

Date de diffusion : 03/10/2021

Journaliste : Marc Landré

Exposition universelle de Dubaï : les 5 innovations que la France veut exporter à l'international

Par **Marc Landré**

Publié le 03/10/2021 à 08:00, mis à jour le 04/10/2021 à 07:51



Le duplex de Thomas Pesquet, ce samedi soir, depuis la station orbitale internationale. *Marc Landré*

REPORTAGE - Le Pavillon France abrite plusieurs technologies à haut potentiel sur lesquelles les organisateurs misent pour plaire aux visiteurs et rayonner dans les pays étrangers.

Ce samedi 2 octobre, c'était la journée de la France à l'exposition universelle de Dubaï2020, premier pays à être honoré de la sorte au deuxième jour de l'événement qui a ouvert ses portes vendredi matin. Les organisateurs avaient mis les petits plats dans les grands pour célébrer comme il se doit l'opération : show aérien de la patrouille de France, discours officiel de Jean-Yves Le Drian, le ministre de l'Europe et des affaires étrangères, qui a trouvé les émirats «gonflés» d'avoir maintenu l'exposition malgré la pandémie et les événements dans la région – un mal pour un bien puisque l'événement se tient l'année du cinquantième anniversaire (le 2 décembre prochain) de la création des Émirats arabes unis.

Mais aussi un duplex de 20 minutes avec le spationaute Thomas Pesquet, l'un des deux parrains du Pavillon France, en direct depuis la Station spatiale internationale ; un concert en soirée de Berywan, champions du monde tricolores de beatbox originaires de Toulouse ; une représentation dans les allées de l'exposition du Ballet national de Marseille...

«Cette première exposition universelle dans cette région du monde est un outil de rayonnement exceptionnel pour la France et un moyen important d'accélérer la relance à l'international », justifie Franck Riester, ministre délégué au Commerce extérieur et à l'attractivité, arrivé sur place dès jeudi soir. Malgré les nombreuses critiques qui pleuvent sur Dubaï2020, l'événement est, pour la France, un excellent moyen de montrer au monde entier (les organisateurs attendent 25 millions de visiteurs durant les six mois que dure l'exposition) ce que les ingénieurs tricolores sont capables de faire. Et le Pavillon France, petite merveille architecturale de 5000 m² de surface utile conçu par les cabinets d'architectes L'Atelier Perez et Celnikier & Grabli, en met plusieurs en avant. *Le Figaro*, qui a eu le privilège de couvrir l'ouverture de l'exposition universelle, en a retenu cinq à très haut potentiel. Les voici.

Le ballon dirigeable Flying Whales

Au rez-de-chaussée, en plein cœur de l'exposition permanente dédiée au progrès, sont ainsi présentées deux de ces cinq innovations pleines d'avenir retenues par la France qui auront une durée de vie de six mois sur place. La première, Flying whales, est un ballon dirigeable d'un genre nouveau qui permet de transporter, non des personnes, mais des charges lourdes autrement que par voie terrestre ou maritime sur des territoires déserts où il n'y a que très peu d'infrastructures logistiques.



Flying whales Marc Landré

Son slogan sonne comme une promesse ambitieuse : *«Nous devons désenclaver le monde»*. Comment ? En améliorant *«la vie d'un milliard de personnes qui vivent dans des zones enclavées»*. Le dirigeable LEABOT, qui permettra de transporter jusqu'à 80 tonnes de marchandises partout dans le monde, notamment là où aucun autre mode de commercialisation ne va, réduirait considérablement également l'impact environnemental du transport cargo qui se fait aujourd'hui principalement par bateau.



ArtExplora

La seconde innovation présente au rez-de-chaussée du Pavillon France, juste avant la sortie de l'exposition permanente, suit le même dessein : porter la culture tricolore aux quatre coins de monde, là où elle ne va pas et surtout là où il n'y a rien, ou presque. C'est le projet de la fondation culturelle privée [ArtExplora](#) qui, avec son bateau musée ArtExplorer, ambitionne de proposer des expositions photos aux abords de villes côtières ou portuaires reculées, que ce soit en Afrique, en Asie ou en Océanie. ArtExplorer proposera des expositions numériques immersives en son sein (qui seront curatées par des institutions partenaires) et dans chaque port visité un festival culturel construit avec les acteurs locaux.



ArtExplora Marc Landré

Ce projet est loin d'être porté par des inconnus. Son directeur n'est autre que Bruno Julliard, l'ex-adjoint féru de culture d'Anne Hidalgo à la mairie de Paris (il était présent ce samedi à Dubaï pour la journée de la France) et son fondateur, Frédéric Jousset, le coprésident de l'entreprise Webhelp.

→ À LIRE AUSSI : Patrick Thélot, l'hôte de Dubaï 🇦🇪

Visite de Notre-Dame de Paris à travers les siècles avec Histoverly

La troisième innovation se situe également au rez-de-chaussée, mais cette fois-ci dans la partie dédiée aux expositions temporaires. Il s'agit d'Histoverly, réalisée avec le parrainage de L'Oréal et le soutien de l'établissement public chargé de la conservation et de la restauration de Notre-Dame-de-Paris, qui propose une plongée inédite à travers les siècles dans l'histoire de la cathédrale. Cette exposition reproduit cinq séquences de sa vie, de sa construction au XIIe siècle à sa reconstruction en 2024, en passant par le sacre de Napoléon en 1804 ou l'installation par Eugène Viollet-le-Duc de la flèche de la cathédrale au 19^e siècle. La visite est réalisée grâce à un «histopad», une tablette spécialement conçue par la société de Bruno de Sa Moreira, qui permet de se projeter en trois dimensions et sur 360° dans le Notre-Dame d'antan, de découvrir les métiers (et les hommes) qui ont bâti la cathédrale il y a neuf siècles ainsi que ceux qui la restaurent depuis l'incendie de 2019.



Histoverly Marc Landré

Cette visite augmentée, littéralement bluffante (c'est une première mondiale), permet à chacun d'avoir les manettes et de rendre les contenus accessibles à tous, du plus petit au moins mobile. Chaque pixel présenté, notamment historique (l'histopad vous projette sur le parvis de Notre-Dame au XIIe siècle, comme si vous y étiez), a été validé par un conseil scientifique. L'exposition, provisoire, doit durer un mois. Elle migrera ensuite à Paris, sur un site encore inconnu, avant de reprendre vie début avril aux Bernardins pour trois mois, de manière augmentée. Car ce ne seront pas cinq mais... vingt séquences de l'histoire de Notre-Dame qui seront alors présentées au public. L'objectif est ensuite de porter cette exposition à l'international.

Capsule spatiotemporelle Voyageurs by Immertech

La quatrième innovation qui doit permettre à la France de rayonner dans le monde se situe pour sa part au quatrième étage du Pavillon France, non accessible au grand public mais uniquement aux délégations qui viendront faire des affaires à Dubaï. Il s'agit de la capsule spatiotemporelle Voyageurs by Immertech, qui permet aux quatre personnes qui s'y installent de se téléporter soit dans un lieu éloigné, soit dans à un moment important de l'histoire... Les voyageurs sont comme à l'intérieur d'une télévision haute définition (une mini-géode blanche ultra-technologique) qui les transporte géographiquement dans l'espace et le temps.



Voyageurs by Immertech *Marc Landré*

Pour l'inauguration, Stéphane Brard, le jeune CEO d'Immertech, propose une «immersion» (pardon, une téléportation) au cœur du château de Versailles, comme si vous y étiez. Le jeune startuper, qui a investi 3 millions d'euros dans sa capsule et possède 87% du capital, espère beaucoup de sa présence au sein du Pavillon France pour faire décoller son affaire et décrocher des partenariats. Durant les six mois de l'exposition, il proposera d'autres films, selon les quinzaines thématiques développées au sein du Pavillon : des films, des animations, des téléportations en direct sur un autre point de l'exposition, des contenus des partenaires du Pavillon... *«On fera aussi revivre les premiers pas de l'homme sur la Lune en 1969, comme si les voyageurs de la capsule y étaient»*, promet Stéphane Brard, qui a historiquement développé son projet pour aider sa petite sœur, handicapée, à participer elle aussi aux visites culturelles en vacances...

Le son d'une fusée Ariane 5 au décollage reproduit par Devialet et ArianeGroup

Et la dernière innovation est aussi éphémère sur place (une seule journée, ce samedi 2 octobre, la plus chargée pour la France) que sa durée (3 minutes) est courte. Conçue en collaboration entre l'entreprise Devialet et ArianeGroup, elle reproduit le son entendu lors d'un décollage de la fusée Ariane 5 à Kourou, qui a été capté sur place par des ingénieurs lors d'un vol en août 2019, juste avant la crise du Covid. *«On vit la partie des vibrations que l'on ressent quand on est à 5 kilomètres (distance minimale de sécurité, NDLR) du pas de tir, rapporte Franck Lebouchard, le PDG de Devialet. Si ce que l'on voit sur place n'est pas extraordinaire, lorsque le son arrive, la sensation est incroyable»*.



L'expérience du décollage d'Ariane 5 par Devialet Marc Landré

À raison. Pendant 3 minutes (le temps du décollage), on en prend plein les oreilles (l'expérience commence par le bruit de la jungle – ça bourdonne encore un peu après) et on ressent, à l'intérieur, toutes les vibrations du décollage. Une sensation unique, qui a été présentée samedi soir au public de l'exposition universelle juste avant le duplex avec Thomas Pesquet, de l'espace... «*On ramène un peu de Kourou en Europe*», jure le patron de la marque réputée pour ses enceintes qui veut «*maintenant faire vivre cette expérience au plus grand nombre*» sur un site, encore en négociation, à Paris. Peut-être (un jour, si ce n'est pas rapidement) à la cité des Sciences, à la Villette, le rêve du PDG de Devialet... «*On est fait pour travailler ensemble*», explique-t-il. Là encore, ce n'est pas faux...



Le Pavillon France, de nuit, ce samedi 2 octobre *Marc Landré*