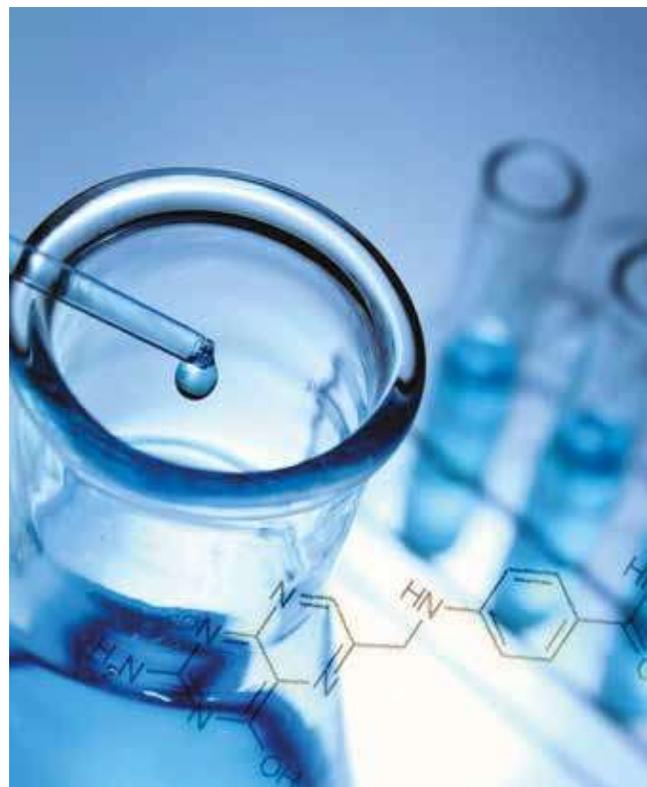
4

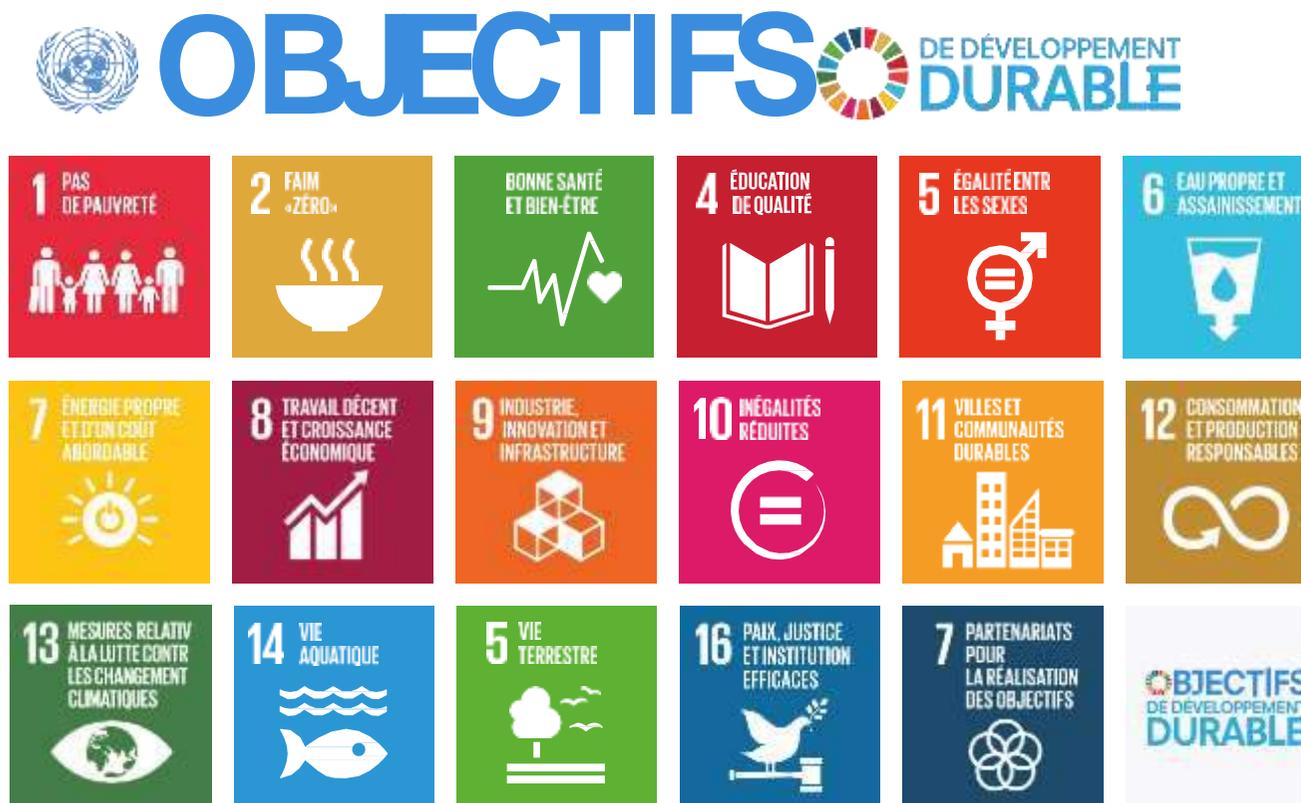
ARCHITECTURER UN PARCOURS
VISITEUR IMMERSIF



5

VALORISER UNE FILIÈRE FRANÇAISE
DES TERRITOIRES CONNECTÉS





- DE LA CONCEPTION À L'**EXPLOITATION** DU PROJET, LE RESPECT DE **L'ENVIRONNEMENT**, INTÉGRÉ À NOTRE VISION **D'UN** PAVILLON RECYCLABLE, EST **L'UNE** DE NOS PRINCIPALES PRÉOCCUPATIONS
- CET ENGAGEMENT GLOBAL **S'INSCRIT DANS LE** PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE **L'ONU** ET SES 17 OBJECTIFS

0

FIL ROUGE

2



Fil rouge • La lumière incarne le mouvement à travers 3 dimensions

LA LUMIÈRE-PHILOSOPHIE

La lumière outil qui éclaire et révèle, permettant de voir et progresser.

Guide
Rayonnement
Idées
Avant-garde
Transition

Mouvement : diffusion

- Mobilité des idées & savoirs
- Lab & innovation
- Planification et nouveaux concepts urbains



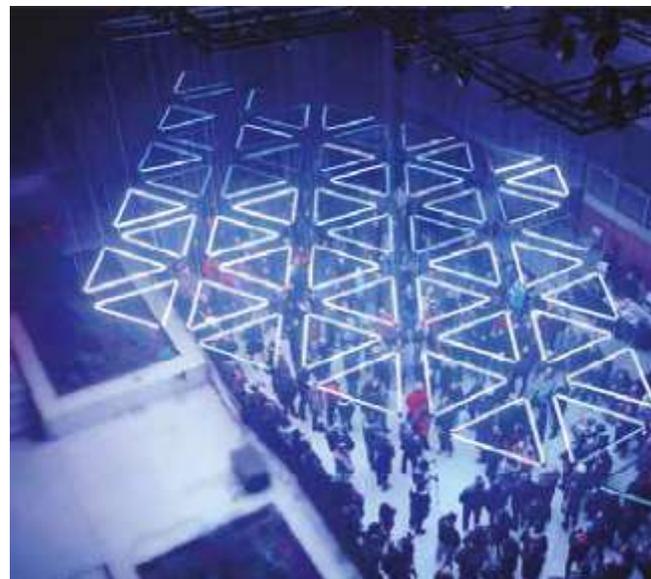
LA LUMIÈRE-MATIÈRE

La lumière palpable, génératrice de chaleur, source de créativité.

Énergie
Support Art
Techniques
Mise en scène

Mouvement : création

- Outils de la mobilité : engins, techniques... transports
- Mobilité des énergies



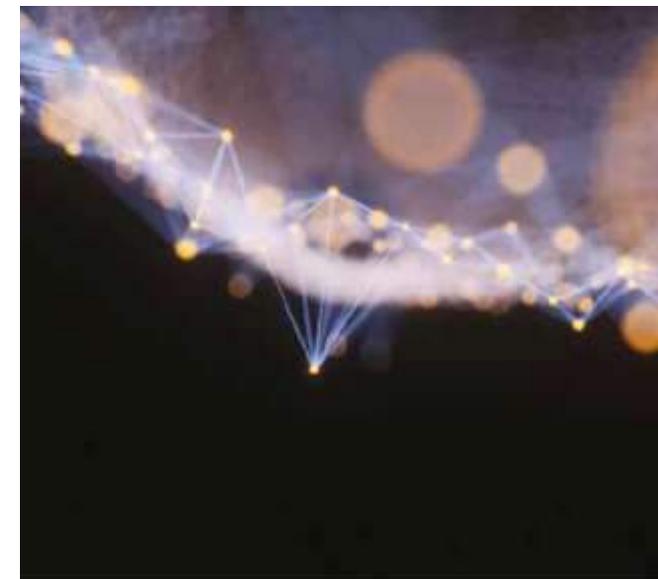
LA LUMIÈRE-CONNEXION

La lumière vecteur, qui relie, transporte, transmet les données.

Réseaux
Langages
Flux
Informations
Communication

Mouvement : transmission

- Infrastructures, réseaux, smart grids
- Connectivité numérique
- Télécommunications
- Connexions humaines





LIBERTÉ

Esprit des Lumières
Valeur fondatrice de la France
Création
Disruptif



CONVIVIALITÉ

Chaleureux
Savoir-vivre
Gastronomie
Émotions



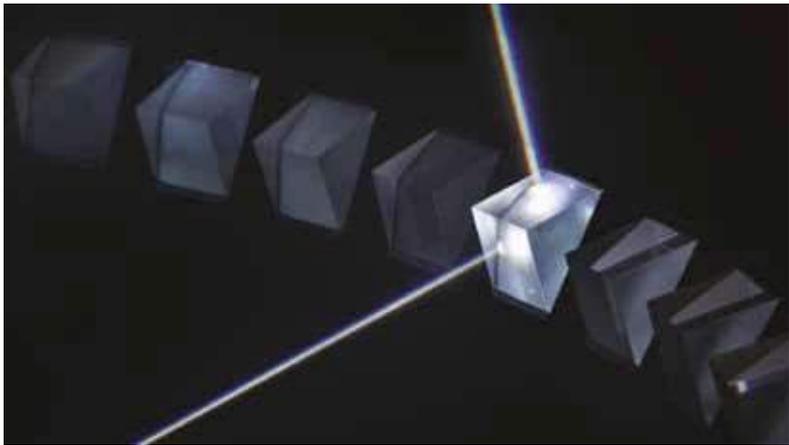
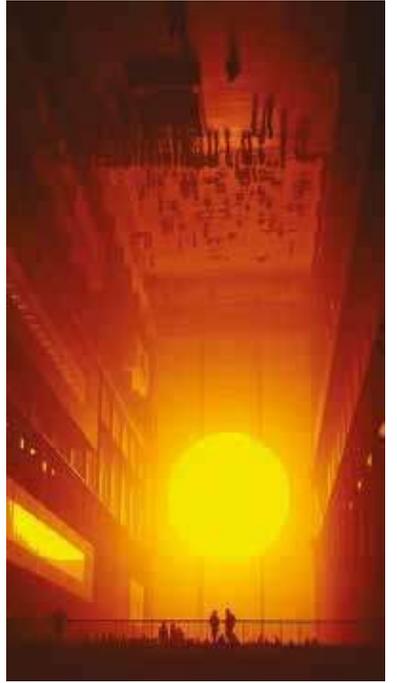
BIENVEILLANCE

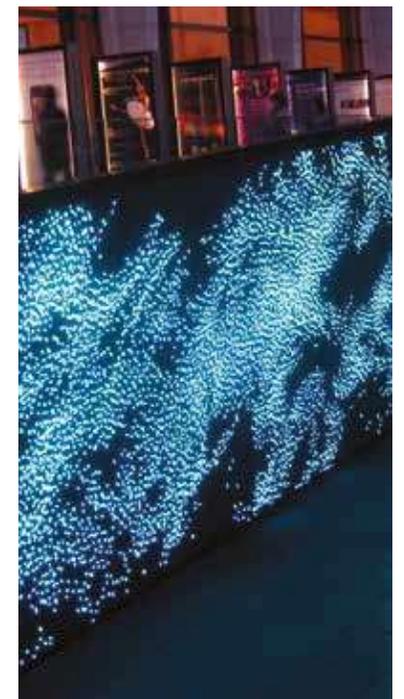
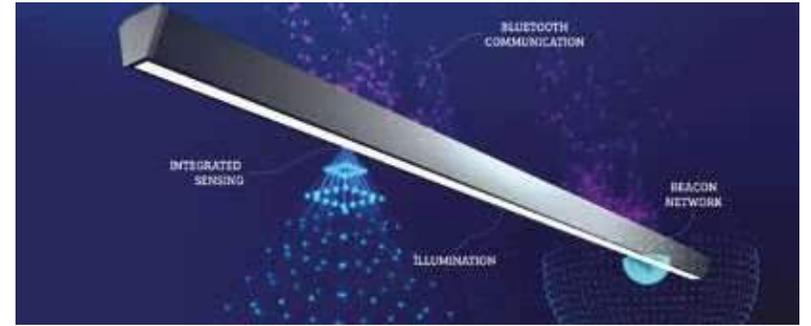
Durabilité
(Se) Faire du bien
Solutions
Quotidien



OUVERTURE

Rayonnement
Transmission
Universel
Émulation





0

3
EXPÉRIENCE VISITEUR



Expérience visiteur • Masterplan de l'Exposition



1 Le Pavillon de la France est situé dans l'aile Mobilité

- Un espace d'environ 4 700m²
- Hauteur maximale de 21m
- Démontable et valorisable

2 Parc des Expositions

3 Al Wasl Plaza Event Hub Central

4 Station Métro

5 Centre Commercial

6 Expo Village

Expérience visiteur ● 3 niveaux de parcours

MARQUER LES ESPRITS À CES 3 NIVEAUX POUR CRÉER DU BUZZ ET DE L'ATTRACTIVITÉ

1

ÉMOTIONNEL

Dimension **spectaculaire**

Objectif : créer un souvenir inoubliable et faire du Pavillon France une attraction majeure de l'Expo

Approche immersive du sujet mobilité au travers du prisme de la lumière, tout en restant simple dans l'accès et la compréhension

Bulles expérientielles, spectacles, arts, restauration, espace souvenir, boutique...

2

PÉDAGOGIQUE

Dimension **institutionnelle**

Objectif : exprimer la vision et apporter l'éclairage de la France et des entreprises françaises sur le sujet mobilité

Approche de fond, par le contenu sous toutes ses formes : échanges, recherche, films, contenus culturels et éducatifs...

Conférences thématiques, débats, rencontres, ateliers, Lab d'innovation...

3

TECHNOLOGIQUE

Dimension **commerciale**

Objectif : présentation interactive des solutions concrètes et intégrées proposées par les acteurs Français en matière de mobilité, toujours avec l'éclairage de la lumière

Approche par l'expérimentation, la démonstration, test, échange avec les entreprises

Espaces d'exposition et de démonstration dédiés aux partenaires, programmation scientifique, incubateur...

LES GRANDES ATTRACTIONS EXPÉRIENTIELLES



L'ESPLANADE & LES ABORDS

L'effet spectaculaire doit avoir lieu dès que l'on approche du Pavillon France. Au-delà de l'aspect architectural, les abords du Pavillon doivent être travaillés de manière à **donner envie** aux visiteurs de l'Expo de venir **découvrir le message** de la France.



LA FILE D'ATTENTE

Cette « **zone d'entrée sur le territoire français** » est une partie importante de l'expérience visiteur. Immersions, découvertes, contenus et surprises doivent ponctuer le cheminement vers l'entrée du Pavillon et amener progressivement le visiteur à entrer dans la lumière.



LE PARCOURS VISITEUR

Centré sur la démonstration du savoir-faire français, le parcours visiteur sera organisé autour de la réalité virtuelle, des interactions avec des objets ou des personnes, sur site et à distance (vers la France notamment). Une expérience globale et immersive qui permet aux visiteurs de découvrir la Vitrine France et ses innovations en matière de territoires connectés et durables.

LES ESPACES PROFESSIONNELS



LES ESPACES DE PARTAGE

Doté d'espaces pour accueillir des événements professionnels (dont un auditorium) tels que des conférences, débats, forums, symposiums, Ted Talks, etc...ces lieux sont conçus pour être une véritable plateforme d'échanges.



LES ESPACES DES PARTENAIRES

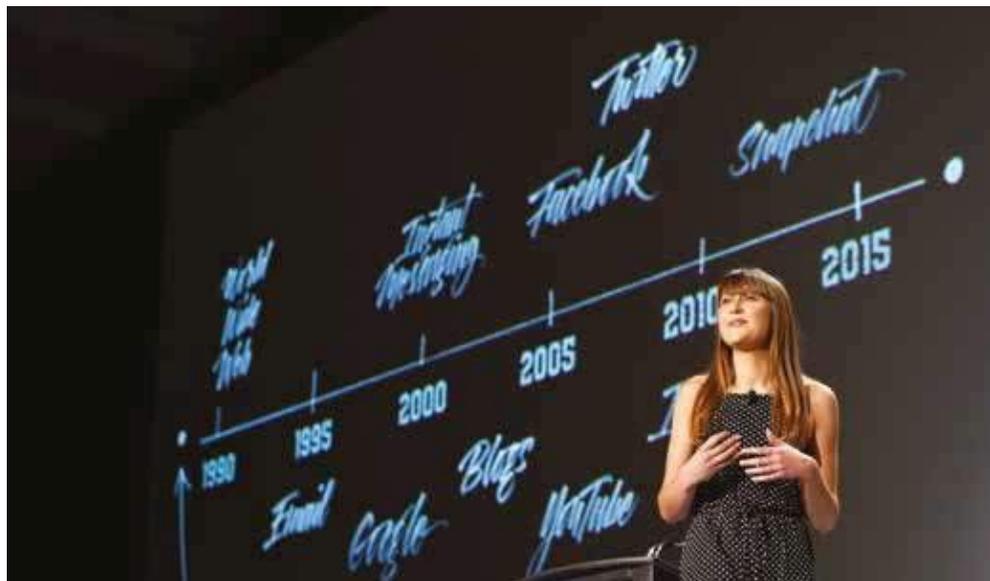
À l'image des grands salons qui deviennent de véritables shows ou des nouveaux concepts de vente qui intègrent des zones d'expérimentation, les entreprises françaises mettent ici en avant leurs technologies.



LE LAB D'INNOVATION

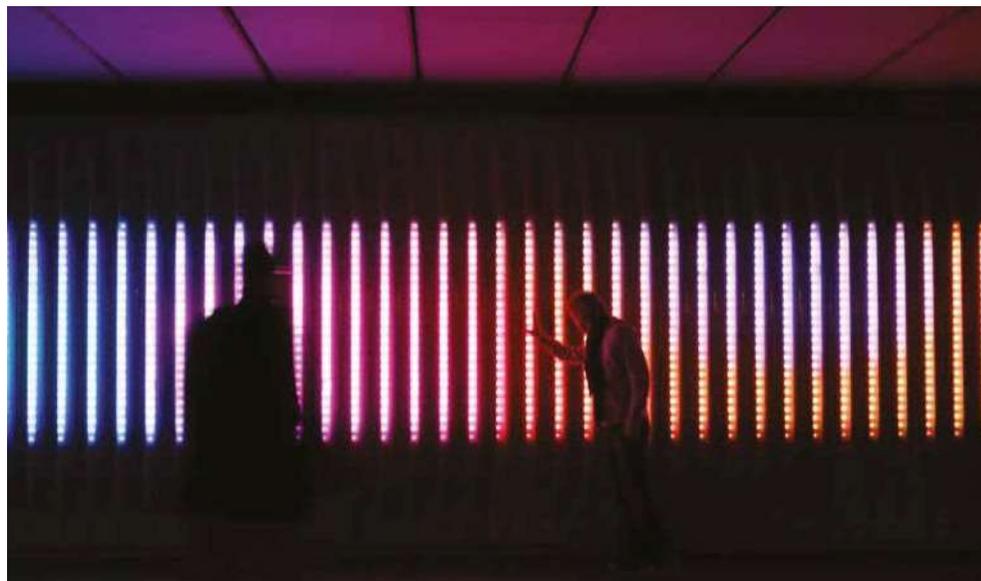
Un laboratoire d'innovation sera installé dans le Pavillon pendant toute la durée de l'Expo. Conçu comme un éco-système d'innovation, il accueillera un mini-incubateur.

LES ANIMATIONS PERMANENTES



PROGRAMMATION ÉVÉNEMENTIELLE

Un programme complet d'événements est proposé aux visiteurs, intégrant conférences thématiques, débats et rencontres avec d'autres pavillons ou universités, afterworks, démonstrations, avant-premières, lancements d'innovations, spectacles, concerts... Ces événements sont organisés soit par le Pavillon, soit par ses partenaires et proposent pour certains une forme de récurrence, pour maximiser leur attractivité.



UN PAVILLON INTERACTIF

Ici, l'interaction est omniprésente et tout est pensé pour que chaque visiteur vive un parcours à son image. Il peut choisir les expériences ou contenus qu'il souhaite approfondir. Par un système numérique totalement intégré, les données du Pavillon (énergie, flux, température...) pourraient être retransmises en temps réel.

Expérience visiteur • Les lieux clés du Pavillon

LES DISTRACTIONS ET ESPACES DE CONVIVIALITÉ

GRAND PUBLIC

GASTRONOMIE

Une restauration à la française, mettant en avant ainsi la qualité de la gastronomie française. L'idée ici est de proposer une **offre de qualité**, pour se démarquer des autres pavillons.

BOUTIQUE

Les **innovations** et l'**art de vivre à la française** à la portée de tous les visiteurs, qui peuvent trouver ici des produits de luxe.

CORNER SOUVENIR

Ce stand permet au visiteur de **vivre une dernière expérience** avant de quitter le Pavillon. Il peut y envoyer un souvenir hors du site de l'Expo et/ou rapporter un petit souvenir pour **prolonger l'expérience** du Pavillon une fois rentré chez lui.

AIRE DE JEUX

Cette aire de jeux permet aux petits et aux grands de **tester leur propre mobilité** corporelle.

CORPORATE

VIP & NETWORKING

Un espace pour les rendez-vous business, divisés en plusieurs sous-espaces pour un maximum de confort. Des services additionnels y sont proposés : visite privée du Pavillon, privatisation d'un espace, ...

BAR BUSINESS CONVIVIAL / RESTAURANT VIP

Un bar situé à l'étage et lounge VIP qui offre aux visiteurs institutionnels et business des **temps d'échanges informels** et privés.



0

S'ENGAGER POUR
LA MARQUE FRANCE

4



S'engager pour la marque France

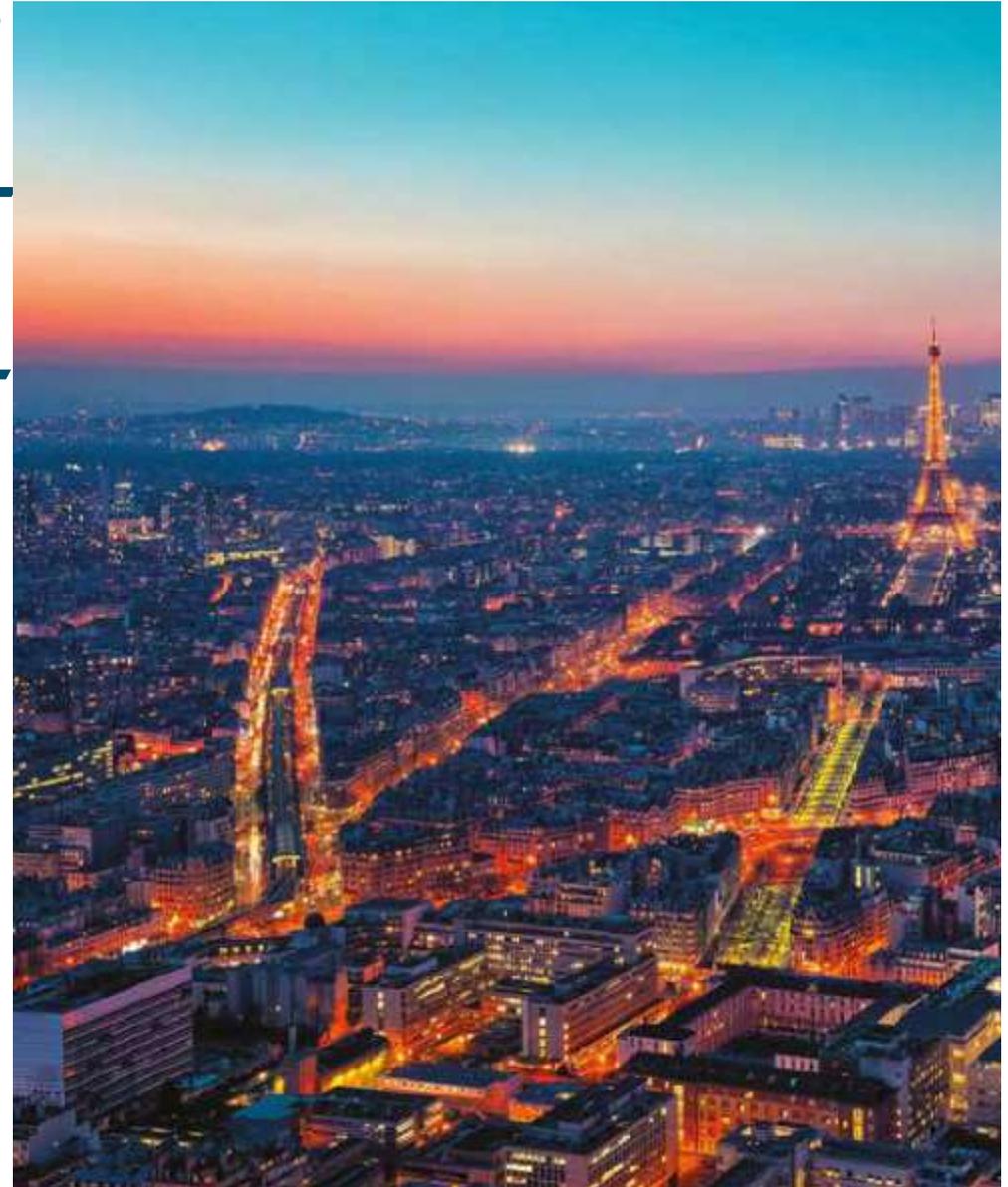
S'ASSOCIER AU PROJET FRANCE

Vous associez vos valeurs à celles de **l'Exposition** Universelle :
éducation du public, promotion du progrès et coopération
internationale.

Vous contribuez à rendre accessible à tous le bien commun
qu'est la connaissance.

Vous incarnez la Vitrine France : son génie et ses talents.

LA MARQUE FRANCE BÉNÉFICIE
D'UN MOMENTUM FAVORABLE
SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE



LA MARQUE FRANCE AUX ÉMIRATS

Relations bilatérales étroites et nombreux accords de coopération avec les EAU : militaire, culturel, éducation, économique, politique

Impact de l'image de la France aux EAU :

- Haut-de-gamme
- Secteur de la Défense en pointe
- Forte présence dans les secteurs stratégiques : hydrocarbures et énergie, aérospace et transport, distribution, luxe, banque, tourisme & services, pharmaceutique, arts & culture



S'engager pour la marque France

INTELLECTUELLE & VISIONNAIRE

Recherche
Savoir
Esprit des Lumières
Universalité

SAVOIR-FAIRE

Technique
French Tech
Industrie
Grandes marques

*LA MARQUE FRANCE :
UNE ADÉQUATION PARFAITE
AVEC L'ESPRIT « EXPOSITION
UNIVERSELLE »*

ÉMOTIONNELLE & SENSUELLE

Fête
Convivialité
Amour
Liberté
Terroir

SAVOIR-VIVRE

Raffinement
Gastronomie
Luxe à la française
Arts
Culture

ÉTAT D'ESPRIT DU PARTENARIAT

LE SOUTIEN APPORTÉ AU PROJET SE FONDE
SUR UN PARTENARIAT PERSONNALISÉ :

- Logique de co-construction pour participer à la définition et à la mise en œuvre de la participation française
- Création d'une relation étroite avec les acteurs clés du projet : participation à l'écosystème du Pavillon français avant et pendant l'exposition (autres entreprises, autorités et partenaires locaux, acteurs publics français, collectivités territoriales, monde académique, fondations et fonds de dotation...)
- Définition en commun du bon retour sur investissement du partenaire



S'engager pour la marque France

LA MARQUE FRANCE A BESOIN DE VOUS

Pour réussir le pari de l'Expo 2020 Dubaï,
nous devons trouver des partenaires engagés

CONTRIBUTION FINANCIÈRE

Soutenez le projet du Pavillon français en participant à son financement

CONTRIBUTION EN NATURE

Contribuez au projet en apportant un soutien matériel

APPORT DE COMPÉTENCES

Mobilisez les compétences de vos équipes sur le projet



S'engager pour la marque France

	+1 000 000 euros	500 000 à 1 000 000 euros	100 000 à 500 000 euros
Co-décideur sur la programmation d'ensemble de la participation française (membre du Comité Stratégique, sous la présidence de Nicolas Hulot)	✓		
Organisation en propre d'un évènement artistique majeur, de portée internationale	✓		
Organisation en propre d'un évènement médiatique sur un sujet sociétal de portée mondiale : Forum, Conférence,...	✓		
Ambassadeur officiel du projet aux côtés des autorités françaises	✓		
Membre associé à la délégation présidentielle à l'occasion de la Journée de la France	✓	✓	
Associé au Parrain/Marraine du Pavillon	✓	✓	
Organisation en propre d'un évènement liée à la politique de mécénat ou de RSE de l'entreprise	✓	✓	✓
Image directement associée à la Marque France	✓	✓	✓
Visibilité dans tous les évènements clés en particulier ceux qui associent les autorités émiriennes et françaises	✓	✓	✓
Espace d'exposition dédié au sein de la scénographie du pavillon	✓	✓	✓

ZOOM SUR LE MÉCÉNAT

DES AVANTAGES RÉCIPROQUES

- Pour COFREX : dons en numéraire ou de biens ou services
- Pour partenaire : visibilité sur le Pavillon de la France, accès privilégiés à des événements et aux espaces du Pavillon.

UN ENCADREMENT FISCAL & JURIDIQUE

- Expo universelle Dubaï 2020 éligible au régime fiscal du mécénat (art. 238 bis du Code général des impôts)
- Rescrit fiscal dédié pour l'expo Dubaï 2020
- Convention de mécénat COFREX/partenaire
- Charte d'utilisation du visuel Partenaire officiel



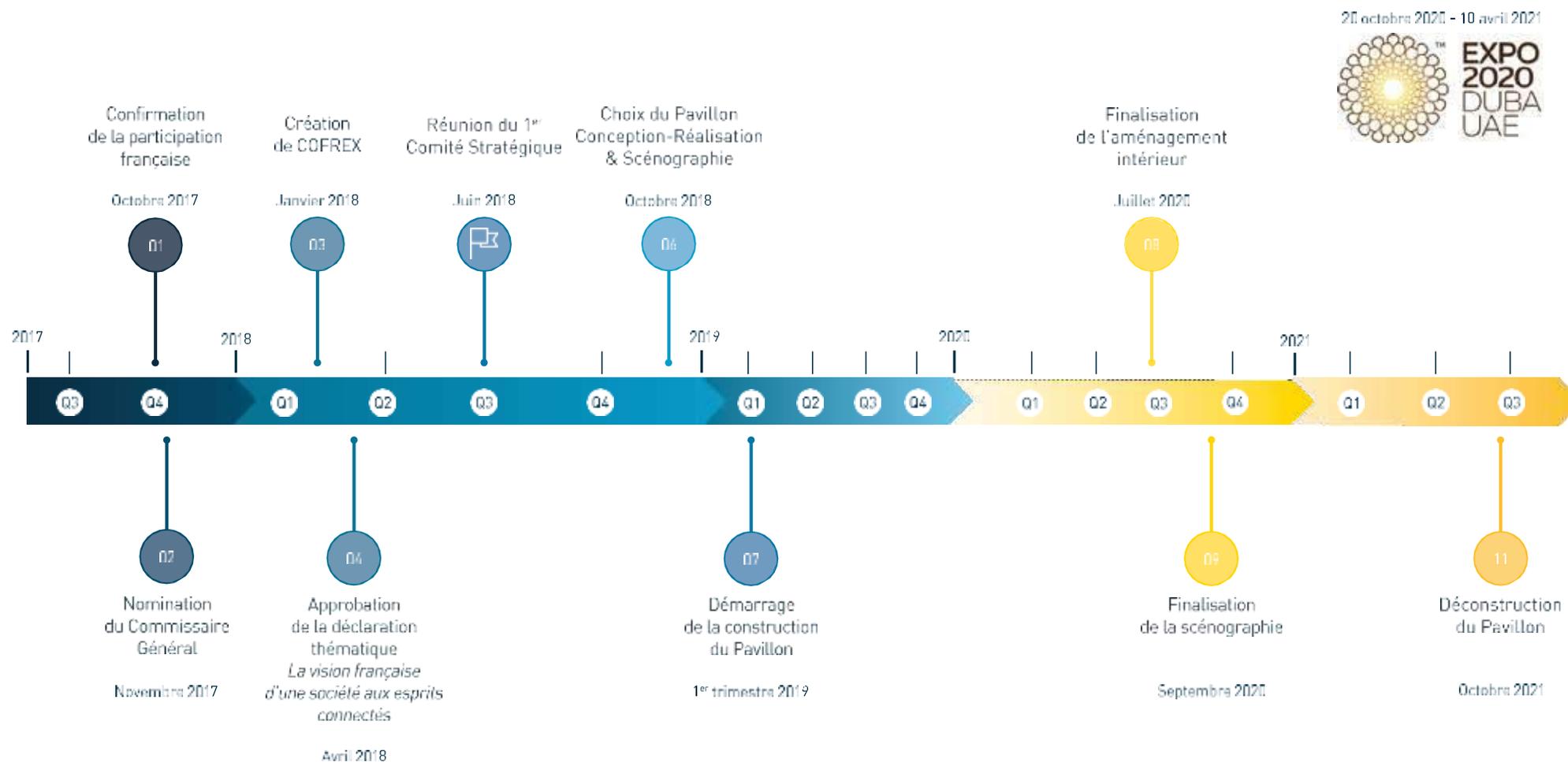
UN NOUVEAU MODÈLE DE PARTICIPATION FRANÇAISE

Il a été décidé à l'été 2017 de confier à une société créée par l'État, la Compagnie française des expositions-COFREX (créée en 2018), la responsabilité globale d'organiser cette présence française à Dubaï.

Elle s'appuie sur un pilotage à partir d'un montage public-privé et vise à réaliser une co-construction du Pavillon et des événements associés avec les différents types de partenaires intéressés.



S'engager pour la marque France • Calendrier prévisionnel du projet





CONTACTS

- contact@francedubai2020.fr
- +33 1 40 73 36 32
- 77 boulevard Saint-Jacques, 75014 PARIS



<https://www.linkedin.com/company/expo-2020-dubai-france/>



<https://www.facebook.com/francedubai2020/>

