



Communiqué de presse

Communiqué de presse

www.commerce-exterieur.gouv.fr

Paris, le 26 septembre 2013

Ecocity 2013

Nicole BRICQ lance VIVAPOLIS la Marque France de la « ville durable » à l'international



Les marchés du développement urbain sont en forte croissance à l'international, avec un potentiel de progression estimé à 50 Md€ d'ici 2017. Dans le secteur de la ville durable, la France possède des champions dans toutes les filières - eau, air, déchets, mobilité, efficacité énergétique - et sur l'ensemble des métiers - de l'architecture à l'industrie, en passant par l'ingénierie, les services...

Avec VIVAPOLIS, la France se dote d'une véritable vitrine de l'excellence de cette offre à l'international. Cette marque, qui fédère les acteurs français de la ville durable - grands groupes et PME – permet aux entreprises de se présenter groupées sur les marchés étrangers et dans les salons internationaux, facteur indiscutable de réussite à l'export.

VIVAPOLIS, c'est aussi un site internet www.vivapolis.fr disponible en français et en anglais et destiné aux décideurs publics et privés du monde entier. Il répertorie les entreprises françaises de la ville durable – 80 actuellement avec un objectif de 200 à terme – et présente leur savoir-faire à travers des réalisations concrètes en France ou à l'étranger. Evénements internationaux où l'offre française sera présente, contacts pour les entreprises qui souhaitent rejoindre cette démarche, liste des partenaires...viennent compléter les informations disponibles sur ce site.

Une plaquette de présentation de cette offre – coordonnée par l'ADEME- sera également présentée lors du salon POLLUTEC Horizons qui se tiendra à Paris du 3 au 6 décembre.

Pour Nicole BRICQ *« la naissance de cette marque et de ce site vitrine, est le fruit d'un travail exemplaire entre les entreprises, les groupements professionnels et les pouvoirs publics. Tous n'ont qu'un seul objectif : faire gagner la marque France à l'international. Avec VIVAPOLIS, l'offre française va gagner en visibilité et en lisibilité. D'autres pays comme la Suède ont déjà adopté cette démarche fédératrice avec succès et il est primordial que nous regroupions toutes nos forces afin que nos entreprises tirent leur épingle du jeu dans la bataille du commerce mondial. Le « Mieux vivre en ville » est un secteur prioritaire à l'export et VIVAPOLIS va, j'en suis sûre, nous permettre de gagner des marchés ».*

Contact presse :
Cabinet de Nicole BRICQ



Naissance d'une marque

L'objectif de la marque ombrelle est de positionner la Ville Durable à la française comme une vision qui s'adapte aux différentes situations, une ville « sur mesure » productive dans laquelle tous les acteurs français - grandes et petites entreprises, pouvoirs publics, collectivités locales et associations - peuvent apporter une solution innovante.

Trois partis-pris :

1. Une stratégie reposant sur une vision et non un modèle : vision de la ville INNOVANTE, DESIRABLE, PERFORMANTE, ADAPTABLE, INTELLIGENTE et CO-CONSTRUITE par des acteurs variés ;
2. Un projet ENTHOUSIASTE : quoi de plus passionnant que d'inventer la Ville de demain, d'où le choix d'une ville créative et colorée ;
3. Des mots et des signes : valoriser l'origine française, d'où le choix de ne pas reprendre dans le nom les mots « smart », « city », (par ailleurs beaucoup repris dans le monde) et **mettre l'humain au cœur de la ville** ;

Un nom **VIVAPOLIS**

- **Viva** : la vie, le vivant l'humain et terme exclamatif positif ;
- **Polis** : la cité en grec, terme qui véhicule notre origine européenne.

Deux « baseline » :

- En anglais : « **Powered by French Creativity** » : qui imprime la marque de puissance et de créativité (habituellement reconnue pour les français quand il s'agit d'inventer le monde de demain) ;
- En français : « **la créativité française pour la ville** ».

Un visuel répondant à **3 pré-requis** :

- Facilement déclinable (couleur : noir et blanc) ;
- Simple et signifiant (qui laisse imaginer la ville durable de demain) ;
- Fort et distinctif avec une approche colorée pour renforcer l'enthousiasme et la diversité des acteurs.



www.vivapolis.fr / www.vivapolis.com : une vitrine internationale de l'offre française en matière de ville durable

Le site Internet VIVAPOLIS (www.vivapolis.fr - bientôt disponible dans sa version anglaise) s'inscrit dans la stratégie de promotion de la « ville durable à la française ». Il est la première déclinaison de cette nouvelle marque ombrelle fédérant l'ensemble des acteurs de la ville durable à la fois publics et privés, fait nouveau dans un univers où jusqu'ici les différents métiers cohabitaient sans véritablement communiquer. Il sera suivi d'une plaquette de présentation de l'offre, dont la réalisation sera coordonnée par l'ADEME, et qui sera présenté lors du salon POLLUTEC Horizons.

Tous les acteurs français de la ville durable, publics et privés, se sont organisés pour proposer des solutions permettant aux villes de demeurer attractives tout en préservant leurs ressources dans la durée. C'est le fruit d'un important travail de concertation entre les acteurs publics, les groupements professionnels, les grands groupes et les PME / ETI qui constituent l'ensemble de l'offre française.

Cette présentation de l'offre française s'adresse à tous les décideurs publics et privés du monde entier : elle met en avant le concept de « ville durable à la française » avec ses caractéristiques et ses atouts en l'illustrant de réalisations concrètes et en proposant une base de données d'entreprises présentes dans la filière. L'hébergement du site Internet VIVAPOLIS sur le site portail d'UBIFRANCE YOU BUY France (www.ubifrance.com) permettra après son lancement officiel de le faire référencer à haut niveau dans tous les moteurs de recherche dans le monde.

Le site Internet se veut simple, lisible et accessible autour d'un fil conducteur qui commence par **la vision de la « ville durable à la française »** suivie des **6 axes stratégiques** sur lesquels repose l'approche française conçus comme les réponses aux besoins de la ville durable d'aujourd'hui et de demain. Chaque axe est illustré par des **réalisations et projets vitrines du savoir-faire français en France et à l'étranger** sans oublier le **moteur de recherche d'entreprises** (200 à 300 entreprises devraient à terme être présentes sur le site – 80 seront référencées au lancement du site le 26 septembre). La présentation des partenaires, des événements où la France (acteurs publics et privés) est présente, complètent les informations proposées par le site VIVAPOLIS.

Le site VIVAPOLIS en quelques pas :

- Une vision
- 6 axes stratégiques :
 - « organiser la croissance urbaine »
 - « assurer la résilience des territoires urbains »
 - « reprendre les besoins des populations »
 - « concevoir des modèles économiques soutenables »
 - « Développer une mobilité durable »
 - « rendre la ville plus performante »

- **Pour illustrer cette offre, plus de 20 projets en France et à l'étranger ont été sélectionnés par le groupe de travail** et ont vocation à être enrichis, de façon à faire vivre le site :
 - **Réalisations remarquables dans 10 villes françaises** : Bordeaux, Grenoble, Issy-les-Moulineaux, Lyon, Marseille, Nantes, Nice... ;
 - **13 réalisations d'entreprises françaises à l'étranger** : Arabie Saoudite, Brésil, Chine, Emirats Arabes Unis, Etats-Unis, Hong-Kong, Inde, Maroc, Mauritanie, Norvège, Philippines, Turquie, Vietnam.

- **Les événements en France et surtout à l'étranger où l'offre française sera mise en avant.** Les deux premiers rendez-vous sont Ecocity Nantes et Rabat 2013 (2^{ème} sommet Mondial des Leaders locaux et le 4^{ème} Congrès de CGLU début octobre 2013)

- **Les principaux partenaires impliqués au démarrage de cette initiative :**
 - Cinq ministères : Ministère des Affaires Etrangères, Ministère du Commerce Extérieur, Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable et de l'Energie, Ministère du Redressement Productif ;
 - Organismes et agences publics : ADEME, ADETEF, Agence Française de Développement, Caisse des Dépôts, Centre Scientifique et Technique du Bâtiment (CSTB), Partenariat Français pour la Ville et les Territoires, UBIFRANCE
 - Groupements professionnels : ADVANVITY, AFEP, AFEX, Club Ademe International, France GBC, GIMELEC, PEXE, SYNTEC Ingénierie, COSEI

- **Les entreprises :**
 - 80 entreprises sont déjà présentes sur le site et 200 devraient rapidement les rejoindre : grands groupes, PME, tous métiers confondus parmi lesquels des bureaux d'ingénierie, des architectes, des équipementiers, des énergéticiens, des constructeurs, des acteurs de la mobilité... ;
 - Un moteur de recherche permet de les retrouver soit par mot clés, soit selon un des axes stratégiques.

Les contacts :

- Pour mieux connaître les enjeux de cette démarche : Michèle Pappalardo, Fédératrice du « Mieux Vivre en Ville » mis en place par le Commerce Extérieur.

- Pour proposer un projet de réalisation à l'étranger à faire référencer dans le site, pour une entreprise souhaitant créer une vitrine et être rattachée à ce site, Jean-François Goumy (jean-françois.goumy@ubifrance.fr)