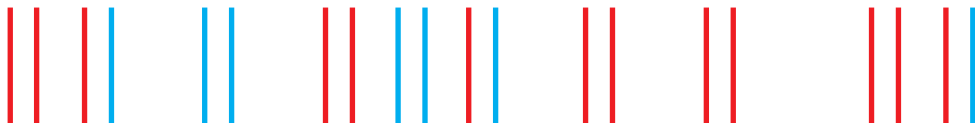
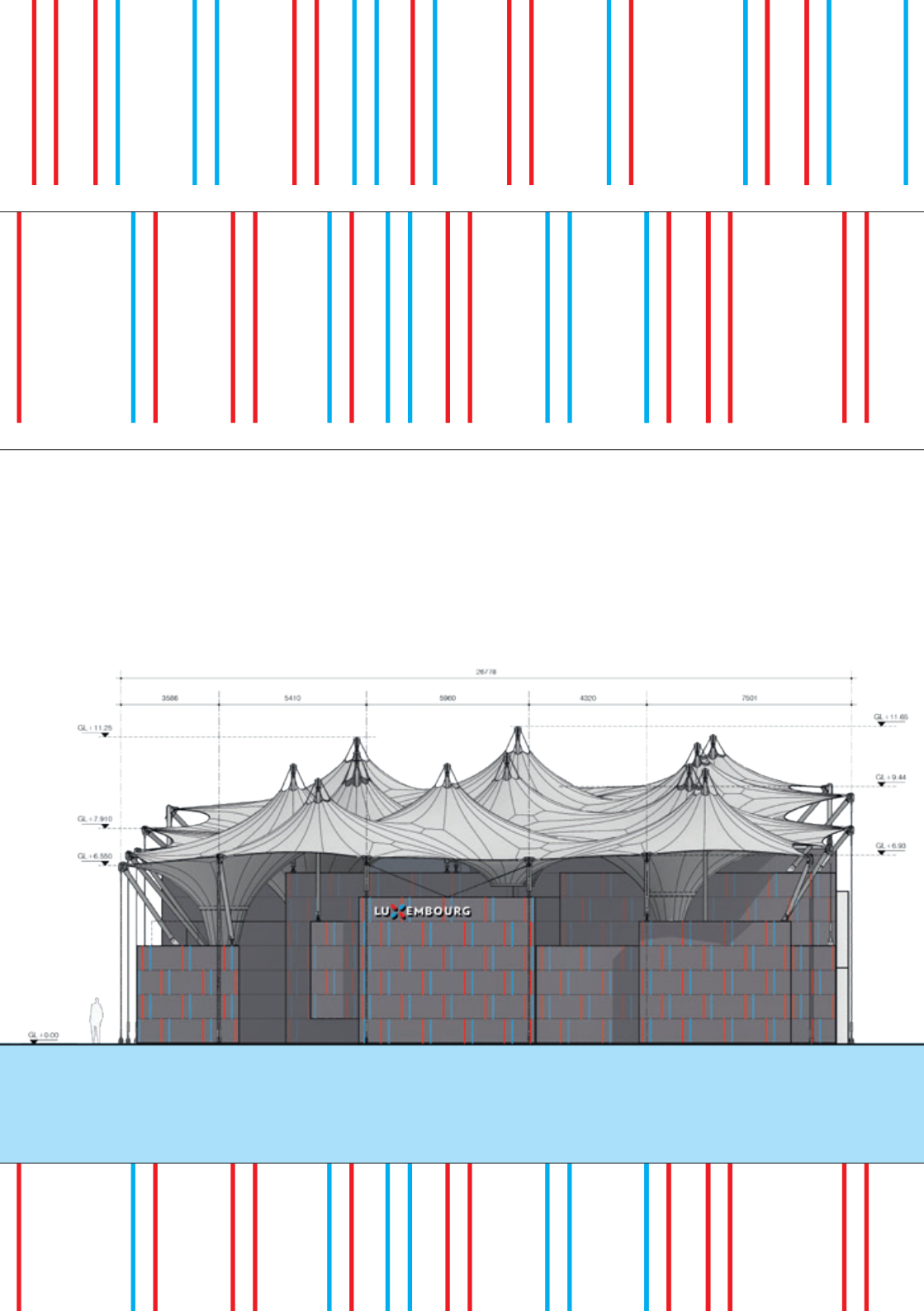


OSAKA

13 AVRIL 2025 – 13 OCTOBRE 2025
STATISTIQUES





EXPO 2025 OSAKA

3

DATE	13 avril 2025 – 13 octobre 2025
DURÉE	184 jours
LIEU	Yumeshima, île artificielle dans la baie d'Osaka (région du Kansai)
THÈME	« Designing Future Society for Our Lives »
SOUS-THÈMES	« Saving lives », « Empowering lives », « Connecting lives »

25^e participation du Luxembourg
à une exposition universelle

165 participants officiels

PAVILLON DU LUXEMBOURG

THÈME	« Doki Doki – The Luxembourg Heartbeat » (dans la zone « Connecting lives »)
TYPE	Type A (« self-built »)
SUPERFICIE	1.750,90 m ² (parcelle), 1.120,63m ² (surface totale sous la membrane), 883m ² (structure du bâtiment)
ARCHITECTURE	STDM
SCÉNOGRAPHIE	Jangled Nerves
MINISTRE EN CHARGE	Vice-Premier ministre, Ministre des Affaires étrangères et du Commerce extérieur, Xavier Bettel
COMMISSAIRE GÉNÉRAL	André Hansen

6 volontaires
33 hôtesse et hôtes

20 élèves et **13** personnels encadrants de l'EHTL

VISITEURS ET VISITES

4

378.866

de visiteurs au Pavillon du Luxembourg

28 MILLIONS

de visiteurs à l'Expo 2025 Osaka



Près de 1.000 ressortissants luxembourgeois ont saisi l'occasion de découvrir le Pavillon sur place.

La capacité maximale d'accueil du Pavillon luxembourgeois était de 2.250 visiteurs par jour, ce qui équivalait à un taux de fréquentation de plus de 95%.

VISITES OFFICIELLES ET VISITES DE GROUPES



65

visites officielles (Hauts dignitaires, ministres, ambassadeurs, etc.)



95

entreprises luxembourgeoises

TOUR OPERATEURS



16

groupes luxembourgeois

376

376 visiteurs

AUTRES (FÉDÉRATIONS, ASSOCIATIONS...).



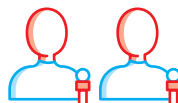
17

groupes



19

écoles
(739 étudiants)



127

journalistes

PROGRAMME ÉVÉNEMENTIEL

5

6

événements
et expositions culturels

3

missions économiques

7

événements
et conférences

13.04.2025

Cérémonie d'ouverture

Concert de Pueri Cantores & Ritsumeikan Primary School
« United in Singing »

28.04. – 05.05.2025

« Design Days@Pavillon.luxembourg » avec Julie Conrad,
Christophe de la Fontaine, Frank Michels, Georges Zigrand

06.05. – 20.05.2025

Exposition « Fallen Trees » de Pitt Brandenburger (Artisanat)

30.05.2025

Journée luxembourgeoise à l'Expo 2025 Osaka et,
dans ce contexte, les performances de Francesco Tristano,
Pascal Schumacher, Jill Crovisier, Maika Fujii

Mission économique multisectorielle organisée
par la Chambre de Commerce

11. – 16.07.2025

« Space Days »

14. – 19.07.2025

Missions économiques sectorielles « Space » et « Tech&Health »
organisées conjointement avec la Chambre de Commerce

17.07.2025

« Circular Economy Conference »

18. – 27.07.2025

« Learning & Playing Week »
(interactive workshops, blending science, creativity, and culture)

08.08. – 16.08.2025

Exposition « Fils Croisés / 交差する糸 (Kōsa suru ito) »
d'Aïda Schweitzer (Arts visuels)

28.08. – 03.09.2025

« Cyber Security Days »

24.09. – 08.10.2025

Exposition « O » par Daniel Reuter et Umihara Chikara (Photographie)

INITIATIVES PARTICIPATIVES

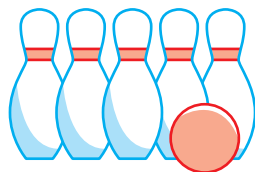
6

Championnat « Keelebunn »

Un championnat ouvert aux équipes des différents pavillons a été organisé au Pavillon luxembourgeois. Lors de la finale du 25 septembre 2025, les 8 équipes finalistes (Australie – 2 équipes ; Allemagne, Japon, Monaco, Pérou, Suisse, Uruguay) se sont affrontées en système d'élimination directe. Le championnat « Keelebunn » a finalement été remporté par l'équipe du Japon.

Vote du public – Meilleur dessert

Pendant les trois premiers mois de l'Expo, les visiteurs ont été invités à participer à un vote en ligne en direct pour élire leur dessert préféré, parmi une sélection de six créations, proposée dans le « foodcourt » du Pavillon. Pour départager les trois finalistes, un jury spécial a dégusté leurs desserts et a désigné le grand gagnant du concours : « Cœur de joie » de Stéphane Muller.



DISTINCTIONS DU PAVILLON LUXEMBOURGEOIS

Le 12 octobre 2025, le prix « **Durabilité** » du **Bureau International des Expositions (BIE)** a été décerné au Pavillon luxembourgeois dans la catégorie des pavillons « self-built » ayant une surface d'exposition inférieure à 1.500 m².

En mai 2025, le « **Nikkei Marketing Journal** » a décerné la 3^e place au Pavillon luxembourgeois dans son classement des meilleurs pavillons à l'Expo 2025 Osaka.

En août 2025, le prix de « **Best Innovation Exhibitions & Trade Venue 2025 – Luxembourg** » a été décerné au Pavillon par EU Business News.

Lors de l'enquête « **Pavilion Satisfaction** » réalisée par les organisateurs de l'Expo auprès de 2.000 visiteurs entre avril et mai (inclus), le Pavillon luxembourgeois est arrivé à la **9^e place** des pavillons étrangers.

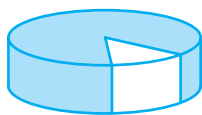
SYNTHÈSE DES RÉSULTATS DU SONDAGE « VISITEURS »

7 |

NOMBRE DE PARTICIPANTS



IMPACT GÉNÉRAL



83,05 %

de visiteurs satisfaits (56,77 % très satisfaits ; 26,28 % satisfaits),
15,25% insatisfaits



95,88 %

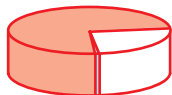
recommanderaient le Pavillon
à leurs proches.

**VISIT
LUXEMBOURG**

92,47 %

envisageraient le Luxembourg
comme destination touristique.

PROFIL DES VISITEURS



71,32 % femmes ;
27,78 % hommes ;
0,90 % autres



47,24 %

avaient 45 ans et plus.



95 %

viennent du Japon.



93,63 %

touristes

POINTS FORTS DE L'EXPÉRIENCE



MOMENT PRÉFÉRÉ : Universal Home (Acte 3) – **57,25 %**

L'Acte 3, par son immersion sensorielle, a particulièrement
captivé les visiteurs, révélant la force du récit et de la mise en scène.

MOMENT LE PLUS « DOKI DOKI » (ÉMOTION FORTE) :

Sons et visuels immersifs – **67,44 %**

COMPRÉHENSION DE L'INFORMATION :

94,88 % ont trouvé le contenu facile à comprendre.

CONCEPT CIRCULAIRE DU PAVILLON

8

Le Pavillon était conçu selon les critères de l'économie circulaire (« circular by design »), afin de permettre la **réutilisation de certains de ses composants après son démantèlement** (« designed for disassembly »). Le 12 octobre 2025, le concept circulaire du Pavillon luxembourgeois a été **récompensé par le prix « Durabilité » du Bureau International des Expositions (BIE)** dans la catégorie des pavillons « self-built » ayant une surface d'exposition inférieure à 1.500 m².

Exemples de matériaux/éléments du Pavillon bénéficiant d'une seconde vie après l'Expo 2025 Osaka :

« KEELEBUNN »



La machinerie du jeu de quilles fera partie intégrante de la collection du patrimoine sportif du ministère des Sports, avec la possibilité qu'elle soit présentée ultérieurement dans l'une des expositions du futur musée des Sports. La piste elle-même, les quilles et les boules seront réutilisés au « Suzuka Youth Center », un centre de loisirs pour les jeunes dans la préfecture de Mie (région du Kansai).

PLANTES



11 arbres seront replantés par la ville de Nantan (préfecture de Kyoto) dans le contexte du festival « National Urban Greening Fair » qui se tiendra de 2025-2026 à Kyoto Tamba. De plus, un arbre et 10 haies ont été replantés dans la préfecture de Yamanashi sur le site de « Naito House », l'entreprise japonaise en charge de la construction du Pavillon du Luxembourg.

ÉQUIPEMENT AUDIOVISUEL



Le matériel audiovisuel et d'éclairage (AVL) provenait essentiellement de locations. 80% des divers éléments AVL utilisés constituaient du matériel de seconde main, respectivement seront réutilisés après l'Expo 2025 Osaka.

MEUBLES DES ESPACES « VIP »



Les meubles des espaces « VIP » seront revendus sur la plateforme digitale de « Rakuten » à travers l'entreprise « E-unit ».

MEMBRANE



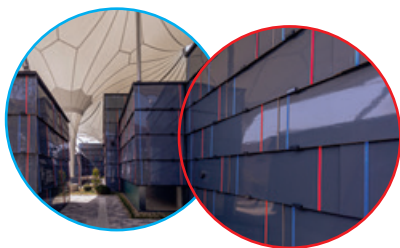
Sur base de la membrane du Pavillon, la société japonaise « Mondo Design » basée à Osaka, réalisera des sacs et autres produits de petite maroquinerie.

BLOCS DE FONDATION EN BÉTON

Nesta Resort Kobe, un parc d'attractions situé dans l'agglomération de Kobe, réutilisera l'entièreté des 220 « megablocs » employés pour les fondations du Pavillon dans un projet d'architecture paysagère.



PANNEAUX EXTÉRIEURS



« Shinko Kensetsu », une société japonaise basée à Kyoto, réutilisera les panneaux extérieurs pour réaliser le coffrage de fondations en béton.

STRUCTURE PORTANTE EN ACIER

La ville de Katano, située dans la préfecture d'Osaka, projette de réemployer en 2028 une partie de la structure pour la construction d'espaces communautaires et de locaux techniques sur le site actuel d'un collège.



COMMUNICATION

La stratégie, introduite dès 2022, s'est articulée autour d'une communication régulière **à travers les relations publiques, les réseaux sociaux, le site web « expopavilion.lu » et une newsletter.**

Elle s'est progressivement intensifiée à partir de la pose de la première pierre en janvier 2024 pour atteindre son pic

pendant la durée de l'Expo qui a ouvert ses portes le 13 avril 2025. Les efforts de communication s'adressaient à la fois à un public luxembourgeois et japonais.

Les mois les plus performants d'un point de vue « communication » étaient avril et octobre 2025, c'est-à-dire les mois d'ouverture et de clôture de l'Expo 2025 Osaka.

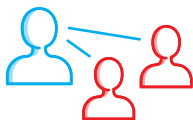


JAPON

Les efforts de communication au Japon se sont concentrés sur la période durant l'Expo 2025 Osaka.

Durant l'Expo, 127 journalistes/représentant médias ont visité le Pavillon, dont 114 japonais et 13 luxembourgeois.

EN 2025, LES ACTIONS DANS LE DOMAINE DES RELATIONS PUBLIQUES ONT GÉNÉRÉ :



- | 318 retombées médiatiques :
- | 126 articles dans la presse écrite,
- | 149 publications web et 43 reportages télévisés

LES THÈMES ABORDÉS :



- | La diversité de la société luxembourgeoise
- | L'économie circulaire et la durabilité (dont l'architecture du Pavillon)
- | La gastronomie

LA COUVERTURE MÉDIATIQUE ÉTAIT MAJORITAIREMENT POSITIVE OU NEUTRE

LUXEMBOURG ET INTERNATIONAL (HORS JAPON)

DEPUIS JANVIER 2025, JUSQU'À LA FIN DU MOIS D'OCTOBRE :



- | 311 articles ou mentions ont été recensés dans la presse luxembourgeoise et internationale.
- | La majorité de ces parutions prenaient la forme d'articles de fond dans la presse magazine ou quotidienne, également relayés en ligne.
- | La couverture médiatique était majoritairement positive ou neutre.

La stratégie digitale du Pavillon luxembourgeois (Facebook, Instagram, LinkedIn, X/Twitter, YouTube, Google MyBusiness) a conféré une visibilité croissante et continue au Pavillon.

EN 2024



254.594 VUES*
générées par 483 publications
(posts/tweets) et 1.132 stories



9.680
abonnés

ENTRE JANVIER ET OCTOBRE 2025, L'ACTIVITÉ S'EST INTENSIFIÉE AVEC



1.811
POSTS

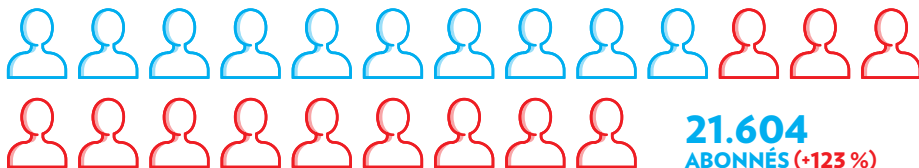


3.252
STORIES



4.406.967
VUES*

* visibilité potentielle



Un post du gouverneur d'Osaka, Hiro Yoshimura, le montrant déguster une « Grillwurst » au Pavillon luxembourgeois en août 2025 a récolté plus de 3,4 millions de « likes » sur Facebook. Sur Twitter/X, son tweet sur ce sujet a été partagé plus de 800 fois et a remporté 306 nouveaux abonnés au Pavillon luxembourgeois.



- | Instagram s'est imposé comme la plateforme la plus performante (3,96 millions vues).
- | Toutes ces performances ont été obtenues de manière entièrement organique, sans contenu sponsorisé ni publications payantes.

« LUXEMBOURG PAVILION »

L'application « Luxembourg Pavilion », développée par « Virtual Rangers », permet de découvrir le Pavillon luxembourgeois de manière virtuelle, ainsi que des modèles 3D de plusieurs points de repères du Luxembourg créés par « Artec3D ». Il était également possible de découvrir ces modèles 3D dans la file d'attente du Pavillon en scannant des codes QR fixés aux murs avec un téléphone portable.

La collaboration entre « Virtual Rangers » et « Artec3D » témoigne du savoir-faire et du professionnalisme des entreprises luxembourgeoises dans les technologies numériques. L'application « Luxembourg Pavilion » est disponible gratuitement sur l'Apple Store (iOS) et Google Play (Android).

APPLICATION « LUXEMBOURG PAVILION »

**376**

via Google Play

**21.020**

via Apple

**21.396**

téléchargements

TÉLÉCHARGEMENTS PAR PAYS :

18.937

au Japon

212

au Luxembourg

50

aux États-Unis

33

en France

15

en Allemagne

107 dans

les autres pays

DÉCOUVERTE DES MODÈLES 3D (RÉALITÉ AUGMENTÉE) DES POINTS DE REPÈRES DU LUXEMBOURG

LES DIFFÉRENTS POINTS DE REPÈRES

* Œuvre d'art créée par l'artiste Serge Ecker



Gëlle Fra



Huelen Zant

Palais
Grand-DucalRégion de
la Moselle

Melusina*

Château de
Vianden**524.000**

Nombre de fois que les points de repères ont été
scannés au sein du Pavillon.

182.000

Nombre total d'utilisateurs uniques

VENTES

SHOP



- | Sur une gamme de 21 produits, 15.289 pièces ont été vendues.
- | Les 3 produits les plus populaires étaient les pins, les porte-clés, et les magnets.

GASTRONOMIE



- | Ouverture quotidienne : 10h30 à 20h00
- | Files d'attente de 40 à 80 personnes dès 10h00
- | Passage régulier de 25 à 30 clients toutes les 15 à 20 minutes
- | Volume : $\approx$ 1200 ventes par jour



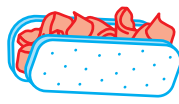
52.000

Grillwurst vendues



19.500

Gromperekichelecher
vendus



7.800

Brioche
Feierstengszalot
vendues



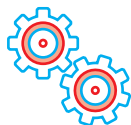
3.700

verres de vin vendus

4.800

verres de crémant vendus

ACCESSOIRES MEMBRANE



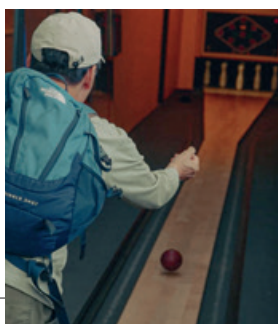
1.368

articles de maroquinerie
précommandés



134

précommandes à destination
du Luxembourg



Le GIE Luxembourg @ Expo 2025 Osaka est un groupement d'intérêt économique créé par l'État luxembourgeois et la Chambre de Commerce ayant pour mission la planification, la construction, l'exploitation ainsi que la déconstruction du Pavillon luxembourgeois à l'Exposition universelle 2025 Osaka.



|| SPONSOR



|| CONTACT

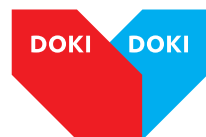
GIE Luxembourg@Expo 2025 Osaka

9, rue du Palais de Justice
L-1841 Luxembourg

connect@expopavilion.lu | www.expopavilion.lu

 [luxembourg.expopavilion](https://twitter.com/luxembourg.expopavilion)
   [Luxembourg Expo Pavilion](#)

#luexpo2025osaka



THE LUXEMBOURG HEARTBEAT