



**PREMIER
MINISTRE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Service d'information
du Gouvernement**



Jouer collectif au service de l'intérêt général

Choose France 2025 : un sommet qui place l'ambition scientifique et industrielle au cœur des préoccupations

Le sommet **Choose France 2025**, à l'initiative du président de la République, marque chaque année un moment clé pour réaffirmer l'attractivité et l'excellence de la France à l'échelle internationale.

L'édition de cette année avait pour ambition de placer la recherche et l'innovation au cœur de ses sujets, avec le lancement de **Choose France for Science**, une initiative majeure destinée à renforcer la position de la France comme terre d'accueil privilégiée des talents et des projets scientifiques majeurs.

Pour accompagner cette séquence d'ampleur, un film manifeste a été dévoilé : un véritable hymne à la créativité et à la puissance collective qui caractérisent la France.

Faisons un zoom sur ce qui s'est passé ces dernières semaines !

Bienvenue dans ce 16e numéro de GouvX, la newsletter qui décrypte les meilleures campagnes où les acteurs unissent leurs forces au service de l'intérêt général.

« I don't wanna be Freeeeench »

Dans un contexte où certains jeunes expriment le sentiment de ne plus vouloir s'identifier à une France perçue comme dépassée — on se souvient du trend "I don't wanna be French" ! – une réponse à travers l'innovation et le Sommet Choose France permet de réaffirmer une volonté forte du pays de rester à jour et d'investir toujours plus dans les projets d'avenir.

La preuve en chiffres : **40,8 milliards d'euros d'investissement et 53 projets annoncés dans le cadre de l'édition 2025.**

Et la science dans tout ça ? 🤔

La France renforce son attractivité scientifique à l'international avec le lancement de la plateforme « Choose France for Science ». Cette initiative vise à simplifier les démarches des chercheurs étrangers et valoriser les atouts de l'écosystème de recherche français.

Plateforme accessible en français et en anglais, *Choose France for Science* permet aux chercheurs de [déposer leur candidature](#) : que ce soit la santé, la biodiversité ou encore l'agriculture, le champ des thématiques est vaste. Les candidats peuvent être orientés et se faire accompagner dans la démarche.

Une campagne d'attractivité pour incarner l'iconicité de la France

Lancée fin 2023 en France et dans 5 autres pays (Allemagne, Canada, Émirats arabes unis, Inde et États-Unis), la campagne Make it Iconic - Choose France vise à promouvoir la France à travers le monde, en poursuivant plusieurs objectifs :

- Faire rayonner l'état d'esprit et l'audace française à l'international, à travers des personnalités et des lieux emblématiques tels que la Tour Eiffel, Notre Dame, le château de Chambord, Kylian Mbappé (footballeur), Antoine Dupont (rugbyman), Philippe Starck (designer), Mory Sacko (chef) Anne-Sophie Pic (chefe étoilée) et bien d'autres.
- Incarner le dynamisme économique national, le savoir-faire, mais aussi la vitalité culturelle et artistique française, la richesse touristique et la gastronomie.
- Renforcer l'attractivité de la France à l'international auprès des décideurs et des opérateurs économiques, notamment dans des secteurs d'excellence comme l'automobile, l'aéronautique, l'économie numérique, l'intelligence artificielle, la santé, la transition énergétique, l'innovation...
- Développer les échanges commerciaux, les partenariats et l'investissement en sensibilisant notamment les leaders d'opinion ainsi que les prescripteurs français et étrangers.

100 La force tranquille

Le film manifeste **MAKE IT ICONIC. Choose France** vient apporter une réponse forte et inspirante pour clôturer cette séquence. Le film, véritable ode à l'iconicité française, célèbre la richesse, la créativité et l'audace qui font cette identité unique. Il invite chacun à redécouvrir une France vibrante, moderne et ambitieuse, où innovation et culture s'entrelacent pour construire un futur à la hauteur de nos aspirations. Plus qu'un simple slogan, ce manifeste est un appel à embrasser fièrement ce qui nous rend uniques.

Le film est à découvrir ou à « re » découvrir [ici](#).

Un retour sur les dernières activations

MAKE IT ICONIC x Berlin, Allemagne

Dans le cadre du reveal autour de la Cité du vin, un événement a été organisé par Business France à l'ambassade de France à Berlin, à l'occasion d'une

rencontre professionnelle et du dévoilement de la Cité du vin.

Ça s'est passé le 14 octobre 2024 !

Le résultat ?

10 m2 dédiés à la campagne avec un photo call et des animations, 120 invités spécialisés, relais sur les réseaux sociaux : 25 stories publiées et divers contenus créés (réels, posts, podcast, etc.), relations presse avec un CP envoyé aux journalistes spécialisés...





MAKE IT ICONIC x Adélaïde, Australie

Toujours dans le cadre du reveal autour de la Cité du vin, mais cette fois en Australie : un événement à l'ambassade de France en Australie, du centenaire de l'Organisation internationale du vin.

Ça s'est passé le 14 novembre 2024 !

Le résultat ?

10 m2 dédiés à la campagne avec un photo call et des animations, 140 invités qualifiés, relais sur les réseaux sociaux avec trois influenceurs associés pour produire du contenu lors de l'événement, un podcast long format à venir pour le Bastille Day avec un créateur de contenu spécialisé (70k d'audience) ...

MAKE IT ICONIC – Galeries Lafayette Dubaï

À travers divers leviers, les Galeries Lafayette de Dubaï ont activement participé à la campagne, en déployant des actions à la fois en magasin et sur le digital, afin de s'aligner pleinement avec l'univers de la campagne.

Grâce à un habillage complet du magasin sur plusieurs étages, à l'organisation d'un dîner événementiel en présence du Consul général, ainsi qu'à une communication sur les réseaux sociaux, les Galeries Lafayette de Dubaï ont démontré, une fois de plus, leur statut d'enseigne iconique.





Votre succès, notre prochaine histoire !

Au Gouvernement, nous croyons en la force de la collaboration et en l'impact des partenariats authentiques.

Devenir **partenaire de l'État**, c'est non seulement **valoriser vos engagements de manière créative et innovante**, mais aussi **intégrer une communauté d'acteurs mobilisés**.

Tendant n'est-ce pas ? Cliquez ci-dessous 🖱️

[Devenir partenaire de l'État](#)

👉 **Ces autres campagnes à l'international qu'on a trouvé impactantes**

Lancée en 2022, la campagne Impact 2030 s'inscrit dans le cadre d'une stratégie pangouvernementale ambitieuse visant à placer la recherche et l'innovation au cœur des enjeux sociétaux, économiques et environnementaux de l'Irlande. Cette feuille de route a pour objectif de positionner le pays comme un leader de l'innovation au sein de l'Union européenne, mais aussi à l'échelle mondiale.

Dans cet esprit, l'University College Dublin, par le biais de son institut de recherche, a mis en avant le rôle central que peuvent jouer les universités irlandaises en unissant leurs forces pour favoriser la recherche et le développement. Une vidéo de promotion a été réalisée pour valoriser cette collaboration. Plus largement, une identité visuelle spécifique a été développée pour accompagner la stratégie Impact 2030, avec la création d'un visuel distinctif.

Innovation x UK

Innovate UK est l'agence d'innovation du Royaume-Uni. L'objectif est d'aider les entreprises britanniques à se développer grâce à l'innovation. La vision du gouvernement est que le Royaume-Uni soit un centre mondial de l'innovation d'ici 2035.

Innovate UK dispose d'un site web interactif où il est possible d'avoir accès à une [présentation](#), au [budget](#) alloué, à un bilan de ce qui a été réalisé, des témoignages ([The Young Innovators Program](#)), dans le but de créer une communauté autour de l'innovation qui répond aux objectifs du plan « Research and Innovation ».

Le plan UKRI dont Innovate UK qui en découle se décline en plusieurs autres pôles.



AfriLabs - Empowering Tomorrow pour le continent africain

Entre 2021 et 2024, AfriLabs a multiplié les initiatives pour structurer l'écosystème de l'innovation en Afrique et attirer davantage d'investissements. Avec le lancement du programme ACBP en 2021 (soutenu par l'AFD), l'objectif est de renforcer les hubs tech pour les rendre plus attractifs. En 2023, la campagne Empowering Tomorrow a mis l'accent sur le rôle des États dans le développement numérique.

En partenariat avec :



On vous a transféré ce numéro ?

Inscrivez-vous à la liste pour recevoir le prochain GouvX directement dans votre boîte de réception.



Vous recevez ce courriel car vous êtes abonné(e) à la lettre d'information du département Analyse du Service d'Information du Gouvernement.

[Consulter notre politique des données personnelles](#)

Si vous désirez vous désabonner de toutes les newsletters, [cliquez ici](#).

Si vous souhaitez modifier vos abonnements, [cliquez-ici](#).