

CH_VB 2007-0467 4095 vom 8. Juni 2007

Bundesverwaltung, 2007-06-08, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/ch_vb_2007-0467_4095_

FR: CH_VB 2007-0467 4095 du 8 juin 2007

IT: CH_VB 2007-0467 4095 del 8 giugno 2007

Erwägungen

E. 8

juin 2007 Au nom du Conseil fédéral suisse:

La présidente de la Confédération, Micheline Calmy-Rey La chancelière de la Confédération, Annemarie Huber-Hotz

4096 Condensé Le Conseil fédéral propose d'accorder un crédit d'engagement de 20 millions de francs suisses pour permettre à la Suisse de participer à l'Exposition universelle 2010 de Shanghai. L'Exposition universelle 2010 de Shanghai, qui aura lieu du 1er mai au 31 octobre 2010, promet d'atteindre des dimensions inégalées. Selon les prévisions, elle accueillera 200 Etats et organisations internationales qui présenteront leur interprétation du thème principal «Une ville meilleure pour une vie meilleure». Pendant les six mois que durera la manifestation, les organisateurs attendent quelque 70 millions de visiteurs, principalement en provenance de Chine. Les expositions universelles continuent de susciter un grand engouement, en particulier en Asie. Cela a été confirmé lors de l'Exposition 2005 d'Aichi, au Japon, que plus de 22 millions de personnes ont visitée alors que les prévisions tablaient sur 15 millions. En vue de la participation de la Suisse à Shanghai, Présence Suisse a lancé, en décembre 2006, un concours de projet à deux degrés. L'organisation a reçu 104 propositions de projets. En février 2007, un jury composé de onze personnes a sélectionné douze de ces projets, donnant à leurs auteurs la possibilité de les approfondir. Le projet lauréat du concours a été désigné le 23 mai 2007. Le projet no 8005 – dont le nom est encore inconnu – a convaincu le jury par sa symbolique, son originalité et son effet de surprise. Son concept permet en outre de ressentir émotions et durabilité. Le nombre élevé de visiteurs attendus offre à la Suisse l'occasion de se présenter à un large public de personnes intéressées. En participant à l'Exposition universelle, la Suisse pourra promouvoir notre pays en général, renforcer la promotion des exportations ainsi que développer et entretenir un réseau de relations. La présence de la Suisse en Chine sera donc complétée par un programme d'accompagnement aux multiples facettes et par une campagne de communication qui commencera avant l'Exposition et se prolongera au-delà de cette dernière.. Pour la participation de la Suisse à l'Exposition universelle 2010 de Shanghai, les mesures d'accompagnement dans le domaine de la communication et les travaux préparatoires, le Conseil fédéral a prévu un budget de 20 millions de francs dont 4 millions de francs seront financés par l'économie privée.

4097 Message 1 Contexte et conditions générales 1.1 Histoire et importance des expositions universelles Au XIXe siècle, la France a organisé onze expositions industrielles alliant l'esprit de fête et la présentation de produits de l'industrie. Ces manifestations ont été les précurseurs des futures expositions universelles, même s'il leur manquait encore une participation internationale. L'Angleterre, mère patrie de la révolution industrielle, a ouvert

la voie à l'internationalisation en organisant à Londres, en 1851, la première Exposition universelle. Celle-ci a connu une réussite difficile à égaler: des produits provenant de presque tous les pays du monde étaient présentés au public dans le célèbre Crystal Palace de l'architecte Joseph Paxton, une gigantesque serre baignée de lumière. Depuis, 44 expositions universelles ont été organisées sur quatre continents: 24 en Europe, 13 en Amérique du Nord, cinq en Asie (dont la première à Osaka en 1970) et deux en Australie. L'Afrique et l'Amérique latine n'ont pas organisé d'exposition universelle à ce jour. Depuis leur première édition, les expositions universelles ont considérablement évolué. Au 19^e siècle et au début du 20^e siècle, elles étaient essentiellement une enceinte où les pays organisateurs pouvaient mettre en valeur leurs prouesses techniques par rapport aux autres pays. Depuis la deuxième moitié du siècle dernier, elles se présentent davantage comme une plate-forme importante pour la promotion des pays en général. Au cours des décennies écoulées, les présentations culturelles ont gagné l'avant-scène, surtout dans les pays industrialisés, et, de manière générale, les pays ont mis à profit leur participation pour soigner leur image. Depuis l'Exposition universelle 2000 de Hanovre, les solutions innovantes pour l'avenir prennent une importance croissante, par exemple en ce qui concerne les problèmes actuels d'environnement et de développement. Un nombre croissant de pays de toutes les régions du monde participent aux expositions universelles. La première exposition universelle organisée après la deuxième guerre mondiale, qui a eu lieu à Bruxelles en 1958, a accueilli 39 Etats seulement. Ce chiffre est passé à 62 à l'Exposition de Montréal en 1967 et à 78 à l'Exposition d'Osaka en 1970. A Séville, en 1992, 112 pays étaient présents; ils étaient 156 à Hanovre en 2000. En 2005, 121 nations ont participé à l'Exposition universelle d'Aichi. Les organisateurs de l'Exposition universelle 2010 de Shanghai tablent sur la participation d'environ 200 Etats et organisations internationales. Les manifestations précitées sont des expositions internationales de première catégorie, ou expositions universelles; elles peuvent être organisées tous les cinq ans pour une durée de six mois. Le Bureau International des Expositions (BIE)¹ à Paris, qui compte la Suisse parmi ses membres fondateurs, reconnaît également des expositions internationales de deuxième catégorie, ou expositions internationales; elles portent généralement sur un thème plus étroit que les expositions universelles et leur durée est limitée à trois mois. Selon le règlement actuel du BIE, une exposition

1 Pour de plus amples informations: www.bie-paris.org.

4098 internationale peut être organisée entre deux expositions universelles. Cela a été le cas de Gênes en 1992, Taejon (Corée du Sud) en 1993 et Lisbonne en 1998. En 2008, une exposition internationale aura lieu à Saragosse, sur le thème de l'eau et du développement durable. Par l'arrêté du 29 mars 2006, le Conseil fédéral a accordé 3 millions de francs à la participation de la Suisse à l'exposition de Saragosse. De nombreuses villes se sont portées candidates pour l'exposition internationale de 2008 et pour l'exposition universelle de 2012. Les candidatures ne manquent pas non plus pour les futures éditions: Yeosu (Corée du Sud), Tanger (Maroc) et Wroclaw (Pologne) pour l'exposition internationale de 2012 (deuxième catégorie); Izmir (Turquie) et Milan pour l'exposition universelle de 2015 (première catégorie).

1.2 Participation de la Suisse aux expositions universelles et internationales

La Suisse a su proposer des pavillons attrayants et innovants ainsi que des programmes d'accompagnement intéressants, qui ont le plus souvent emporté l'adhésion et suscité l'enthousiasme du public et des médias. Depuis la fin de la deuxième guerre mondiale, notre pays a participé à toutes les expositions internationales de première

catégorie (expositions universelles de Bruxelles, Montréal, Osaka, Séville, Hanovre et Aichi) ainsi qu'aux principales expositions thématiques de deuxième catégorie. Les précédentes participations de la Suisse à des expositions en Asie ont été des succès. Outre le projet «La montagne» présenté lors de l'Exposition universelle 2005 à Aichi, la «Structure rayonnante» exposée à Osaka en 1970 mérite une mention particulière. La Suisse a également acquis une notoriété durable par sa participation à l'exposition internationale spécialisée organisée au centre de recherche de Tsukuba en 1985 ainsi qu'aux floralies d'Osaka en 1990.

1.2.1 Participation de la Suisse à l'Exposition universelle 2005 d'Aichi, au Japon

L'Exposition universelle qui a eu lieu du 25 mars au 25 septembre 2005 dans la préfecture japonaise d'Aichi avait pour thème «La sagesse de la nature». Les exposants étaient invités à réfléchir aux défis planétaires auxquels est confrontée l'humanité. Des symposiums étaient organisés à l'extérieur du site de l'exposition, de même que des expositions connexes. Au total, 121 nations, dont la Suisse, 17 entreprises japonaises et quatre organisations internationales ont participé à cette exposition universelle. L'intérêt du public a été supérieur aux prévisions puisque 22 millions de personnes ont visité l'exposition alors que les organisateurs en attendaient 15 millions. L'Exposition universelle 2005 d'Aichi ainsi que le pavillon suisse ont remporté un vif succès. La Suisse avait retenu le projet «La Montagne» (en japonais «Yama»)². Une étude sur l'image de la Suisse au Japon conduite avant l'exposition avait montré que la Suisse jouissait d'une réputation très positive au Japon et que les Japonais

² Lire le rapport final «EXPO 2005 Aichi, Japan» (en allemand), publié par Présence Suisse.

4099 l'associaient surtout à la beauté des paysages et de la nature. En revanche, son potentiel d'innovation était moins bien noté. La Suisse a donc choisi de se présenter au Japon comme une nation innovante et performante sur le plan économique et culturel, avec pour slogan: «Dynamic Switzerland». Le projet a été élaboré par Présence Suisse en collaboration avec l'ambassade de Suisse au Japon et des partenaires institutionnels comme Pro Helvetia, l'Osec, Location:Switzerland et Suisse Tourisme. Le pavillon suisse à Aichi occupait une halle de 1300 m². Une gigantesque montagne, dont le traitement artistique avait été réalisé sur ordinateur, y avait été installée. Après avoir parcouru l'exposition présentée à l'intérieur de la montagne, le public accédait à une terrasse panoramique. La montagne en soi a particulièrement interpellé les visiteurs car elle reprenait les clichés sur la Suisse, mais en les inscrivant dans la modernité. L'exposition s'est attachée à réinterpréter des mythes traditionnels sur un mode actuel et à révéler un «autre» visage de la Suisse, moins connu des Japonais: les sections «Top of Science» et «Visions», en particulier, ont suscité un vif intérêt. Plusieurs points positifs méritent d'être soulignés: le budget de 15 millions de francs accordé par les Chambres fédérales a été respecté, le pavillon suisse n'a pas désempli et l'impact sur le public et les médias japonais a été positif. Le pavillon suisse a fonctionné chaque jour au maximum de sa capacité d'accueil. Cela inclut les deux sections commerciales du pavillon, le shop «Best of Switzerland» et le restaurant «Alpenrose». La boutique proposait un large éventail de produits connus, mais dont certains n'étaient pas encore commercialisés au Japon. Au restaurant, les convives pouvaient goûter diverses spécialités suisses préparées à base de produits frais. Le public japonais a été enthousiasmé par la terrasse panoramique photogénique et par la dynamique interactive de l'exposition, où des lampes de poche servaient de guide audio. Les visiteurs suisses ont apprécié cette représentation positive et

authentique de leur pays. Un programme d'accompagnement sur deux ans, intégrant plus de 200 manifestations culturelles, scientifiques et à vocation économique, s'est poursuivi dans plusieurs villes japonaises jusqu'à la fin 2006. Au Japon, les médias régionaux ont quotidiennement communiqué sur le pavillon et le programme d'accompagnement et les médias nationaux ont rendu compte de certains temps forts, comme la Journée de la Suisse, en présence du président de la Confédération Samuel Schmid, ou la visite dont le couple impérial japonais a honoré le pavillon suisse. La valeur publicitaire des articles parus sur le seul territoire japonais a nettement franchi la barre des deux millions de francs. Les médias suisses ont également couvert l'événement dès la phase préparatoire: alors qu'ils critiquaient le thème de la montagne au départ, ils ont finalement été convaincus par la réalisation. Tous les objectifs qualitatifs et quantitatifs définis avant l'exposition ont été remplis: a. la Suisse, à travers sa démarche au Japon, est perçue comme un pays moderne, innovant et économiquement performant; b. le pavillon et le programme d'accompagnement sont présents dans les principaux médias japonais; c. le pavillon suisse est visité par 800 000 à 1 000 000 visiteurs;

4100 d. la Suisse organise au moins 30 événements d'un haut niveau de qualité dans le cadre du programme d'accompagnement; e. les PME suisses renforcent leur positionnement au Japon; f. la démarche de la Suisse au Japon offre un exemple à suivre pour les futures actions conjointes de Présence Suisse et de ses partenaires.

1.3 Exposition universelle 2010 de Shanghai

1.3.1 Site de l'exposition

Le 3 décembre 2002, les délégués du BIE ont choisi le site de la future Exposition universelle 2010 parmi plusieurs villes candidates: Wrocław, Moscou, Shanghai, Yeosu et Querétaro (Mexique). Leur choix s'est porté, à une très grande majorité, sur Shanghai, la plus grande ville industrielle de Chine. Shanghai est une municipalité autonome qui dépend directement du gouvernement central; elle a un statut comparable à celui d'une province. Le territoire administratif de Shanghai s'étend sur une superficie de 6300 km², soit environ la taille du canton de Berne. La ville elle-même occupe seulement 550 km² (9 %) de ce territoire, le reste (5800 km² ou 91 %) se composant de faubourgs et de zones rurales. Shanghai est située dans le delta du Yangtze, dans un paysage plat, sans caractéristiques topographiques marquantes. Le site de l'Exposition universelle 2010 se trouve en bordure du centre-ville de Shanghai. Il est bien desservi par un réseau de transports en bon état. Les abords du site se composent principalement de quartiers d'habitation, de quelques usines et de gares de marchandises. Le site proprement dit est encore fortement marqué par son affectation industrielle, mais il sera complètement transformé pour l'exposition de 2010. Quelque 10 000 personnes ont déjà été déplacées dans de nouveaux logements. Le site de l'exposition, qui couvre 3,22 km² au total, est divisé en zones. Outre le pavillon chinois, qui aura une situation centrale, et les pavillons communs, plusieurs zones sont prévues pour les pays étrangers, regroupés par continent. Les visiteurs pourront accéder au site par plusieurs entrées. Un réseau de chemins piétonniers, de trains internes et d'autobus permettra de se déplacer sur le site.

1.3.2 Thème

Le thème principal de l'Exposition universelle 2010 de Shanghai est «Une ville meilleure pour une vie meilleure»³. Il se divise en plusieurs sous-thèmes: a. intégration de différentes cultures dans la ville; b. prospérité économique dans la ville; c. innovation scientifique et technologique dans la ville; d. remaniement des communautés dans la ville; e. interaction ville-campagne.

3 Pour de plus amples informations: www.expo2010china.com.

4101 1.3.3 Participation attendue des pays et du public L'Exposition universelle 2010 de Shanghai ouvrira ses portes le 1er mai et durera jusqu'au 31 octobre. A la mi-mai 2007, 139 pays et organisations internationales ont déjà annoncé leur participation. Il est vraisemblable que ce chiffre va encore augmenter. Les organisateurs pensent qu'il y aura jusqu'à 200 pays et organisations internationales inscrits. L'Exposition universelle 2010 de Shanghai promet donc d'atteindre des dimensions inégalées. Les organisateurs attendent 70 millions de visiteurs pendant les six mois que durera l'exposition. Même si la moitié seulement venait effectivement, cela représenterait encore plus de 190 000 entrées par jour. Par comparaison, l'Exposition universelle 2005 d'Aichi a enregistré plus de 22 millions de visiteurs et l'Exposition universelle 2000 de Hanovre a accueilli 18 millions de personnes.

1.4 Participation de la Suisse 1.4.1 Raisons de la participation de la Suisse Les expositions universelles constituent l'une des rares plates-formes à rayonnement mondial dont dispose la Suisse, qui doit les mettre à profit dans toute la mesure du possible pour entretenir son image et renforcer sa présence à l'étranger. En outre, tous les pays de l'Union européenne viendront à Shanghai avec des budgets importants, comme à Lisbonne en 1998, à Hanovre en 2000 et à Aichi en 2005. Un sondage réalisé pour le compte de Présence Suisse sur les expositions universelles (institut GfS, 19 mars 2002) a révélé que 50 % de la population suisse trouverait bon que la Suisse fasse davantage pour être mieux connue à l'étranger; 45 % pensent que les efforts actuels sont suffisants et 5 % estiment que la Suisse devrait moins s'engager dans ce domaine. En ce qui concerne la participation aux expositions universelles, les avis sont encore plus unanimes puisque 81% des personnes y sont favorables. Avant même que la Confédération ait reçu l'invitation officielle à l'Exposition universelle de Shanghai, la motion Koller du 30.11.2005 (05.3731 « Exposition universelle 2010 à Shanghai. La Suisse doit être présente ») a été déposée au Conseil national pour demander que la Suisse soit présente à cette manifestation importante et qu'une réponse favorable soit donnée à l'invitation dès réception. La Suisse a répondu à l'invitation en avril 2006. Elle était ainsi le douzième pays à annoncer officiellement sa participation. La raison déterminante de la participation de la Suisse à l'Exposition universelle 2010 de Shanghai réside dans la grande importance que revêt la Chine pour la Suisse sur de nombreux plans. Les relations bilatérales entre les deux pays se développent fortement depuis 1979. La République populaire est actuellement l'un des principaux partenaires de la Suisse en Asie, ce que confirme la tenue de visites officielles de haut rang. Depuis 1991, les deux pays mènent un dialogue sur les droits de l'homme. De plus, la Chine est le partenaire économique de la Suisse le plus important en Asie depuis 1992. La Suisse est l'un des rares pays occidentaux dont la balance commerciale avec la Chine est positive.

4102 La Suisse est l'un des premiers pays occidentaux à avoir reconnu la République populaire de Chine peu après sa création. C'était le 17 janvier 1950. Cela fera donc 60 ans en 2010 que la Suisse et la Chine entretiennent des relations diplomatiques. Le gouvernement chinois ne comprendrait pas que la Suisse ne soit pas présente à l'Exposition universelle de Shanghai, un événement majeur pour la Chine. La participation à l'Exposition universelle 2010 de Shanghai offre à la Suisse l'occasion unique, sur le plan économique, touristique et politique, de se positionner durablement en Chine, le plus grand marché émergent d'Asie, et plus spécialement dans la métropole économique de Shanghai, et de se faire connaître d'un large public intéressé.

1.4.2 L'image de la Suisse en Chine En 2006, Présence Suisse a fait réaliser une étude sur l'image de la Suisse en Chine et à Hongkong⁴. L'enquête a été conduite auprès d'un échantillon représentatif de 2000 personnes prises dans le grand public (classes moyenne et supérieure) en Chine et de 400

personnes vivant à Hongkong. Différents groupes de leaders d'opinion travaillant dans les domaines de la politique, des médias (journalistes), de l'économie (chefs d'entreprise) et de la science (étudiants) ont également été interrogés. L'étude montre que notre pays a globalement une excellente image en Chine et à Hongkong, que ce soit auprès des leaders d'opinion ou dans la population en général. La stabilité politique, la qualité de vie élevée et le souci de l'environnement sont jugés très positivement. En revanche, la compétitivité internationale, l'orientation vers l'avenir et la capacité d'innovation attirent des jugements un peu plus critiques. On remarque en outre que les personnes interrogées ont exprimé uniquement des idées à connotation positive lorsqu'on leur a demandé à quoi elles associaient la Suisse. L'image de la Chine en Suisse présente une grande homogénéité. Les différences sont minimales entre les catégories de la population, les régions ou encore les journalistes, les chefs d'entreprise et les étudiants. Cependant, l'image de la Suisse et la connaissance des sujets ayant un lien avec la Suisse est globalement meilleure dans l'est de la Chine, surtout à Shanghai, que dans le reste du pays. Les résultats de cette étude sont intégrés dans la stratégie de positionnement de la Suisse en Chine, et notamment dans le projet «House of Switzerland» développé pour les Jeux olympiques d'été de Beijing en 2008 ainsi que dans le projet de participation à l'Exposition universelle 2010 de Shanghai.

4 Les résultats de cette étude peuvent être consultés sur www.presence.ch, rubrique «Etudes d'image».

4103 2 Participation de la Suisse à l'Exposition universelle 2010 de Shanghai 2.1 Arrêté fédéral du 29 mars 2006 Le 29 mars 2006, le Conseil fédéral a arrêté le principe d'une participation de la Suisse à l'Exposition universelle 2010 de Shanghai et chargé Présence Suisse d'entamer sans retard les travaux préparatoires. Le budget a été fixé à 20 millions de francs, dont 4 millions devront être obtenus auprès de l'économie privée. Si cela n'était pas le cas, le montant manquant serait compensé sur le budget ordinaire de Présence Suisse. Le Conseil fédéral a accordé un crédit d'engagement de 1 million de francs sur 2006 pour financer les travaux préparatoires et en particulier le concours de projet; ce crédit a été compensé sur le budget ordinaire de Présence Suisse. 2.2 Travaux préparatoires Se fondant sur la décision du Conseil fédéral du 29 mars 2006 concernant la participation de la Suisse à l'Exposition universelle de Shanghai, Présence Suisse s'est attelée aux travaux préparatoires et à la recherche de sponsors. Les expériences faites dans le cadre de l'exposition d'Aichi sont prises en compte dans l'ensemble des activités, et l'accent est mis sur un strict respect du calendrier et du budget. Dès le printemps 2006, une délégation suisse composée de représentants de l'ambassade de Suisse à Beijing, du Consulat général de Suisse à Shanghai ainsi que du domaine Grandes manifestations internationales de Présence Suisse s'est rendue sur place pour une première visite du site de 3,22 km² de l'Exposition universelle 2010 de Shanghai. A la différence de ce qui s'est passé à Aichi, les exposants doivent construire eux-mêmes leur pavillon. La délégation a réservé pour la Suisse une surface de 4000 m² dans la zone C, à proximité d'une rue desservie par autobus. Le pavillon suisse sera ainsi situé dans la zone des pavillons étrangers (Europe, Amérique et Afrique), juste à côté du pavillon français; il bénéficiera d'un accès optimal car il sera bordé de voies publiques sur ses quatre côtés. Lors de la première réunion des participants internationaux en novembre 2006 à Shanghai, de nouveaux et précieux contacts ont été noués avec les organisateurs de l'exposition ainsi qu'avec d'autres participants. 2.3 Concours de projet 2.3.1 Procédure Dans la perspective de la participation de la Suisse à l'Exposition universelle 2010 de Shanghai, Présence Suisse a lancé, le 7 décembre 2006, un

concours de projet interdisciplinaire à deux degrés. L'ouverture du concours a été publiée dans la Feuille officielle suisse du commerce (FOSC), dans la presse spécialisée et sur Internet. Le concours est régi par les dispositions de la loi fédérale du 16 décembre 1994 sur les marchés publics⁵ et par l'ordonnance du 11 décembre 1995 sur les

5 RS 172.056.1

4104 marchés publics⁶. Il tient également compte des règles de l'OMC. A cet égard, il convient de rappeler qu'en application de l'art. 53 de l'ordonnance sur les marchés publics, l'adjudicateur cède une partie de son pouvoir de décision à un jury composé selon des critères rigoureux, dont la décision ne peut que difficilement être mise en question. Le concours a suscité un grand intérêt. Le dossier de candidature a été téléchargé plus de 300 fois sur Internet et 104 équipes ont déposé une proposition avant la date limite du 22 janvier 2007. Un jury de onze personnes, dirigé par M. Uli Sigg, ancien ambassadeur de Suisse en Chine, s'est réuni les 15 et 16 février 2007 et a sélectionné douze projets pour la deuxième phase. Le jury, réuni les 22 et 23 mai 2007, a établi un classement de tous les projets admis et conformes au programme du concours et il a désigné le projet lauréat.

2.3.2 Règlement du concours

Le concours portait sur la construction et l'aménagement de la totalité du pavillon suisse, y compris la conception de l'exposition: a. exposition; b. cinéma sur écran géant; c. restaurant; d. boutique (Shop); e. espace VIP; f. bureaux; g. personnel et locaux utilitaires. Le contenu du film «Best of Switzerland» était exclu du concours. Produit par des tiers, notamment Suisse Tourisme, il décrira la beauté des paysages suisses et sera projeté sur écran géant. La présentation de ce film à l'Exposition universelle 2010 de Shanghai est soutenue par un mécène (cf. ch. 2.6.3). Etant donné la forte concurrence internationale qui règne dans les expositions universelles, il fallait un concept accrocheur, ne serait-ce que pour capter l'intérêt des médias. Pour le reste, le programme du concours imposait le cadre stratégique et conceptuel suivant: a. L'image actuelle de la Suisse doit être le point de départ. La Suisse doit être présentée de manière à donner d'elle des impressions innovantes favorisant le développement d'une perception positive de notre pays. b. La participation de la Suisse à l'exposition doit s'intégrer dans la campagne de communication 2007 à 2011 de la Suisse en Chine, dont les thèmes principaux sont la qualité de la vie, l'environnement et la renommée internationale, et se rapporter au thème principal de l'Exposition universelle 2010 «Une ville meilleure pour une vie meilleure». La Suisse doit être présentée comme un pays urbain, innovant, attentif à la qualité et ouvert sur l'avenir, possédant de multiples facettes.

6 RS 172.056.11

4105 c. Le message de la Suisse doit être clair et, en particulier, facile à comprendre pour les visiteurs chinois compte tenu de leur bagage culturel. La présentation doit s'adresser avant tout au public chinois, qui sera nettement majoritaire. Il est souhaitable qu'elle suscite l'étonnement et la curiosité ou qu'elle fasse appel à la soif d'apprendre des visiteurs, sous une forme vivante, mais sans austérité. Etant donné le contexte culturel chinois, il importe d'éviter que le message ne comporte des éléments de provocation, d'autocritique ou d'ironie. d. Malgré leur nombre comparativement faible, le projet doit également intéresser les visiteurs internationaux, en particulier les visiteurs suisses et les sponsors, qui doivent pouvoir s'identifier à l'image donnée de leur pays.

2.4 Projet lauréat

L'apparence extérieure du pavillon se présente comme un montage hybride entre nature et technologie. Un voile translucide composé de matériaux naturels et d'éléments technologiques enveloppe l'espace «urbain» intérieur et suggère ainsi un espace extérieur «naturel». Des

cellules solaires de couleur rouge sont assimilées au voile et forment un produit aux frontières de la nature et de la technologie. Au travers de son apparence technoïde, de sa scène multifonctionnelle foisonnante d'activités et de son flot incessant de visiteurs, l'espace «urbain» intérieur déjà couvert et ombragé se voit encore délibérément comprimé. La scène, qui peut être exploitée de manières quasi illimitées, doit servir de plateforme aux manifestations uniques et récurrentes qui sont prévues. Il est également prévu une présentation audiovisuelle dans l'espace «urbain» rendant compte de l'aspect innovateur et durable des technologies utilisées dans la construction du pavillon. L'aire d'accès à l'espace «naturel» (prairie) promet d'être en mouvement perpétuel grâce au flux rapide du télésiège, qui prévoit de transporter jusqu'à 3500 personnes par heure. Invention suisse et symbole du tourisme de montagne dans nos régions, le télésiège présente l'avantage d'allier calme et dynamisme. Le film «Best of Switzerland», constitué d'extraits du film «The Alps» et produit en IMAX selon les directives de PRS, sera diffusé dans le cinéma. Des prises de vues impressionnantes de paysages pittoresques assureront au spectateur impassible une expérience audiovisuelle forte et immatérielle. Le cinéma épouse même dans sa forme le contenu du film. L'espace VIP du pavillon, pour sa part, prévoit d'accueillir des personnes triées sur le volet et autres leaders d'opinion à qui l'on souhaite présenter une Suisse urbaine, innovatrice, sans compromis quant à la qualité et orientée vers le futur. Et si la communication et la transmission du savoir promet d'être détaillée et personnalisée grâce aux écrans d'images et au travail promotionnel, la matérialité de l'espace intérieur se veut le miroir d'une Suisse championne du recyclage et centre du savoir. La technique même du bâtiment reflète les grands principes de base de la physique, en proposant notamment un système de refroidissement naturel par circulation d'eau du cinéma. Une cascade située derrière le voile translucide veille au rafraîchissement du pavillon tout en réduisant, par effet de condensation de l'eau à la surface, l'humidité de l'air au sein de l'espace intérieur. Les pierres servant en même temps de sièges sont simultanément refroidies par le courant de l'eau.

4106 Le fonctionnement du télésiège prévoit une dépense d'énergie de moitié inférieure à celle nécessaire pour la climatisation de salles d'exposition de même nature. La façade se compose d'une enveloppe en résine biologique comestible. Fabriquée à partir de fibres de haricots de soja fermentés, elle est non toxique, très résistante à l'abrasion et facile à travailler. Dans la nature, la résine biologique se décompose en eau et en dioxyde de carbone sous l'action de bactéries. Le produit de cette décomposition peut être utilisé comme engrais. L'enveloppe est construite à partir de panneaux en résine injectée thermoformés. Les auteurs du projet lauréat, baptisé «Nummer 8005», sont: Buchner Bründler AG Architekten BSA, Bâle: Andreas Bründler Element GmbH, Bâle: Andreas Hunkeler Waldhauser Haustechnik AG, Bâle: Werner Waldhauser Huerzeler Holzbau, Magden: Roland Huerzeler Barbara Jenni, sinologue, Zurich La société Buchner Bründler AG a participé au projet de cadeau de la Suisse à l'ONU à New York. Elle a réalisé un précédent projet en Chine avec un artiste chinois célèbre. La présence de la Suisse en Chine suscite un vif intérêt, comme en attestent les nombreux reportages favorables publiés dans les médias chinois lorsque le projet lauréat a été proclamé le 24 mai 2007. Les médias chinois présentent le futur pavillon suisse comme une réalisation moderne et innovante et décrivent le projet lauréat comme durable et porteur d'une vision d'avenir. Les autorités de Shanghai présentent également le projet sélectionné par la Suisse pour l'Exposition universelle de 2010 sur leur site www.shanghai.gov.cn. 2.4.1 Appréciation du jury Le pavillon sera déchiffré comme un signe fort. Il est en quête non pas d'une simple forme

géométrique, mais d'un effet de surprise dans l'ambivalence de ses éléments hybrides, tandis que la semi-transparence de la façade conjugue la forme et la fonction, le dedans et le dehors. Les potentiels du pavillon résident dans son caractère de controverse. Le pavillon est une fabrique hybride, un laboratoire de la durabilité. Il est une énigme architectonique: réseau suspendu à la façon d'un rideau devant de lourds pylônes dressés sans peser visiblement sur le site de l'exposition. Le plan de coupe horizontal est une carte de géographie politique imaginaire. Ce produit complexe se déchiffre au premier abord comme une machine ou une fabrique, un mélange de l'art de l'ingénierie et de l'architecture sorti tout droit du royaume de la science-fiction et qui marie les visions scientifiques (la technologie solaire de la façade) et les rêves esthétiques du design. Le concept intellectuellement exigeant de l'exposition séduit par la clarté de son exigence, il représente la nature hybride des villes du futur, partagées entre la technique et la nature, en vue de générer de la qualité de vie dans l'espace urbain. Les auteurs se réfèrent au principe asiatique du yin et du yang. Clin d'oeil ludique, les auteurs ont intégré un télésiège qui entraîne les visiteurs loin des pesanteurs de la ville vers la légèreté aérée de la nature. Ce télésiège fait circuler de façon concluante

4107 les grands thèmes de l'Exposition Shanghai 2010 que sont la durabilité et la qualité de vie, tout en offrant au grand public de l'Expo une expérience unique en son genre pour la Chine. L'idée d'allier innovation et durabilité constitue la clé de coûté du projet. La façade du pavillon sera tant «consommable» que «productrice d'énergie», témoignant ainsi du potentiel d'innovation de la Suisse.

2.4.2 Recommandations du jury

Le jury unanime recommande que les auteurs dont le projet s'est vu décerner le premier prix soient chargés de poursuivre les travaux préparatoires, conformément au programme du concours. Ils devront tenir compte des remarques figurant sur l'évaluation écrite des travaux du jury, ainsi que des conclusions de l'examen préalable. Par ailleurs, un comité d'experts composé de membres du jury a été formé pour accompagner le projet. Le concept doit être mûri, particulièrement en ce qui concerne les technologies présentées, et doit mettre en lumière une représentation compréhensible de la durabilité. Une VIP-Lounge attractive doit donner la possibilité aux partenaires et aux sponsors de soigner leurs relations.

2.5 Mesures complémentaires

Pour donner un caractère durable à la présence de la Suisse en Chine, il est prévu d'élaborer un programme d'accompagnement qui commencera avant et se poursuivra pendant et après l'exposition, à l'instar de la campagne «Dynamic Switzerland» menée au Japon en 2005. Cette démarche se fera en étroite collaboration avec les partenaires institutionnels de Présence Suisse et du groupe de pilotage. La campagne de communication, qui se déroulera de 2007 à 2011, portera principalement sur les thèmes de la qualité de la vie, de l'environnement et de la renommée internationale. Une attention particulière sera accordée aux manifestations prévues pour la Journée de la Suisse et pour le 1er août. Par analogie avec le programme culturel «0406 SWISS CONTEMPORARY ARTS IN JAPAN» qu'elle avait organisé sur deux ans au Japon, Pro Helvetia prévoit pour la Chine un programme culturel visant à poursuivre le développement de relations culturelles durables entre la Suisse et la République populaire de Chine. Pour sa part, l'Osec mettra à profit la campagne de communication pour «vendre» le site d'activité économique suisse aux investisseurs chinois et assister les entreprises exportatrices suisses qui participent à des salons professionnels en Chine. Les activités de Suisse Tourisme seront intégrées chaque fois que possible dans la campagne de communication. Présence Suisse s'est assuré la collaboration d'une agence internationale de relations publiques sur place afin que ces activités aient un impact durable dans la presse chinoise et auprès des leaders

d'opinion.

4108 2.6 Organisation 2.6.1 Equipe de projet Une équipe de projet dirigée par le responsable du domaine Grandes manifestations internationales de Présence Suisse, avec la participation du lauréat du concours de projet, est chargée de mener à bien le développement de l'idée primée pour le pavillon suisse à l'Exposition universelle 2010 de Shanghai. Il sera tenu compte de l'appréciation et des recommandations du jury. L'équipe de projet est également responsable de la conception générale, de la comptabilité, de la planification et de la réalisation de la campagne de communication de la Suisse en Chine ainsi que du fonctionnement du pavillon suisse à Shanghai. 2.6.2 Plan de controlling Sur la base du modèle comptable utilisé pour la participation suisse à l'Exposition universelle 2005 d'Aichi et compte tenu des recommandations figurant dans le rapport de révision du Contrôle fédéral des finances (CDF) du 1er mars 2007, il a été défini un modèle comptable permettant de contrôler strictement les dépenses et les recettes ainsi que d'établir un bilan. Ce modèle comprend en outre un dispositif de contrôle des contrats. Les dépenses et les recettes sont budgétées et comptabilisées séparément. 2.6.3 Concept de sponsoring L'arrêté fédéral du 29 mars 2006 prévoyant que la participation suisse à l'Exposition universelle 2010 de Shanghai serait financée en partie au moyen de fonds privés, la direction du projet a dû se mettre sans tarder en relation avec des partenaires de l'économie privée. Le président de l'Association Suisse-Chine a été chargé de trouver des sponsors. Il avait déjà adressé un courrier aux grandes entreprises suisses pour s'informer de l'intérêt qu'elles portaient à l'exposition. Les réponses avaient été majoritairement positives. Les administrateurs et CEO contactés se sont dit convaincus que la Suisse ne devait pas se tenir à l'écart en Chine et certains ont fait connaître, de manière informelle, leur disposition à soutenir financièrement la participation de la Suisse. Les grandes entreprises suisses ont été invitées à une séance à Zurich le 23 juin 2006, où le programme de communication de la Suisse en Chine leur a été présenté pour la première fois. Le concept de sponsoring présenté prévoit les catégories suivantes:

- a. partenaire principal de la campagne de communication en Chine 2007 à 2011 env. 3 millions de francs
- b. partenaire principal du pavillon suisse 0,9 à 1,2 millions de francs
- c. co-partenaire du pavillon suisse 0,4 millions de francs

4109 Avant de conclure un contrat avec un partenaire, une offre adaptée à ses besoins est élaborée en concertation avec lui (visibilité, transfert d'image, prestations de relations publiques, accueil des clients dans le pavillon suisse et dans le contexte de la campagne de communication). Après la présentation à Zurich, des entretiens bilatéraux ont eu lieu avec les entreprises intéressées. Il en est ressorti que l'économie est tout à fait disposée à se mettre au service de la Suisse si la communication en Chine est attractive et de grande qualité et si ses contributions ne viennent pas en déduction de celles de la Confédération. Le projet a été présenté le 25 août 2006 aux directeurs de l'économie publique intéressés, en collaboration avec Location:Switzerland, dans le but de discuter des possibilités d'intégrer les régions et les villes dans la communication de la Suisse à Shanghai. Un courrier a en outre été adressé le 16 octobre 2006 à l'ensemble des directeurs de l'économie publique pour les informer du projet. La coopération avec les cantons est coordonnée par le responsable pour la Chine de Location: Switzerland. 2.6.4 Equipe de direction opérationnelle (comité de pilotage) Une équipe de direction opérationnelle (appelée

«comité de pilotage») a été constituée à l'automne 2006. Placée sous la responsabilité du directeur de Présence Suisse, elle veille au respect des objectifs et des consignes du projet en matière de contenu, de qualité, de délais et de coûts. Le comité de pilotage, qui se réunit généralement tous les deux mois, exerce les fonctions de curateur, superviseur et contrôleur de gestion. Il comprend notamment des représentants des partenaires institutionnels de Présence Suisse ainsi que des collaboratrices et collaborateurs des représentations officielles de la Suisse en Chine.

3 Contenu de l'arrêté de financement

3.1 Proposition du Conseil fédéral

Le Conseil fédéral propose un crédit d'engagement de 20 millions de francs pour la participation de la Suisse à l'Exposition universelle 2010 de Shanghai, les mesures de communication complémentaires et les travaux préparatoires. Le crédit proposé de 20 millions de francs a été inscrit dans le budget 2007 et dans le plan financier 2008 à 2010. Il inclut le crédit d'engagement de 1 million de francs accordé pour les travaux préparatoires par l'arrêté fédéral du 29 mars 2006. Le Conseil fédéral a décidé que 6 millions de francs seraient compensés au sein du DFAE, 2 millions au DFE et 1 million au DFF. De plus, 4 millions de francs doivent être trouvés auprès de l'économie privée. Si cet objectif n'est pas atteint, le montant manquant sera financé sur le budget ordinaire de Présence Suisse. Le montant de la contribution fédérale supplémentaire pour la participation de la Suisse se monte ainsi à 7 millions de francs.

4110 Clé de répartition du financement: CHF Financement de l'Expo 2010 de Shanghai
 2006 2007 2008 2009 2010 2011 TOTAL Plan financier (état mars 2006) 1'000'000

1'800'000

3'500'000

6'100'000

6'800'000

800'000

20'000'000

Plan financier: légis. 2009 à 2011 380'300

2'508'100

3'721'600

6'000'000

6'650'000

740'000

20'000'000

Contributions PRS/EDA 1'000'000

1'000'000

1'000'000

1'000'000

1'000'000

1'000'000

6'000'000
Sponsoring (PRS) 1'000'000
1'000'000
2'000'000
4'000'000
DFF (constructions à l'étranger) 500'000
500'000
1'000'000
DFE 500'000
500'000
500'000
500'000
2'000'000
Budget de la Confédération -619'700
1'008'100
1'221'600
3'000'000
2'650'000
-260'000
7'000'000

Dans son rapport d'activité du 1er mars 2007, la Délégation des finances suggère qu'il devrait être possible d'acquérir des moyens supplémentaires de la part du secteur privé, en plus des 4 millions de francs, qui pourraient compléter la présence suisse en Chine sur la base de modules. La direction du projet tient compte de cette suggestion en adjoignant au budget de base un budget pour des modules complémentaires.

3.2 Budget du projet de base

Le budget présenté comprend la totalité des dépenses nécessaires pour la construction du pavillon de la Suisse à l'Exposition universelle 2010 de Shanghai. Au cours des travaux de préparation de la participation de la Suisse à l'exposition, l'équipe du domaine Grandes manifestations internationales de Présence Suisse a été renforcée. Jusqu'à l'automne 2006, elle comptait un responsable de domaine, un responsable des finances et du personnel, un responsable de la communication. Le 31 mai 2007, elle est dotée, à Berne, de 480 pour cent de poste et a été complétée à Beijing par un collaborateur de projet et son assistante (200 pour cent de poste). Ces recrutements, qui sont à durée limitée, sont financés sur le crédit d'engagement proposé. Le coût d'autres engagements à durée limitée en relation avec la participation de la Suisse à l'Exposition universelle 2010 de Shanghai sera également imputé sur le crédit proposé. On estime ainsi qu'il faudra engager une cinquantaine de personnes pendant la durée d'exploitation du pavillon suisse à Shanghai (essentiellement des étudiants en sinologie de Suisse) pour l'accueil des visiteurs, l'espace VIP et l'administration. L'exploitation du restaurant du pavillon suisse sera confiée à la société

Gamma Catering AG, qui est disposée à assumer la totalité du risque économique. C'est pourquoi le budget ne contient ni dépenses ni recettes en relation avec la restauration.

4111

Dépenses

Travaux préparatoires 3 900 000.– Direction de projet Présence Suisse: charges de personnel 2 800 000.– Direction de projet Présence Suisse: administration, divers 800 000.– Concours de projet 300 000.–

Construction et aménagement du pavillon suisse

E. 9

RS 194.1

E. 10

RS 194.11

E. 11

RS 171.10

4114 Annexes Le pavillon suisse

4115

4116

Schweizerisches Bundesarchiv, Digitale Amtsdrukschriften Archives fédérales suisses, Publications officielles numérisées Archivio federale svizzero, Pubblicazioni ufficiali digitali Message concernant la participation de la Suisse à l'Exposition universelle 2010 de Shanghai In Bundesblatt Dans Feuille fédérale In Foglio federale Jahr 2007 Année Anno Band 1 Volume Volume Heft 26 Cahier Numero Geschäftsnummer 07.040 Numéro d'affaire Numero dell'oggetto Datum 26.06.2007 Date Data Seite 4095-4116 Page Pagina Ref. No 10 140 673 Die elektronischen Daten der Schweizerischen Bundeskanzlei wurden durch das Schweizerische Bundesarchiv übernommen. Les données électroniques de la Chancellerie fédérale suisse ont été reprises par les Archives fédérales suisses. I dati elettronici della Cancelleria federale svizzera sono stati ripresi dall'Archivio federale svizzero.

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.