

Compte rendu

Mission d'information sur la candidature de la France à l'exposition universelle de 2025

Mercredi

16 avril 2014

Séance de 16 heures 45

Compte rendu n° 9

SESSION ORDINAIRE DE 2013-2014

– Audition conjointe de représentants de l'Association ExpoFrance 2025 : M. Luc Carvounas, sénateur, M. Hervé Brossard, président de l'Omnicom Media Group France, M. Patrick Gautrat, ancien ambassadeur, ancien directeur des sports au ministère des affaires étrangères, M. Ghislain Gomart, directeur général de l'association..... 2

**Présidence de
M. Jean-Christophe
Fromantin,
*Président***

M. le président Jean-Christophe Fromantin. Mes chers collègues, nous recevons aujourd'hui des représentants de l'association ExpoFrance 2025.

M. Luc Carvounas, vous avez été adjoint au maire d'Alfortville, vice-président du conseil général du Val-de-Marne, chargé de la politique de la ville, avant d'être élu sénateur, puis maire d'Alfortville ; vous êtes également premier vice-président de la communauté d'agglomération de la Plaine centrale du Val-de-Marne et vice-président du groupe socialiste au Sénat.

Monsieur Hervé Brossard, vous avez effectué une grande partie de votre carrière chez DDB, une des trois enseignes publicitaires d'Omnicom Media Group ; vous en êtes le président pour le pôle français ; de 2004 à 2009, vous avez été président de l'Association des agences-conseils en communication ; enfin, vous avez été en charge de la communication du Grenelle de l'environnement.

Monsieur Patrick Gautrat, ancien élève de l'ENA, ancien conseiller de M. Raymond Barre, vous avez été diplomate, consul général de France à Barcelone, à New York, ambassadeur en Pologne et au Portugal ; et vous avez assuré la direction des sports au ministère des affaires étrangères.

Monsieur Ghislain Gomart, vous êtes diplômé de l'École militaire de Saint-Cyr, ancien élève de l'ENA ; vous avez exercé successivement diverses responsabilités au ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, en collectivité locale, en entreprise, en ONG environnementale, en cabinets ministériels ; vous êtes directeur général d'ExpoFrance 2025.

Messieurs, nous souhaitons vous entendre sur les forces et les faiblesses de la France en vue de l'organisation de l'exposition universelle de 2025. Quatre dimensions du projet vont pouvoir être abordées aujourd'hui : la dimension territoriale et politique avec Luc Carvounas ; la dimension de communication et d'image de la France avec Hervé Brossard ; la dimension institutionnelle et relations internationales avec Patrick Gautrat ; et l'organisation, telle qu'elle est conduite depuis un an, avec Ghislain Gomart.

M. Luc Carvounas, sénateur. Je voudrais aborder cette audition sous trois angles. Le premier est économique : il concerne le lien entre le projet d'exposition universelle et le développement de l'industrie du tourisme de notre pays. Le deuxième est territorial, et j'évoquerai tout l'intérêt pour nos collectivités de s'investir pleinement dans ce projet. Le troisième est celui des infrastructures, et me permettra d'esquisser les contours d'une réalisation concrète de ce projet.

En France, l'industrie du tourisme est un atout majeur de l'économie. Elle représente 2 millions d'emplois directs et indirects, 9 % de notre PIB, et 12 milliards d'euros d'excédents de notre balance commerciale, dans un contexte où notre pays cherche à doper son commerce extérieur. Formidable levier de croissance et de création d'emplois, ce secteur économique est encore trop souvent sous-exploité, voire mésestimé, comme j'ai eu l'occasion de le dire à de nombreuses reprises, notamment dans un rapport sénatorial remis à la commission de contrôle de l'application des lois et publié le 8 octobre 2013.

Forts de notre premier rang mondial en termes d'accueil de visiteurs, nous sommes relégués à la troisième place au classement des recettes touristiques. Nous devons donc tout

faire pour replacer cette industrie au cœur de notre stratégie économique. Un récent classement des villes les plus attractives, réalisé par le site Internet TripAdvisor, doit nous alerter : il place Paris à la septième place. C'est dire tout l'enjeu qui se dresse devant nous pour contrer cette mauvaise dynamique. Se reposer sur nos lauriers signerait le déclin inévitable de notre suprématie en la matière, à l'heure où la concurrence internationale se fait de plus en plus féroce.

Pour relever ce défi, le projet concret d'accueillir une exposition universelle dans le Grand Paris en 2025 est une formidable opportunité. Accueillir le monde, quelle plus belle idée ? Quel projet plus structurant pour une métropole mondiale en devenir ?

On peut se féliciter de la volonté du Gouvernement de renforcer la diplomatie économique en ce sens, comme le rappelait le Premier ministre lors de sa déclaration de politique générale. Nous devons aller au-devant du monde pour renforcer notre commerce extérieur, notre tourisme, notre technologie. C'est le but de notre diplomatie économique. C'est pourquoi j'ai récemment invité le ministre des affaires étrangères à mobiliser tout notre réseau diplomatique autour du projet de candidature de la France à l'accueil de l'exposition universelle de 2025.

Ce projet rend tangible ce concept de diplomatie économique : rayonnement de la France à l'international, bénéfique pour notre commerce extérieur et l'industrie du tourisme, formidable levier pour la création et l'innovation. J'ai une conviction forte : l'exposition universelle du Grand Paris 2025 peut devenir la carte de visite de la France pour cette première partie du XXI^e siècle.

Quel intérêt économique avons-nous à faire venir davantage de touristes dans notre pays grâce à un projet tel que celui-ci ?

Pour bien le comprendre, arrêtons-nous un instant sur l'essor du tourisme chinois. On peut y mesurer les impacts économiques pour notre industrie du tourisme de demain. En 2012, la France a accueilli 1,4 million de touristes chinois. Selon une récente étude du Boston Consulting Group, les dépenses des voyageurs chinois passeront de 260 milliards de dollars actuellement à 1 800 milliards de dollars en 2030. Lorsque l'on sait que les touristes chinois, dont Paris reste la destination favorite, rapportent 500 millions d'euros de recettes annuelles à la France, on devine tout l'intérêt à tirer les bénéfices de notre capacité à capter ce boom touristique émergent. Le cabinet de l'ancienne ministre du commerce extérieur rappelait à titre d'exemple que la réduction des délais de délivrance des visas pourrait rapporter 500 millions d'euros de recettes supplémentaires à la France en trois ans.

C'est pourquoi j'ai aussi tenu à défendre le projet ExpoFrance 2025 au sein des Assises du tourisme, où j'ai la charge de copiloter un groupe sur l'adaptation de cette industrie aux mutations du secteur. Je regrette que Bernard Lappasset, en charge du groupe relatif au tourisme événementiel et aux grands événements internationaux, n'ait pas donné suite à notre demande de présentation du dossier – demande que nous avons d'ailleurs formulée conjointement, monsieur le président.

Nous avons un double devoir pour mener à bien cette démarche : convaincre les plus hautes autorités de l'État, mais aussi convaincre nos concitoyens et susciter chez eux de l'enthousiasme. Pour parler des retombées et des bénéfices de l'organisation d'une exposition universelle, souvenons-nous de faits simples, marquants et symboliques : la création du Grand Palais, l'apparition du métro parisien ou encore l'édification de la Tour Eiffel.

L'exposition universelle de 2025 doit porter des promesses similaires de progrès pour la population. C'est pour moi la clé de l'enthousiasme populaire. Souvenons-nous qu'en 1900, plus de 48 millions de visiteurs se pressaient déjà à Paris, devenu pour quelques mois le carrefour du monde. Plus récemment, en 2010, Shanghai a accueilli plus de 70 millions de visiteurs. La prochaine exposition, en 2015, aura lieu à Milan. Nous participons, avec le président Fromantin, au comité consultatif du Pavillon France de l'ExpoMilan 2015 pour nous imprégner concrètement de la préparation d'une exposition ; nous nous rendrons aussi sur place entre le 1^{er} mai et le 31 octobre 2015.

Cinq chiffres concrets pour nous y projeter : 70 000 emplois devraient être créés sur la période 2010-2015 ; 30 millions de touristes y sont attendus ; 7 000 manifestations seront organisées parallèlement. Le chiffre d'affaires du milieu des entreprises milanaises augmentera de 44 milliards d'euros, soit une hausse de 10 %. Enfin, 11 000 kilomètres carrés d'espaces verts seront créés et le réseau fluvial des navigli sera réhabilité. On le constate donc clairement : organiser une exposition universelle est une formidable opportunité pour une collectivité territoriale.

C'est d'ailleurs tout le sens de la démarche entreprise par ExpoFrance 2025, une démarche qui part du bas, de nos territoires. À l'heure de la promotion du made in France, nous voulons faire converger les territoires et leurs projets pour que le Grand Paris en soit le réceptacle. ExpoFrance 2025 s'adresse donc à toutes les collectivités territoriales et doit retenir toute leur attention. Chacune dispose d'avantages comparatifs et d'atouts patrimoniaux et culturels à valoriser. J'oserai même dire, pour paraphraser une formule chère à mes amis écologistes, qu'il faut impérativement allier le local au global pour assurer la réussite de ce projet.

À l'heure du délitement social, de la désaffection envers la chose publique, de l'abstention massive et du déclinisme ambiant, nous proposons de nous fédérer autour d'un projet national, populaire et rassembleur. Cette candidature doit être une coproduction. Nous proposons donc un projet collaboratif aux territoires et à nos concitoyens. J'ai l'audace de penser que nous avons visé juste.

Tout d'abord, cette candidature a déjà fédéré de nombreuses grandes entreprises publiques et privées, fleuron de notre économie française. Elle a agrégé des grandes écoles et leurs étudiants. Nos trois porte-parole représentent dans leur domaine l'excellence française, et de plus en plus d'acteurs se joignent à nous, en témoigne l'installation de votre mission d'information.

Concernant les territoires, nous avons aussi visé juste. Je ne peux que me féliciter que cette candidature soit soutenue par l'Association des maires de France. Lors de son dernier congrès en novembre dernier, nous avons recueilli le soutien de plus de 1 000 élus, dont 550 maires. L'Assemblée des départements de France soutient également le projet. Et nous présenterons dès le mois de mai la candidature aux régions.

Cette candidature va susciter, j'en suis sûr, un enthousiasme grandissant auprès des collectivités et des élus. La cohésion sociale, voilà son essence même. La cohésion sociale, notre pays en a diablement besoin en ce moment !

Pour terminer mon intervention, j'aborderai rapidement la question des infrastructures. Il est faux, me semble-t-il, de prétendre que ce projet aurait un coût déraisonnable pour nos finances publiques. Plusieurs raisons l'expliquent.

La première est que la plupart des infrastructures dont nous aurons besoin sont déjà construites, que ce soit pour l'accueil des pavillons ou des visiteurs.

La deuxième raison concerne les infrastructures dont nous profiterons, mais qui sont d'ores et déjà prévues par le pouvoir exécutif. Je pense évidemment aux infrastructures de transport, notamment au Grand Paris Express. J'en profite ici pour saluer le travail de MM. Bachelay et Albarello, membre de cette mission. Comme eux, je suis favorable à la réalisation de lignes de liaison directe entre nos aéroports et le centre de Paris ; c'est d'ailleurs une requête récurrente des professionnels de l'industrie du tourisme. Sans créer de surcoût déraisonnable pour nos finances publiques, notre projet de candidature peut être une opportunité, un accélérateur pour la réalisation de ces chantiers.

On peut aussi penser au chantier de la couverture numérique du territoire ; c'est là la troisième raison. Notre ambition est de créer une véritable exposition universelle digitale. L'utilisation des nouvelles technologies aura le double avantage de libérer la création et l'innovation et de réduire nos coûts de fonctionnement.

Nous devons aussi apporter une attention toute particulière à l'environnement. Cette exposition peut justement offrir des opportunités de développement extraordinaire. Faisons du Grand Paris la première « smart » métropole mondiale. Développons les transports alternatifs. Soyons en pointe sur l'économie circulaire ou encore la croissance verte. L'environnement du Grand Paris, c'est aussi un symbole exceptionnel : la Seine. En tant que maire d'Alfortville, commune aux confluent de la Marne et de la Seine, je mesure chaque jour la puissance d'invocation de notre fleuve. Notre exposition devrait se vivre au fil de l'eau, autour du poumon aquatique, véritable carrefour des énergies.

Je souhaite vivement que notre projet aille à son terme. J'y consacrerai toute mon énergie. Je terminerai en disant que, pour ne pas avoir peur du monde de demain, il faut nous y projeter et participer à sa construction. C'est l'invitation concrète de l'expo 2025 !

M. Hervé Brossard, président de l'Omnicom Media Group France. Je vais structurer mon intervention en quatre points : les raisons de l'engagement ; les formes de l'engagement ; la communication ; et les bénéfices.

Cet engagement est pour nous une perspective ambitieuse, un moyen de redonner confiance – une confiance nationale et internationale – à notre pays.

Je tiens à souligner la qualité de la proposition. Elle va être l'occasion de réunir des compétences – politiques, étudiants, entreprises –, ce qui est tout à fait novateur. Cette diversité de contributions, source de créativité, d'énergie, d'enthousiasme, m'a plu immédiatement.

En outre, il est temps de remettre la France dans une belle lumière ! Au regard de la tentation du repli sur soi, ce projet est un réel signe d'ouverture. Il faut rétablir un équilibre dans cette France à deux vitesses : conquérante à l'extérieur – avec des entreprises qui gagnent des parts de marché, des étudiants très appréciés –, mais en proie au doute et très court-termiste à l'intérieur.

L'engagement est d'abord moral. Je travaille dans un groupe international. Nous partons pour une longue croisière : il faudra faire preuve de persévérance dans nos efforts.

L'engagement est ensuite sentimental. Si je peux servir mon pays, je le ferai avec grand plaisir, comme entre 1994 et 1998 pour la préparation de la Coupe du monde de football avec Michel Platini et le regretté président Fernand Sastre. Nous sommes allés au bout, en dépit du changement de ministre des sports entre-temps.

L'engagement est enfin professionnel. Notre métier est la communication, et donc la création, la stratégie, la définition des moyens pour la réussite d'un projet. Dans une grande compétition internationale comme celle-là, il est nécessaire d'avoir des réseaux, des relais, de savoir faire du lobbying local, de connaître l'image que l'on a dans les pays et l'image des pays concurrents. Il faut aussi avoir l'expérience des projets – du « travailler ensemble », du « faire faire ensemble » – et des rapports avec les institutions, les médias, les annonceurs.

Dans cette compétition, la communication sera une arme. Une arme face à la concurrence, d'abord. Si l'on veut gagner, il faudra motiver, fédérer, convaincre, et même tirer avantage des expériences passées. Une arme face à nous-mêmes, ensuite. La France jouit d'une belle renommée dans le monde, mais souffre d'une réputation quelque peu ternie. Nos défauts sont cependant corrigibles, rien n'est irrémédiable. Une vraie attirance pour la France s'exprime, la preuve en est que la directrice générale de Facebook, à Paris depuis deux jours, m'a avoué que la seule chose qui l'intéresserait en dehors de son métier serait d'être ministre du tourisme en France !

Ainsi, l'important est de prendre confiance en nous, d'avoir conscience en nos forces réelles et nos faiblesses. Le vrai défaut qui nous est généralement reproché dans le monde est l'absence de constance dans l'effort, dans des positions, des décisions. Montrons que nous sommes capables de constance, d'aller au bout de nos idées. J'y crois ! La communication sera une arme pour entraîner l'adhésion des Français.

Nos forces, vous les connaissez : la beauté de notre pays, les arts, la culture. Au-delà, et le monde nous le reconnaît, il y a nos valeurs universelles, nos réussites et – surtout – notre inventivité. Aux dires des Américains, nous sommes *unpredictable*, c'est-à-dire imprévisibles. Tirons parti de cette imprévisibilité et de cette inventivité ! La jeunesse de notre pays est également un formidable atout. Le travail des écoles et universités montre la qualité et l'enthousiasme de ces jeunes, qui seront aux commandes en 2025 !

Comme ces étudiants, nous avons envie d'inscrire notre pays dans un avenir jubilatoire, mais réaliste. Leurs premières propositions étaient d'ailleurs extrêmement concrètes : ils veulent, avant tout, que nous construisions un avenir non subi et que nous fassions preuve d'initiatives.

Le premier bénéfice immatériel de cette candidature est la création d'un élan, d'une dynamique dans le pays. Ce projet doit donner le sentiment que l'on va bâtir quelque chose à long terme parce qu'on veut laisser une trace – il est en cela très différent d'une candidature aux Jeux Olympiques.

Deuxième bénéfice : la fierté commune de faire quelque chose ensemble.

Un autre bénéfice est la promotion de l'esprit d'entreprendre, l'esprit d'oser. En prenant cette initiative, la France donne l'exemple.

Aux yeux du monde, cette candidature nous permettra d'affirmer notre confiance dans l'avenir. Nous y contribuerons, en donnant une image renforcée de la France à

l'international, mais aussi une image surprenante grâce – pourquoi pas ? – à un virage à 180 degrés qui confirmera notre imprévisibilité !

Pour finir, je pense que la France peut réinventer le concept d'exposition universelle en lui donnant une nouvelle dimension. Dans ce rôle, elle peut être pionnière.

M. Patrick Gautrat, ancien ambassadeur, ancien directeur des sports au ministère des affaires étrangères. Beaucoup de choses ont été dites. J'articulerai mon propos autour de trois axes : les raisons de mon adhésion au projet ; l'international et la diplomatie ; la construction du projet.

Mon intérêt pour le projet trouve son origine dans le communiqué du 26 juillet 2011, qui a été pour moi comme Saint-Paul sur le chemin de Damas, monsieur le président ! On y trouve déjà tous les axes du projet : s'insérer dans la mondialisation, stimuler la croissance, l'attractivité de la France, avec un socle culturel très fort, une grande intelligence collective, une certaine ouverture au monde, des valeurs de créativité et de partage, les leviers de la culture et des nouvelles technologies. Cette exposition sera un espace de créativité, associant architectes, urbanistes, écoles. Ainsi, elle permettra des acquis extraordinaires, comme l'ont fait celles de la fin du XIXe siècle, et elle favorisera les industries créatives, elles-mêmes créatrices d'emplois.

Pour la mise en place du projet, j'ai trouvé extrêmement intelligent de commencer par les plus réticents, je veux parler des caciques du Bureau international des expositions (BIE) qui ont regardé les concepts présentés par le maire de Neuilly avec un certain effroi... Depuis lors, l'espace s'est resserré ; en revenant aux sources originelles des expositions du XIXe siècle, on a commencé à convaincre certains qu'on n'était pas dans l'hérésie !

Un comité de soutien a été mis en place. Lors de la conférence de presse de mars 2012, je suis intervenu pour parler de la lutte contre le « déclinisme », le repli sur soi. Ce qu'il faut mettre en avant, de façon positive, c'est l'adhésion à une mondialisation à visage humain.

Grâce à ce grand événement, la France donnerait rendez-vous au monde en 2025. Il mobiliserait la jeunesse, qui aura alors l'âge des responsabilités, d'où le concours des universités et grandes écoles. Créée en décembre 2012, l'association a établi une liste de partenaires fondateurs et d'une dizaine de grandes écoles. Vous-même, monsieur le sénateur, avez présidé une réunion très importante au Sénat, suivie du congrès des maires de France et de la création de cette mission.

Cette mission s'est fixé pour objectif de contribuer au rayonnement de la France. À cet égard, je me permets de vous rappeler que si nous sommes relativement bons dans le « hard power », à tout ce qui est quantifiable, comme l'économie, la démographie, la puissance militaire, nous sommes assez mauvais dans le « soft power » – notion beaucoup plus subtile qui renvoie à notre capacité de convaincre, de séduire, d'attirer. Or nous avons face à nous des requins redoutables, à commencer par les autres pays européens, les États-Unis et les pays émergents.

Nous allons essayer de créer quelque chose de fondamentalement participatif et attirer les États et les visiteurs, ce qui est tout de même très innovant, à l'événement dans des édifices essentiellement virtuels qui reposeront sur notre patrimoine. Cette notion d'innovation va constituer pour le Grand Paris un élément de promotion exceptionnel durant

six mois. À l'opposé de l'image d'un pays pessimiste et empêtré dans ses contradictions politiques, sociales, économiques, c'est une image de la France créative, hospitalière, dynamique, riche de ses atouts traditionnels, qui sera projetée au monde ! Il faut comprendre que les Américains viennent d'abord chez nous pour le traditionnel – le shopping de madame et les jolis monuments – avant de s'intéresser au reste ! Ainsi, le « soft power », c'est notre patrimoine, la gastronomie, la langue, ainsi que la recherche, nos brevets, notre inventivité.

Comment gagner ? En tant que directeur des sports, j'ai vécu des échecs cuisants, et je sais de quelle manière on peut en tirer les leçons...

Lorsque le projet aura pris forme, il faudra sans doute approcher le plus vite possible tous les pays – chaque pays dispose d'une voix –, mais aussi expliquer aux gens, comme l'ont fait les Anglais pour les JO de 1012, en quoi le projet est intéressant pour eux. Il s'agira d'un travail extrêmement interactif, et les pavillons virtuels seront une nouveauté extraordinaire en ne créant plus l'inégalité des pavillons traditionnelle. Comme vous le savez, l'inégalité des pays transpire dans les expositions classiques ; en 2025, ce ne sera plus le cas, grâce notamment à des activités partagées.

Ainsi, un grand nombre d'événements associeront les États et leur permettront de se mettre en valeur. Comme l'a souligné un de mes collègues, auditionné précédemment, il faut surtout s'occuper des petits pays, puisqu'ils pèsent proportionnellement plus et ont la même voix au BIE.

Enfin, je dirai que l'arrogance nous « colle à la peau », notamment aux États-Unis. Le Français arrogant, mal élevé et content de lui : c'est évidemment ce qu'il va falloir changer. Pour réussir, nous aurons besoin d'ambassadeurs, mais aussi et surtout de spécialistes, d'un réseau qui aille bien au-delà de ce que j'ai connu pour les Jeux Olympiques. Nous devons nous battre, car la compétition sera redoutable avec certains pays, à commencer par l'Angleterre.

M. Ghislain Gomart, directeur général d'ExpoFrance 2025. Créée en décembre 2012, l'association ExpoFrance 2025 s'appuie sur deux concepts originaux : une exposition d'un pays – et non d'une ville –, c'est-à-dire qui associe les métropoles régionales et tous les territoires, notamment le Grand Paris ; l'emploi de nos infrastructures existantes et la mise à disposition de lieux – monuments, espaces publics, etc. – qui permettraient aux pays participants de se présenter au monde, de mettre en scène leurs innovations et leur culture.

Cette association a pour objet de préparer et de susciter la candidature de la France à l'organisation de l'exposition universelle de 2025. Sachant qu'un tel événement a lieu tous les cinq ans et que son organisation est attribuée par 167 autres États membres, nous avons un avantage comparatif : le siège du Bureau international des expositions est basé à Paris, et nous pouvons nous y rendre aisément, tout comme il est aisé pour un membre du BIE de venir assister à nos événements et d'évaluer notre concept original.

Susciter la candidature de la France à l'organisation de l'exposition universelle de 2025 signifie que ce projet ira à son terme à la seule condition d'obtenir l'adhésion de l'ensemble des parties prenantes de notre société : pouvoirs publics, élus des territoires, milieu économique, grand public. Pour atteindre cet objectif, la dynamique du projet s'articule autour de quatre piliers – économique, politique, académique et institutionnel, et grand public.

Le premier vise à donner un nouvel élan économique au pays. À la suite du lancement officiel du projet en avril 2013, nos efforts ont consisté à trouver des partenaires qui apportent des financements et qui s'engagent sur une durée de douze ans, mais avec une visibilité très limitée. En effet, le parcours se fera en trois étapes : 2013-2015, préparation du dossier de candidature ; 2016-2018, si le dossier est déposé, mobilisation continue des Français et de la communauté internationale autour de notre proposition d'organiser l'exposition universelle ; enfin, si nous sommes élus par les autres pays membres, organisation de l'événement. Les quinze grands groupes ayant adhéré au projet dès la première année se sont engagés sur trois ans, dans la perspective d'une deuxième étape et d'une troisième étape.

Quelles sont les raisons qui ont motivé ces entreprises à se lancer, alors même que le projet n'est pas finalisé et que cette candidature dépendra *in fine* de la décision des pouvoirs publics ? Les orateurs précédents l'ont dit : c'est l'envie d'un projet collectif qui mobilise l'ensemble de la Nation, toutes sensibilités confondues, qui redonne un élan économique au pays, attire des touristes, qui redonne une image positive à notre pays et offre à notre jeunesse une perspective un peu plus heureuse que celle à laquelle elle est trop souvent confrontée.

Ainsi, en dépit d'un contexte économique difficile, de grands chefs d'entreprise, des directeurs de la communication, des directeurs de la stratégie ont pris l'initiative de nous accompagner financièrement dans l'élaboration et la réflexion du projet.

Ce pilier économique se développe, à la faveur de l'arrivée de nouveaux partenaires. Nous avons ouvert en 2014 le collège aux PME, dont les dix premières ont signé un partenariat. L'idée est de mobiliser toutes sortes de PME sur tous les territoires, de susciter un élan qui parte du terrain, que les citoyens chefs d'entreprise aient envie de voir leur pays s'offrir une dynamique positive, avec ou sans retombées directes ou indirectes pour eux.

Notre souhait est également de mobiliser toutes les associations d'entreprise. Nous pourrions prochainement annoncer de très bonnes nouvelles en ce sens. Ce matin, ExpoFrance 2025 a signé un partenariat avec la CGPME, preuve que les organisations patronales sont également très intéressées par la dynamique.

Le deuxième grand pilier est politique. L'idée est que ce projet parvienne à mobiliser sur une douzaine d'années l'ensemble des territoires sans risque de combats politiques. La réunion au sein du bureau directeur de l'association d'un député de droite et d'un sénateur de gauche assure cet équilibre. Par ailleurs, les grandes associations d'élus ont vocation, si elles le souhaitent, à devenir partenaires. À ce jour, l'AMF et l'ADF ont accepté de l'être ; pour les autres, des signatures devraient être actées prochainement.

Le troisième pilier – institutionnel et académique – est d'abord cette mission parlementaire. Le Parlement est associé dès le départ, ce qui vous permet de promouvoir le projet dans vos territoires.

Ensuite, nous associons les étudiants, à travers sept grandes écoles et universités, qui ont « planché » pendant un semestre sur notre projet et restitué leurs travaux fin janvier. Il a été particulièrement intéressant d'entendre ces jeunes, dont près de la moitié sont des étrangers, présenter un projet d'exposition universelle 2025 avec enthousiasme, originalité, sans avoir peur de proposer des concepts très innovants. Tous se sont retrouvés autour de deux idées : organiser une exposition multi-sites et réinventer l'exposition universelle. Des

étudiants travaillent actuellement sur différents thèmes, comme l'hébergement dans le Grand Paris.

Par « académique », j'entends également des fédérations professionnelles, des fédérations sportives, des groupements d'intérêt économique, comme Atout France, des clubs d'entreprise, des associations diverses, qui tous nouent des partenariats en vue de soutenir le projet et de le relayer auprès de leurs membres et de leurs réseaux. À la fin du mois, un grand événement nous permettra de mettre en évidence l'ensemble de ces nouveaux partenaires.

Le grand public est le quatrième pilier. Un comité de soutien permet à toute personne désireuse de voir l'exposition de 2025 organisée en France de signer en faveur de cette candidature. À ce jour, nous comptabilisons 3 000 signataires, auxquels s'ajoutent 9 000 « fans » sur Facebook, et 7 000 « followers » sur Twitter.

Parallèlement, nous avons lancé un sondage dont les résultats à la fin du mois nous permettront d'appréhender clairement le soutien populaire : nous saurons si les Français ont envie ou pas, et quel événement les motiverait le plus. Lors de notre grand événement du 30 avril, vous pourrez avoir l'information en direct !

Sur les 3 000 signataires, 16 % habitent Paris, 17 % l'Ile-de-France hors Paris, et 67 % le reste de la France. Ce ratio montre l'intérêt des territoires. Les 550 maires qui ont soutenu le projet lors du congrès des maires sont eux-mêmes issus de tous les départements, y compris d'outre-mer. Cette sensibilité exprimée dans l'ensemble des territoires est un élément très important.

M. Thierry Benoit. Monsieur le président, pour la mission parlementaire, vous avez souhaité associer des élus des territoires éloignés de la métropole. Messieurs, votre propos est très encourageant. Dans cette course contre la montre, comment les Français des territoires peuvent-ils être impliqués en amont ? Comment mettre en avant les atouts – tradition, modernité, inventivité – de nos territoires ?

Vous l'avez souligné : il s'agit de la candidature d'un pays *et* de ses territoires. De quelle manière peut-on mobiliser, dès maintenant, nos jeunes, les acteurs institutionnels et les corps intermédiaires ?

M. Ghislain Gomart. L'appel aux territoires lancé conjointement par le sénateur Carvounas et le député Fromantin a constitué une première étape. Il s'agissait de demander aux maires s'ils soutenaient à titre personnel le projet. La réponse très positive est un premier témoignage.

Nous allons reposer cette question lors du congrès des maires de cette année, mais nous irons plus loin. Nous demanderons aux communes qui le souhaitent de faire un vœu, en répondant à la question : « arrivez-vous à mobiliser votre opposition et votre majorité sur un projet, ce projet pour la France transcende-t-il les oppositions municipales » ?

Par ailleurs, les thèmes de l'exposition universelle pourraient porter sur les grands défis mondiaux. Des plateformes collaboratives permettraient de mettre en débat mondial des thématiques d'intérêt mondial, par exemple la pollution des plages par les nitrates, problème qui se pose en Bretagne mais peut-être aussi au Chili. Des maires ici, des chercheurs là, pourraient ainsi partager leur expérience, leurs connaissances. Ces forums de discussion, ces

lieux collaboratifs seraient ouverts à tout un chacun, à tous les niveaux, dans tous les territoires, grâce à Internet.

Le 30 avril, nous révélerons le soutien de nombreux corps intermédiaires. La puissance de ces soutiens en amènera d'autres. Dans le cadre des chartes de partenariat avec les entreprises, certaines ont émis l'idée d'un partenariat exclusif ; nous avons refusé le partenariat exclusif pour les thématiques, sauf dans le cadre du club des fondateurs. Néanmoins, à partir de cette année, des entreprises dans le même secteur d'activité peuvent devenir partenaires. L'objectif est que tous les corps intermédiaires, toutes les entreprises aient envie, et les Français aussi !

Pour l'heure, je ne suis pas en mesure de vous répondre précisément sur la façon dont chacun pourra intervenir techniquement.

M. Hervé Brossard. Le thème qui sera choisi – et il le sera forcément sur la base d'une décision collective – constituera le premier élément de mobilisation. La motivation découlera de cette mobilisation. Les étudiants sont intéressés par des sujets en lien avec l'image d'une France ouverte, accueillante, et non d'une France vitrine, et les mots qui reviennent le plus souvent dans leurs discours sont ceux de participation, connexion, monde des idées, monde du partage, avant-gardisme et nature. Il nous faudra prendre en compte toutes ces considérations générationnelles, qui correspondent à des aspirations internationales.

Les réseaux sociaux sont une grande chance. Ils permettront de communiquer – et non d'asséner des idées –, de dialoguer de façon constructive et permanente, et *in fine* de faire remonter les propositions de l'ensemble des Français. Aux yeux des étudiants français comme étrangers, il s'agit d'un projet sans frontière.

M. Patrick Gautrat. La grande habileté de notre projet est effectivement de laisser tout le monde s'exprimer, et non d'asséner un message. Les gens pourront alors constater que la France, loin d'être un pays encroûté, sait faire preuve de dynamisme en ayant imaginé – une nouvelle fois – un concept novateur. Nous allons réinventer quelque chose, de la même manière que nous avons tout inventé dans le monde du sport – Jeux olympiques, Coupe du monde, Coupe d'Europe !

Mme Martine Carrillon-Couvreur. Je vous remercie de vos propos très enthousiasmants. L'enjeu est en effet de remettre la France dans la lumière.

Certains petits départements, comme la Nièvre dont je suis élue, ont le sentiment d'être éloignés de tout et mal connus. Comment leur faire passer le message ? Certes, les élus doivent être associés, mais pas seulement. Il faut aussi parvenir à sensibiliser les associations culturelles de nos territoires qui contribuent de manière remarquable à la richesse locale.

Vous évoquez l'idée d'un vœu municipal. Il faudrait probablement le proposer aussi aux conseils généraux.

On dit que les Français sont arrogants. Mais dans nos territoires, il y a aussi des gens modestes qui ont besoin de croire en un projet de dimension internationale, pour le partager avec d'autres.

M. Luc Carvounas. Comme je l'ai dit dans mon propos liminaire, il s'agit d'un projet collaboratif. Pour nous, il n'y a pas de petits ou de grands départements, il y a de grandes histoires qui font notre patrimoine commun, avec nos traditions et nos innovations.

Le maillage commence à se tisser grâce aux maires, aux parlementaires, bientôt avec les départements et les régions, mais aussi les comités départementaux et régionaux du tourisme – CDT et CRT – qui seront nos meilleurs relais.

Nous avons en France de véritables pépites qui attendent une seule chose : pouvoir être mises en valeur. Ce projet est le plus fédérateur qui soit, raison pour laquelle il intéresse tout le monde, quelle que soit l'obédience politique ou la fonction. La preuve en est qu'après l'alternance en 2012, j'ai participé à un petit-déjeuner au Sénat avec le député-maire de Neuilly-sur-Seine !

M. le président Jean-Christophe Fromantin. Effectivement, le Grand Paris sera le réceptacle de toute une dynamique territoriale, et non l'inverse.

M. Ghislain Gomart. Le thème de la première réunion au Sénat organisée grâce à M. Carvounas était intitulé, et ce n'est pas un hasard, « expositions universelles et territoires ».

Le but est de créer un élan collectif. Le Grand Paris peut être un vecteur d'entraînement, mais les métropoles ont également un rôle, et elles-mêmes vont entraîner les territoires dans toutes leurs diversités. Un aubergiste dans la Nièvre pourra se faire connaître sur Internet en proposant des hébergements !

Le thème retenu par les étudiants de Paris-Panthéon-Sorbonne est « l'hospitalité ». Une soixantaine d'étudiants de l'Institut de recherche et d'études supérieures du tourisme travaillent sur les moyens d'héberger 80 millions de personnes sur une durée de six mois en France, en réfléchissant à tous les types d'accueil autres qu'hôteliers – location d'appartement pendant l'absence de l'occupant, accueil d'étrangers à son domicile, etc.

Ainsi, chacun pourra trouver un moyen de se greffer sur ce grand projet.

M. Hervé Brossard. On pourrait rajouter dans la grille des critères la capacité du thème à concerner, mais aussi à faire contribuer, les territoires.

M. Jean-Louis Gagnaire. Il va falloir amener tout le monde à bon port par-delà les alternances politiques, ce qui suppose un accord commun, mais pas avec notre vision d'aujourd'hui. J'ai été frappé par la capacité des jeunes auditionnés la semaine dernière à se transposer dans le futur – ce que les élus ne savent pas forcément faire, préoccupés par leur réélection.

Apporter sa contribution au projet, c'est aussi apporter sa contribution financière. Je suis élu de Rhône-Alpes, région qui s'est beaucoup impliquée pour l'expo de Shanghai : tout le monde était enthousiaste au départ, mais, au final, seule la région a payé. Pour l'expo de 2025, les mobilisations financières seront importantes, d'où la nécessité d'une approche économiquement supportable. L'opération ne trouvera pas son équilibre économique : elle coûtera cher à tout le monde.

Ensuite, il faut anticiper les évolutions futures. En 2006, Twitter commençait à peine. Les jeunes nous ont montré une forme d'anticipation, mais eux-mêmes sous-estiment ce que pourrait être 2025. Aussi convient-il de se projeter pour savoir ce que seront les moyens de communication et les réseaux de demain.

Enfin, il va falloir faire une place aux jeunes. Ils nous ont parlé d'industrie créative, et nous de gastronomie et de luxe à la française, ce qui témoigne d'une césure générationnelle. Ces industries créatives sont très intéressantes, elles couvrent tous les domaines, y compris culinaire : le design culinaire, c'est autre chose que la cuisine. Les jeunes devront être parties prenantes, nous devons leur ouvrir des perspectives, mettre cette capacité créative au service d'un projet commun dans toutes les composantes du territoire, et pas seulement les métropoles, dans le monde rural et les réseaux des villes également.

J'espère que nous serons nombreux pour vous accompagner sur la durée !

M. le président Jean-Christophe Fromantin. Au demeurant, les étudiants ont souvent utilisé les termes : « réseau » et « expérience ». Pour eux, l'exposition devra permettre de vivre des expériences et de travailler en réseau.

À l'heure d'une accélération exponentielle du développement technologique, la question est de savoir comment se prémunir du risque d'une exposition « ringarde ». Néanmoins, si la gastronomie peut paraître désuète, je pense qu'elle peut être modernisée grâce à l'innovation et être regardée différemment grâce à l'expo.

M. Patrick Gautrat. Les évolutions technologiques vont trop vite : on ne peut pas les anticiper pour 2025 !

Néanmoins, la réaction à notre projet initial est la meilleure caution. Il me semble qu'on a déjà pris des risques extraordinaires et que notre concept encore flou – tant pour le thème que pour les modalités –, mais très novateur, nous permettra de nous adapter le plus longtemps possible à l'évolution des technologies, avant la mise en forme définitive du projet.

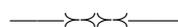
M. Thierry Benoit. Mon collègue Gagnaire a souligné la réalité financière, mais d'ici à 2025, la France aura enfin réussi à se réformer !

De ma province, je pourrai être connecté avec le monde entier ! Cette France conquérante peut entraîner une partie du pays en proie au doute. Il faut conforter la phase d'enthousiasme, car on entend peu parler du projet dans les territoires. À cet égard, M. Gomart, je trouve l'idée du « vœu » géniale. L'effervescence pourrait remonter des conseils municipaux, des conseils communautaires, des conseils généraux, des régions...

Cet enthousiasme révélera une richesse humaine, culturelle, économique et financière. La France doit jouer sur ses deux piliers : ce qui fait sa « carte postale historique », la gastronomie, le patrimoine, l'histoire, la culture ; et la modernité, avec les nouvelles technologies, l'écoconstruction, l'écologie, la mobilité. Tout cela est extraordinaire !

M. le président Jean-Christophe Fromantin. Très belle conclusion ! Le projet peut entraîner les territoires, l'économie, la culture, les élus, les jeunes... ! Grâce à cette alchimie, le pays entier serait mobilisé pour accueillir le monde !

Merci, messieurs, pour votre contribution.



Membres présents ou excusés

Mission d'information sur la candidature de la France à l'exposition universelle de 2025

Réunion du mercredi 16 avril 2014 à 16 h 45

Présents. - M. Guillaume Bachelay, M. Thierry Benoit, Mme Martine Carrillon-Couvreur, M. Jean-Christophe Fromantin, M. Jean-Louis Gagnaire

Excusés. - M. Yves Albarello, Mme Marie-Odile Bouillé, M. Bruno Le Roux, Mme Martine Martinel, Mme Catherine Quéré