

## Bilan très positif de « La France expose »

**Auteur de l'article**[patrick.manon@dree.org](mailto:patrick.manon@dree.org)**Revu par**[benoit.fille@dree.org](mailto:benoit.fille@dree.org)

Cette manifestation était une première au Liban.

Le choix a été fait d'aller directement à la rencontre des consommateurs libanais, notamment des plus jeunes

À l'initiative de la Mission Economique de Beyrouth s'est tenue du 17 au 20 juin dernier dans la capitale libanaise une manifestation de promotion de l'image de la France et des produits français intitulée «La France expose ». Organisée par Publicis.Graphics, agence de communication moyen-orientale affiliée au groupe Publicis, et placée sous le haut patronage de l'Ambassadeur de France au Liban, cette opération a constitué à plusieurs titres un événement sans précédent pour la France au Liban. Elle a rencontré un vif succès et a atteint ses objectifs en termes de participation, de fréquentation et de communication.

Il s'agissait, en premier lieu, de célébrer le caractère privilégié des relations économiques et commerciales franco-libanaises dont la densité et la diversité méritaient d'être mises en valeur au moyen d'une présentation originale de produits et services français destinée au consommateur. L'objectif était également de donner ou redonner le goût de la France aux Libanais, et notamment à ceux qui sont moins familiarisés avec notre pays, en particulier à la partie la plus jeune de la population qui n'a souvent qu'une image diffuse des produits français. Avec une croissance attendue du PIB supérieure à 4% en 2004, le moment était propice pour amorcer une remobilisation de nos entreprises sur ce marché où nos positions (2ème fournisseur avec 8,1% des importations) sont menacées par le dynamisme de la concurrence européenne et asiatique.

Parmi plusieurs projets présentés par des opérateurs susceptibles d'organiser la manifestation, celui de Publicis.Graphics avait été retenu par un comité de pilotage comprenant des représentants des milieux d'affaires français. En se situant volontairement en-dehors des structures traditionnelles de type hall d'expositions, «La France expose» souhaitait aller à la rencontre des Libanais, sans intermédiaire, dans le cadre symbolique et prestigieux du centre-ville reconstruit de Beyrouth. Fermée pour la première fois à la circulation automobile, la rue Foch a permis à plus d'une centaine d'opérateurs économiques français et libanais, parmi lesquels de nombreux représentants et agents de marques françaises au Liban, d'exposer leurs produits et services dans des espaces constituant des répliques en trompe-l'œil de façades parisiennes. Conjuguant tradition et modernité, cette présentation se voulait un échantillon d'une rue commerçante française dans laquelle il était agréable de déambuler et de s'attarder.

Au total, 108 participants venus de secteurs variés représentatifs de l'offre française ont répondu présents : produits agroalimentaires, équipement de la maison, arts de la table, automobiles, banques et assurances, édition, multimédia et communication, mode, parfums et cosmétiques, télécommunications et transport, etc. A noter également, venues de France, des délégations de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Marseille-Provence (CCIMP), de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris (CCIP), de la Chambre de Commerce Franco-Libanaise, et de la SOPEXA (Société pour la Promotion des Exportations Agroalimentaires).

Outre un ensemble d'animations de rue, musicales et gastronomiques, plusieurs événements ont jalonné cette semaine consacrée à la France au Liban, à commencer par une grande réception à la Résidence des Pins au cours de laquelle le couturier franco-libanais Elie Saab a présenté une

rétrospective de ses créations. Des manifestations culturelles d'envergure ont par ailleurs été mises sur pied par la Mission Culturelle Française, parmi lesquelles « L'Orient des Méditerranéens », exposition de peintures des XIX et XXèmes siècles au Musée Surssock et, pour la soirée de clôture, un concert de l'Orchestre Symphonique National du Liban dirigé par le Chef d'Orchestre français, Claire Levacher, au Grand Sérail.

Des manifestations culturelles importantes ont été organisées en parallèle.

Un premier bilan de « La France expose », inaugurée conjointement par l'Ambassadeur de France au Liban et le Ministre libanais de l'Economie et du Commerce, en présence de nombreuses personnalités libanaises, permet de tirer quelques conclusions préliminaires :

- Grâce à une campagne de communication multi supports de grande ampleur mise en place à l'occasion de cet événement - spots TV (LBC et TV5), radios, affichage urbain, presse écrite (suppléments de 32 pages en français et en arabe insérés dans L'Orient-Le Jour et An Nahar, tirés respectivement à 20.000 et 40.000 exemplaires) d'une valeur totale de près de 600.000 USD- , un vaste public libanais et régional a été sensibilisé à l'événement qui a accueilli environ 100.000 visiteurs sur les quatre jours (l'exposition était ouverte de 16h à 24h) avec un pic d'affluence les samedi et dimanche soirs.

Environ 80% des 108 participants disposaient déjà d'une représentation au Liban et souhaitent accroître leur présence sur ce marché.

- Sous réserve d'une analyse plus fine qui sera effectuée dans les prochains jours à partir d'un questionnaire d'évaluation, les exposants ont exprimé leur satisfaction, tant au niveau de la fréquentation que de la qualité du concept original développé et mis en place par les organisateurs (façades et rues parisiennes). Les visiteurs sont restés longtemps sur le site, s'arrêtant sur les modules d'exposition pour interroger les vendeurs, tester les produits, voire procéder à certains achats (produits agroalimentaires, parfums) ou prises de commandes (véhicules automobiles), le tout dans une atmosphère joyeuse et ludique.

La France expose a accueilli près de 100.000 visiteurs en 4 jours grâce à une importante campagne médiatique.

De nombreux commentaires recueillis de nos interlocuteurs libanais, il ressort que ce coup de projecteur sur notre présence au Liban répondait à une attente vis-à-vis de la France. S'il est trop tôt pour en estimer les retombées en matière commerciale, elles apparaissent d'ores et déjà importantes en termes d'image et « La France expose », par sa force visuelle et son impact médiatique, aura mis notre pays à l'honneur en montrant l'étendue de la gamme des produits et services français proposée au consommateur libanais. Il importera de poursuivre les efforts entrepris en accueillant de nouvelles entreprises sur ce marché, toujours bien disposé vis-à-vis de l'offre française. Plusieurs missions sont déjà prévues, en liaison notamment avec les Chambres de commerce de Marseille-Provence et Paris.

La Mission Economique a pu compter sur l'appui déterminé des membres de la section Liban des Conseillers du Commerce Extérieur de la France pour la conception, le lancement et la mise en oeuvre de « La France expose ». Il est important, par ailleurs, de souligner que cette opération complexe a été réalisée sans subvention publique à travers un partenariat étroit noué avec un opérateur privé très motivé qui a cru au projet et en a assumé le risque commercial et financier, concluant plusieurs accords de parrainage avec des filiales locales de sociétés françaises.

**Copyright**

Tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse de la Mission Economique de BEYROUTH (adresser les demandes à [beyrouth@dree.org](mailto:beyrouth@dree.org)).

**Clause de non-responsabilité**

La ME s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour, et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, elle ne peut en aucun cas être tenue responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer des conseils personnalisés qui supposent l'étude et l'analyse de cas particuliers.



Auteur : Mission Économique

Adresse : Espace des Lettres  
Rue de Damas  
BEYROUTH, LIBAN  
LIBAN

Date de parution : 20 juillet 2004