

**Rapporto
sulla partecipazione
della Svizzera
all'Esposizione
universale
di Milano 2015 – pagina 05**

**Bericht über die Schweizer Teilnahme
an der Weltausstellung 2015 Mailand – Seite 37**

**Rapport sur la participation de la Suisse
à l'Exposition universelle de Milan 2015 – page 77**

01 – Introduzione

La Svizzera, membro del *Bureau international des expositions* dalla sua fondazione nel 1928, ha partecipato all'Esposizione universale di Milano del 2015 (Expo Milano).

All'esposizione, tenutasi dal 1° maggio al 31 ottobre 2015 e dedicata al tema *Nutrire il pianeta, energia per la vita*, erano presenti 141 partecipanti ufficiali, fra cui quattro organizzazioni internazionali, in particolare l'ONU e la Commissione europea. Gli obiettivi in termini di affluenza, fissati dagli organizzatori in 20 milioni di visitatori, sono stati ampiamente superati toccando quota 21,5 milioni di persone, il 70 per cento delle quali provenienti dall'Italia.

Situata alle porte della Svizzera, l'Expo ha permesso al nostro Paese di promuovere i propri interessi e presentare i propri valori al vasto pubblico accorso a Milano. Il successo del Padiglione svizzero va senza dubbio ricondotto al grande impegno del settore privato, dei Cantoni, delle città e dei numerosi dipartimenti e uffici federali coinvolti. Per il nostro Paese si trattava inoltre di sfruttare l'occasione per sottolineare la propria italianità sul piano internazionale e interno, valorizzando la lingua e cultura italiana che in Svizzera sono rappresentate dal cantone Ticino, ma hanno un forte radicamento anche nei Grigioni.

02

– Un'esposizione alle porte della Svizzera

La partecipazione del nostro Paese a Expo Milano si iscrive nella strategia di politica estera 2012–2015 del Consiglio federale volta a rafforzare le relazioni bilaterali con gli Stati confinanti. Sulla base degli stretti legami che uniscono Svizzera e Italia in tutti i settori, nel 2010 il Consiglio federale ha deciso di partecipare all'esposizione affidando la direzione del progetto a Presenza Svizzera, un'unità del DFAE. La Svizzera è stato il primo Paese, nel 2011, ad annunciare la propria adesione e a firmare il contratto di partecipazione.

Nel 2012 le Camere federali hanno approvato senza opposizioni il messaggio del Consiglio federale relativo al progetto e a un credito d'impegno di 23,1 milioni di franchi, di cui una cospicua parte – pari ad almeno 8 milioni di franchi – avrebbe dovuto provenire da sponsorizzazioni.

03

– Il Padiglione svizzero a Expo Milano e i suoi contenuti

Il 19 agosto 2011 Presenza Svizzera ha indetto un concorso internazionale anonimo a due livelli, secondo le regole dell'OMC, per la realizzazione del Padiglione svizzero. Lo scopo del concorso era quello di selezionare un progetto che, grazie a forma e contenuto, permettesse di rappresentare la Svizzera in modo accattivante e sorprendente, tenendo conto del tema dell'esposizione e dell'immagine del nostro Paese in Italia.

Il 20 gennaio 2012 dalla rosa di 103 proposte la giuria di esperti ha selezionato il progetto *Confooderatio Helvetica* dello studio d'architettura *netwerch* di Brugg. Decisivo è risultato il chiaro messaggio veicolato, stimolo alla riflessione sulla responsabilità del singolo, sull'equa ripartizione delle derrate alimentari e sullo sviluppo sostenibile.

Conformemente alla legge federale sugli acquisti pubblici, in seguito al bando di concorso il 4 marzo 2014 il Dipartimento federale degli affari esteri ha assegnato l'appalto per la costruzione del Padiglione svizzero alla Nüssli Schweiz SA in qualità di impresa generale.

Il Padiglione svizzero – la cui superficie era pari a 4433 m² – consisteva in una grande piattaforma aperta e in quattro torri, accessibili tramite ascensori. Arrivati in cima, i visitatori potevano servirsi di prodotti simbolici della Svizzera. Nelle torri, che si sviluppavano su quattro piani, erano immagazzinati quattro alimenti diversi: caffè, mele essiccate, sale e bicchieri d'acqua. Riempite una sola volta all'inizio dell'Expo, man mano che le torri si svuotavano si abbassavano anche le piattaforme su cui poggiavano, modificando la struttura del Padiglione.

Il Padiglione svizzero ha voluto stimolare i visitatori a riflettere sulle sfide del consumo, lasciando loro la responsabilità di scegliere quanti prodotti prendere. La ripartizione ineguale dei prodotti nelle torri – 2,5 milioni di bustine di caffè; 420 000 sacchetti di rondelle di mele; 1,34 milioni di cubetti di sale;

350 000 bicchieri per acqua del rubinetto - ha rispecchiato la ripartizione ineguale delle risorse nel mondo. Il 10 ottobre le rondelle di mele erano esaurite, un giorno prima dei bicchieri d'acqua. I prodotti restanti (sale e caffè) sono stati donati al Banco alimentare di Milano che promuove il recupero delle eccedenze alimentari e la loro redistribuzione alle strutture caritatevoli.

Il Padiglione svizzero comprendeva inoltre una serie di spazi espositivi gestiti dai partner della Confederazione: l'esposizione dei Cantoni partner del San Gottardo (Grigioni, Ticino, Uri e Vallese) dedicata all'acqua, le esposizioni delle città, che si sono susseguite e hanno permesso loro di presentarsi dalla prospettiva dell'alimentazione ma anche della scienza o della cultura, l'esposizione interattiva di Nestlé *Feed your mind* su scienza e alimentazione e l'esposizione *Il Tempo*, sostenuta dall'orologiaio Vacheron Constantin.

Gli spazi esterni sotto la passerella e nel giardino hanno accolto il palco, l'installazione dedicata all'apertura della nuova galleria ferroviaria del Gottardo, l'installazione ludica di Svizzera Turismo *Switzerball* nonché l'installazione e il gioco interattivo *Plant doctor*, sostenuti dalla Direzione dello sviluppo e della cooperazione.

Il 70 per cento dei materiali utilizzati per il Padiglione svizzero è stato riciclato e riutilizzato, una percentuale in linea con gli obiettivi e superiore a quella di padiglioni simili, che secondo le stime del costruttore si attestano in media tra il 10 e il 15 per cento di componenti riciclati. Non è stato invece possibile realizzare l'idea iniziale di ricostruire le torri in una o più città per creare spazi verdi urbani. Dopo i primi colloqui con varie città svizzere, i vincoli sul piano edilizio e gli elevati costi di trasporto e di ricostruzione non hanno permesso di trovare un accordo.

04 – Un'opportunità per promuovere l'immagine della Svizzera in Italia

Expo Milano ha permesso di lanciare una vasta campagna promozionale in Italia. L'obiettivo era trasmettere alla popolazione e ai media italiani e internazionali un'immagine diversificata della Svizzera, mettendo in risalto i punti forti (ricchezza culturale, ricerca e innovazione, creatività) e i cliché positivi che le sono associati. In Italia la Svizzera si è presentata come un Paese aperto, responsabile e solidale nel settore dell'alimentazione. Il Padiglione svizzero ha funto anche da piattaforma per presentare i trasporti pubblici e i punti di forze del turismo svizzero, secondo gli obiettivi definiti dalla mozione de Buman, «L'Expo 2015 deve rappresentare un'opportunità per i trasporti pubblici e il turismo svizzeri» (12.3287).

La campagna ha preso avvio un anno prima dell'inizio dell'esposizione. Nel 2014 la Svizzera ha organizzato il *Giro del gusto*, un tour itinerante in tre città italiane: Milano, Roma e Torino. Grazie a questa iniziativa unica nel suo genere la Svizzera ha avuto la possibilità di promuovere la propria visibilità e sviluppare idee e contenuti da proporre nel Padiglione svizzero, in particolare nel settore agricolo e in quello agroalimentare, in collaborazione con i partner presenti.

05

– Un’opportunità per promuovere il settore agroalimentare

L’esposizione universale di Milano sul tema dell’alimentazione si è rivelata un’occasione unica per presentare le eccellenze agroalimentari svizzere a un pubblico internazionale. Il grande impegno di Agro Marketing Svizzera (AMS) e dell’Ufficio federale dell’agricoltura ha permesso di riempire la torre delle rondelle di mele e di offrire ai visitatori un ampio spaccato dei prodotti alimentari svizzeri attraverso un’offerta gastronomica di qualità e a prezzi adeguati al mercato italiano. Il settore ha assunto un ruolo di primo piano durante tutta l’Expo, partecipando a numerosi dibattiti e organizzando delegazioni per le varie associazioni.

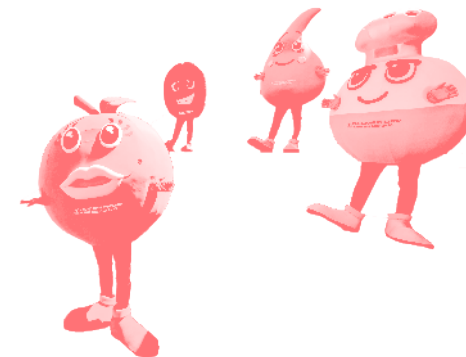
Le specialità alimentari, vini compresi, sono state selezionate d’intesa con i Cantoni partner del Gottardo (Grigioni, Ticino, Uri e Vallese) e le città partner (Basilea, Ginevra e Zurigo). Le associazioni mantello hanno curato la selezione dei fornitori basandosi sui criteri stabiliti dal gestore del ristorante, Palexpo SA Ginevra.

L’atelier del cioccolato, promosso in collaborazione con il Technorama di Winterthur, si è imposto come uno degli appuntamenti più popolari del Padiglione. L’atelier ha proposto un’esperienza ludica e didattica sulle peculiarità di un prodotto fondamentale per la reputazione della Svizzera all’estero, sottolineando soprattutto la capacità innovativa che ne ha favorito l’evoluzione e gli impegni della Svizzera nei confronti dei produttori di cacao.

Il Padiglione svizzero ha altresì offerto al settore agroalimentare svizzero una vetrina ottimale per presentare i prodotti alimentari e le prestazioni dell’agricoltura svizzera, secondo gli obiettivi definiti dalla mozione Schibli «Expo 2015. Una vetrina per l’agricoltura svizzera» (11.3260). Sotto la guida di AMS l’agricoltura svizzera ha assunto un ruolo di primo piano grazie alle rondelle di mele destinate a una delle quattro

torri e fornite da piccoli produttori della Svizzera orientale che hanno incarnato la qualità, la biodiversità e la capacità di diversificazione del settore agricolo svizzero.

La partecipazione della Svizzera a Expo Milano ha permesso infine a numerose aziende svizzere del settore agroalimentare di consolidare la loro posizione in Italia e stringere nuovi contatti.



Fattosa

06

– Il partenariato pubblico-privato

Nel suo messaggio il Consiglio federale specificava che la Confederazione doveva ricorrere a fondi esterni per finanziare la partecipazione della Svizzera a Expo Milano. Le Camere federali hanno avallato questa decisione nel 2012, confermando che una parte cospicua (almeno 8 mio. fr.) doveva provenire da sponsorizzazioni. Tirate le somme, il bilancio risulta positivo: il Padiglione svizzero ha generato 9,2 milioni di franchi (6,4 mio. fr. di prestazioni finanziarie e 2,8 mio. fr. di prestazioni in natura) provenienti per il 60 per cento dal settore privato e per il 40 per cento dal settore pubblico.

Gli sponsor erano Nestlé, i Cantoni dei Grigioni, di Uri, del Vallese e del Ticino (che in seguito alla bocciatura alle urne del finanziamento pubblico ha finanziato la sua partecipazione a Expo Milano con fondi privati), le città di Basilea, Ginevra e Zurigo, le Saline Svizzere, Vacheron Constantin, Clariant, Geberit, Nüssli, Agro Marketing Svizzera/Unione svizzera dei contadini, Chocosuisse, Caran d'Ache, heidi.com, Glas Trösch, Swiss Wine Promotion, Svizzera Turismo, Bigla, Vitra, Horgenglarus, Freitag e Ochsner Shoes.

Presenza Svizzera ha concluso un accordo di collaborazione con Switzerland Global Enterprise mettendole a disposizione gli spazi del Padiglione svizzero per l'organizzazione di eventi destinati alle aziende. Sono così stati organizzati numerosi eventi di networking e presentazioni di PMI svizzere.

Presenza Svizzera ha inoltre collaborato con una serie di importanti partner istituzionali in tema di sicurezza alimentare e sviluppo sostenibile: la Direzione dello sviluppo e della cooperazione, l'Ufficio federale dell'agricoltura, l'Ufficio federale dei trasporti, l'Ufficio federale della sicurezza alimentare e di veterinaria, l'Unione svizzera dei contadini, l'Ufficio dell'ONU per il coordinamento degli affari umanitari, l'Organizzazione mondiale della sanità e il Codex Alimentarius.

Il sondaggio effettuato tra i partner presenta un bilancio complessivamente positivo del loro impegno nell'ambito della partecipazione svizzera a Expo 2015 e della collaborazione con Presenza Svizzera. I partner hanno valutato in modo molto positivo i contenuti, il messaggio veicolato e la posizione del Padiglione svizzero. Riscontri favorevoli hanno avuto anche la qualità e l'organizzazione degli eventi ufficiali (giornata di apertura, giornata della Svizzera, 1° agosto ecc.) e le misure di comunicazione che li hanno accompagnati.

Nella maggior parte dei casi gli obiettivi dei partner, ad esempio la capacità di arrivare al pubblico target o il posizionamento dei marchi, sono stati raggiunti o superati, in particolare per quanto riguarda i tassi di affluenza. I partner danno un giudizio positivo anche alle prestazioni ottenute come contropartita della sponsorizzazione e all'offerta in termini di accoglienza. La maggioranza afferma che il partenariato con Presenza Svizzera si è rivelata positiva e indica, come specifico valore aggiunto, la partecipazione a un'esposizione universale a pochi passi dalla Svizzera e in un Paese importante come sbocco commerciale. Molto apprezzata è stata anche la forte visibilità per un pubblico internazionale, le buone opportunità di comunicazione sia sul piano nazionale che internazionale, la grande presenza mediatica nonché la cura dei contatti con clienti, partner e opinion leader. Alcuni sottolineano il fatto che il trasferimento d'immagine positivo attraverso la collaborazione con la Svizzera ufficiale rappresenta un grande valore aggiunto. La maggior parte dei partner dichiara di esser pronta a collaborare nuovamente con Presenza Svizzera nell'ambito di progetti futuri.

07

– Le visite ufficiali

Considerata la prossimità geografica e l'importanza del tema dell'alimentazione la Confederazione ha potuto sfruttare il Padiglione svizzero per rafforzare le relazioni bilaterali e internazionali.

Il 18 maggio 2015 Expo Milano ha festeggiato la giornata ufficiale della Svizzera, cui hanno preso parte la presidente della Confederazione Simonetta Sommaruga, il presidente del Consiglio nazionale Stéphane Rossini, il presidente del Consiglio degli Stati Claude Hêche e i rappresentanti dei Cantoni e delle città partner del Padiglione svizzero. La presidente della Confederazione ha poi incontrato il giorno stesso a Roma il presidente del Consiglio dei Ministri Matteo Renzi. Argomenti di discussione sono stati la politica europea e migratoria e le relazioni bilaterali.

Nella giornata speciale dedicata alla Svizzera dei trasporti e dell'energia, che ha avuto luogo l'8 giugno, la consigliera federale Doris Leuthard ha approfittato della piattaforma offerta dal Padiglione svizzero per lanciare a livello internazionale il conto alla rovescia per l'apertura della galleria di base del San Gottardo, prevista per il 1° giugno 2016.

Il 17 giugno il Padiglione ha ospitato la Commissione scientifica mista Svizzera-Italia, guidata dal ministro italiano dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca Stefania Giannini e dal capo della Segreteria di Stato per la formazione, la ricerca e l'innovazione, Mauro Dell'Ambrogio.

Il 25 giugno il Padiglione svizzero ha ospitato il *Food Security Day*, promosso dall'Ufficio federale dell'agricoltura, con un panel di esperti internazionali incentrato sugli effetti climatici globali e sulla produzione agricola. Il discorso di apertura è stato tenuto dal consigliere federale Johann Schneider-Ammann, capo del Dipartimento federale dell'economia, della formazione e della ricerca.

Il consigliere federale Johann Schneider-Ammann e il presidente del Consiglio degli Stati Claude Hêche hanno festeggiato il primo d'agosto nel Padiglione svizzero con un brunch contadino organizzato in collaborazione con i produttori premiati al Concorso svizzero dei prodotti regionali.

Il 4 agosto, in occasione della giornata speciale dedicata alla sicurezza dei prodotti alimentari, il consigliere federale Alain Berset, capo del Dipartimento federale dell'interno, e i produttori e distributori svizzeri di derrate alimentari hanno firmato «l'Iniziativa di Milano», un memorandum d'intesa il cui obiettivo è ridurre, nel corso dei prossimi quattro anni, il tenore di zucchero negli yogurt e nei cereali per la prima colazione.

Il 19 agosto Expo Milano ha ospitato la Giornata umanitaria mondiale organizzata dalle Nazioni Unite e dai Governi di Italia e Svizzera in collaborazione con associazioni della società civile. La Svizzera era rappresentata dall'ambasciatore Manuel Bessler, delegato del Consiglio federale all'aiuto umanitario.

Il consigliere federale Ueli Maurer e la consigliera federale Eveline Widmer-Schlumpf hanno visitato il Padiglione svizzero a titolo privato.

Il capo del Dipartimento federale degli affari esteri Didier Burkhalter ha visitato il Padiglione svizzero e i padiglioni dei Paesi vicini il 30 ottobre. In tale occasione ha partecipato ai lavori conclusivi del Forum di dialogo fra Svizzera e Italia.

Le delegazioni di tre importanti commissioni parlamentari – le Commissioni della scienza, dell'educazione e della cultura del Consiglio nazionale e del Consiglio degli Stati e la Commissione di politica estera del Consiglio degli Stati – hanno visitato il Padiglione svizzero, che ha accolto anche numerosi altri rappresentanti delle autorità politiche federali, cantonali

e comunali, come la cancelliera della Confederazione e oltre 60 membri delle Camere federali. A livello cantonale il Padiglione svizzero ha accolto oltre 50 membri dei governi e più di 160 membri dei parlamenti cantonali.

Infine i partner del Padiglione svizzero, in particolare le città e i Cantoni, hanno dato un contributo decisivo alla realizzazione di un programma culturale e artistico ricco di concerti, animazioni, conferenze e dibattiti pubblici. Tutti i partner del settore pubblico, ovvero le città di Basilea, Ginevra e Zurigo e i Cantoni dei Grigioni, del Ticino, di Uri e del Vallese, hanno organizzato una giornata ufficiale cui hanno potuto partecipare le rispettive autorità politiche e i rappresentanti del mondo economico, scientifico e culturale.

08 – La partecipazione della Svizzera in cifre

Il budget risulta rispettato e il quadro finanziario si presenta come segue:

	Preventivo	Consuntivo
Direzione del progetto Presenza Svizzera	3'000'000	3'268'163
Pianificazione, costruzione, smontaggio Padiglione	12'100'000	14'648'878
Gestione Padiglione	4'730'000	3'273'972
Misure di comunicazione complementari	2'000'000	1'457'988
Riserve	1'270'000	
Tagli lineari 2014-2015	-450'800	
Totale uscite	22'649'200	22'649'000
Entrate finanziarie sponsorizzazioni	8'000'000	6'338'566
Entrate in natura sponsorizzazioni		2'815'920
Totale entrate	8'000'000	9'154'486

L'aumento della voce «Direzione del progetto PRS» si spiega con modifiche di registrazione contabile. Previsti in un primo momento alla voce «Costi funzionamento padiglione», i costi per il personale sono invece stati contabilizzati alla voce generale «Direzione del progetto».

L'aumento della voce «Studi, costruzione e smontaggio del padiglione» è riconducibile a un adattamento del progetto alle esigenze tecniche e finanziarie. Alla voce «Costi funzionamento padiglione» sono stati effettuati dei risparmi e le riserve inizialmente previste sono state utilizzate per i lavori di riadattamento del Padiglione.

Per rispettare i tagli lineari imposti (450 800 fr.), Presenza Svizzera ha ridotto la voce «Misure di comunicazione connesse» di 500 000 franchi.

Le cifre seguenti presentano una panoramica complessiva della partecipazione della Svizzera all'Expo:

totale visitatori in occasione del Giro del Gusto 2014:
oltre 100 000 (Milano, Roma, Torino)

+
visitatori dell'Expo Milano 2015: **21,5 milioni**
(70% Italia, 30% estero)

+
principali Paesi d'origine dei visitatori esteri: Svizzera,
Francia, Germania, Cina

+
totale visitatori del Padiglione svizzero: **2,1 milioni**
(70% Italia, 20% Svizzera, 10% resto del mondo), ovvero il
10 per cento dell'affluenza totale registrata da Expo

+
numero di articoli pubblicati in Italia, Svizzera e altri paesi
sul Padiglione svizzero: 1650 (valore commerciale equivalente
stimato in 6 mio. fr.)

+
primo padiglione estero per citazioni nei media e su Internet in
Italia, davanti a Giappone e Cina (fonte Expo 2015)

+
sito Internet www.padiglionesvizzero.ch e social media
(Facebook, Twitter, Instagram): **40 000** fan, 164 milioni di
contatti digitali generati

+
il 98,5 per cento dei visitatori si è dichiarato pronto a
raccomandare la visita al Padiglione svizzero dopo averlo
visitato (sondaggio PRS)

+
dopo la visita, il **20 per cento** dei visitatori ha dichiarato
di avere un'immagine più positiva della Svizzera

+

180 000 piatti serviti al ristorante e al take away. Al ristorante i piatti più richiesti sono stati: pizzoccheri della Val Poschiavo, fondue moitié-moitié e sminuzzato di vitello alla zurighese

+

50 000 porzioni vendute di raclette del Vallese AOP

+

5500 bottiglie di vino vendute. I vini più richiesti: Fendant (Vallese), Merlot (Ticino), Gamaret Garanoir (Ginevra)

+

900 eventi organizzati dal Padiglione, dai suoi partner o da partner esterni, con oltre **100 000** partecipanti

+

atelier del cioccolato: proposto 365 volte, 225 000 fave di cacao utilizzate

+

promozione economica: 81 eventi specifici, 5000 partecipanti, compreso il settore del turismo

+

attività dello Swiss Business Hub Italia: 12 eventi, 900 partecipanti, in particolare Repower, SwissRE, Novartis Italia, Axpo Italia, KPMG, Calex.

+

22 delegazioni economiche hanno visitato il Padiglione, per un totale di 500 persone provenienti dal settore privato (Migros, Economiesuisse, SissMem, Emmi) o pubblico (SECO, uffici di promozione economica cantonale).

09

– Sulle orme di Expo 2015: Astana 2017 e Dubai 2020

La Svizzera ha saputo mettere a frutto la propria partecipazione a Expo Milano 2015 principalmente grazie a un padiglione basato su un concetto forte in grado di valorizzare in maniera efficace gli interessi del Paese. La prossimità geografica e il tema dell'esposizione hanno facilitato la presentazione dei punti di forza della Svizzera.

Le prossime due esposizioni di categoria A e B saranno di tutt'altro genere. Più lontane dai nostri ambiti di interesse immediati e incentrate su tematiche più specifiche renderanno assai diversa dal progetto milanese la partecipazione della Svizzera.

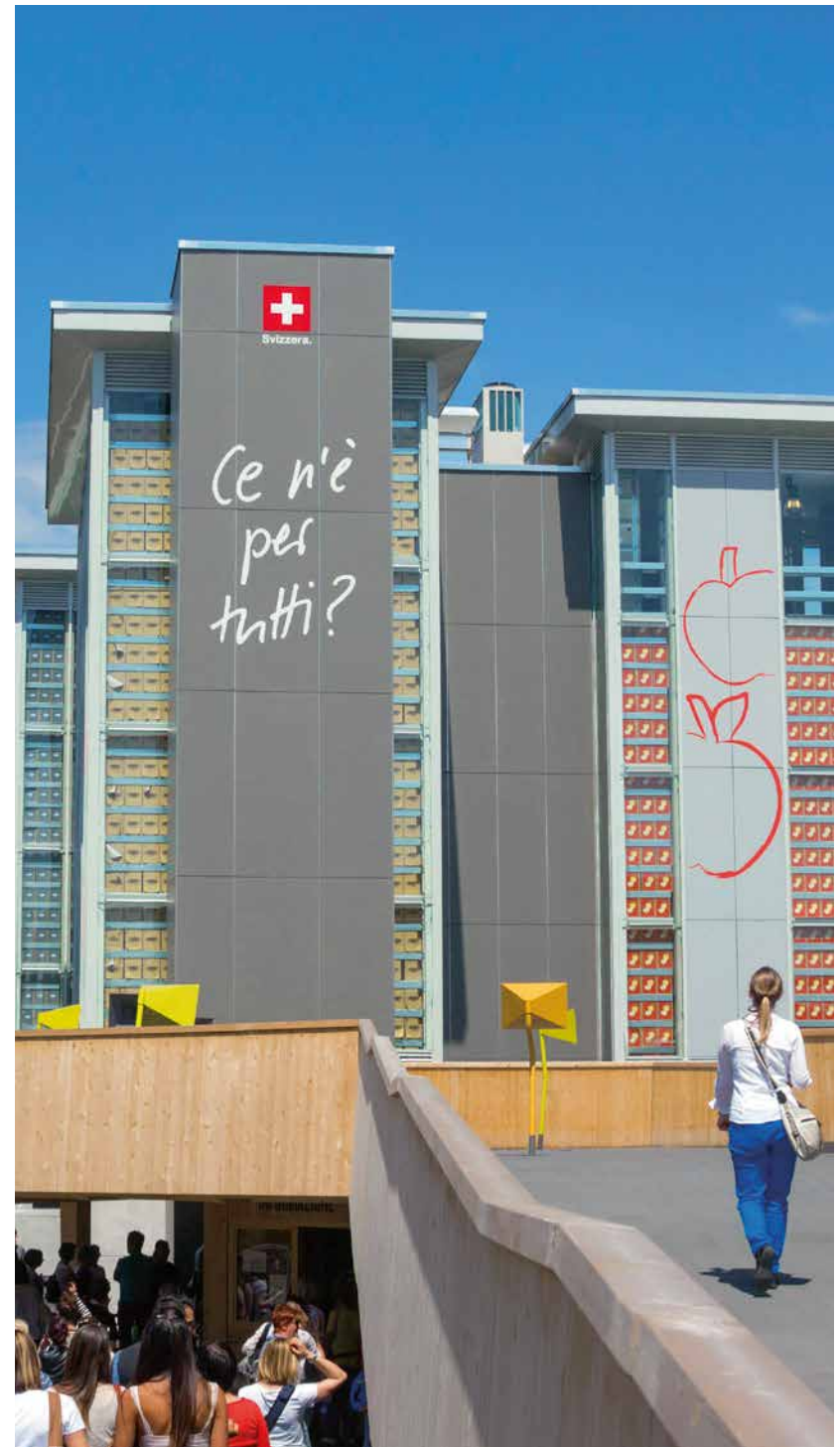
Sulla base della decisione del Consiglio federale del 22 aprile 2015, la Svizzera parteciperà all'esposizione internazionale (categoria B) che si terrà dal 10 giugno al 10 settembre 2017 ad Astana, capitale del Kazakistan, e ruoterà attorno al tema *Future energy*. Con la sua partecipazione la Svizzera desidera trasmettere il proprio know-how scientifico e l'innovazione che la caratterizza in campo energetico, sottolineando in particolare l'approccio responsabile allo sfruttamento delle risorse naturali. Considerato il potenziale economico, il Kazakistan risulta una meta interessante per le imprese svizzere, soprattutto del settore cleantech, che hanno già manifestato il proprio interesse ad associarsi al padiglione svizzero.

Grazie alla partecipazione della Svizzera all'esposizione internazionale queste imprese avranno l'occasione di presentare le proprie attività e i propri prodotti a un vasto pubblico e a partner potenziali. Anche la Segreteria di Stato per la formazione, la ricerca e l'innovazione si impegnerà nel progetto, che vedrà la coproduzione DFAE/DEFER di una prima swissnex mobile. Quest'ultima mira a rafforzare la collaborazione tra i vari attori coinvolti, che si tratti di ricercatori, start up o industrie. Sulle orme della COP21 questa esposizione permetterà alla Svizzera di mostrare

il suo impegno e presentare i suoi punti di forza nel campo delle energie pulite. Il budget della partecipazione svizzera ammonta a 4,7 milioni di franchi, di cui 3,15 (importo stimato) a carico della Confederazione, dopo la deduzione dei contributi versati dai partner.

La prossima esposizione universale (categoria A) si terrà a Dubai, negli Emirati arabi uniti (EAU), dal 20 ottobre 2020 al 10 aprile 2021, e sarà dedicata al tema *Connecting minds, creating the future*. Gli organizzatori prevedono la partecipazione di 182 Paesi e 25 milioni di visitatori, di cui il 30 per cento provenienti dagli EAU e il 70 per cento dal resto del mondo. Il Consiglio federale non ha ancora discusso in merito alla partecipazione della Svizzera, ma dovrebbe decidere all'inizio del 2016 in modo da permettere la redazione di un messaggio da sottoporre al Parlamento nel 2017. Anche se sul piano delle nostre relazioni bilaterali, questa esposizione non presenta lo stesso interesse di quella di Milano, si deve notare che Presenza Svizzera ha già ricevuto varie sollecitazioni e manifestazioni di interesse verso una partecipazione provenienti da vari ambienti (scientifico, economico e turistico). D'altro canto, a livello di interessi diplomatici e importanza geopolitica della regione, una partecipazione a Expo Dubai 2020 potrebbe tradursi in una piattaforma di comunicazione importante.

Ce n'è
per
tutti?



CEN'È PER TUTTI?

**Le torri del Padiglione svizzero, icona del consumo responsabile
Die Türme des Schweizer Pavillons, Ikonen des verantwortungsbewussten Konsums
Les tours du Pavillon suisse, icônes de la consommation responsable**



GIRO DEL GUSTO, Milano, 30.4-11.5.2014
 La Casa Svizzera nel cuore del Parco del Sempione
Das «House of Switzerland» im Herzen des Simplonparks
 La Maison suisse au coeur du Parc du Simplon



GIRO DEL GUSTO, Roma, 22.9-26.9.2014
 Villa Maraini, sede dell'Istituto svizzero, seconda tappa del tour itinerante
Villa Maraini, Sitz des Schweizer Instituts, zweite Etappe der Roadshow
 Villa Maraini, siège de l'Institut suisse, deuxième étape du road show



GIRO DEL GUSTO, Torino, 23.10-27.10.2014
 Salone internazionale del gusto, tappa finale del tour itinerante
Salone internazionale del gusto, Schlussetappe der Roadshow
 Salon international du goût, étape finale du road show



GIRO DEL GUSTO, Milano, 30.4.2014
Apertura ufficiale del tour itinerante
Offizielle Eröffnung der Roadshow
Ouverture officielle du road show



RHO FIERA EXPO MILANO, 12.9.2014
La posa della prima pietra del Padiglione svizzero
Grundsteinlegung des Schweizer Pavillons
Pose de la première pierre du Pavillon suisse



RHO FIERA EXPO MILANO, PADIGLIONE SVIZZERO, 29.1.2015
Un abete sul tetto delle torri per festeggiare la fine della costruzione
Richtfest um den Abschluss der Bauarbeiten zu feiern
Le sapin sur le toit des tours pour célébrer la fin des travaux de construction



RHO FIERA EXPO MILANO, 1.5.2015
Il team del Padiglione svizzero al gran completo
Das vollständige Team des Schweizer Pavillons
L'équipe du Pavillon suisse au grand complet



La torre del caffè, simbolo dell'innovazione
Der Kaffeeturm, ein Symbol der Innovation
La tour du café, le symbole de l'innovation



La torre delle mele, simbolo della biodiversità
Der Apfelturm, ein Symbol der Biodiversität
La tour des pommes, le symbole de la biodiversité

**Rapporto sulla partecipazione della Svizzera
all'Esposizione universale di Milano 2015** – pagina 05

Bericht über die Schweizer Teilnahme an der Weltausstellung 2015 Mailand – Seite 37

**Rapport sur la participation de la Suisse
à l'Exposition universelle de Milan 2015** – page 77

01 – Einleitung

Die Schweiz, die seit der Gründung im Jahr 1928 Mitglied des *Bureau International des Expositions* ist, hat an der Weltausstellung in Mailand 2015 (Expo Milano) teilgenommen.

Die Ausstellung unter dem Motto *Den Planeten ernähren, Energie für das Leben* verzeichnete vom 1. Mai bis zum 31. Oktober 2015 141 offizielle Teilnehmer, darunter vier internationale Organisationen wie die UNO und die Europäische Kommission. Das Ziel der Organisatoren von 20 Millionen Besucherinnen und Besuchern wurde überschritten: Die Expo empfing auf dem Messegelände 21,5 Millionen Besucherinnen und Besucher, davon 70% aus Italien.

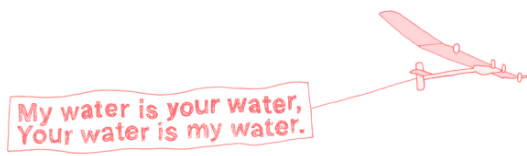
Die Expo vor der Haustür der Schweiz bot unserem Land Gelegenheit, vor einem Publikum, das zahlreich nach Mailand gereist war, erfolgreich seine Interessen und Werte zu vertreten. Der Erfolg des Schweizer Pavillons ist vor allem auf das starke Engagement der Partner aus der Privatwirtschaft, der Kantone, Städte und vieler Departemente und Bundesämter zurückzuführen. Ausserdem hatte die Schweiz die Chance, ihre «Italianità» auf internationaler Ebene zu präsentieren und die im Tessin, sowie im Graubünden präsente italienische Sprache und Kultur auch in der Schweiz in den Blickpunkt zu rücken.

02

– Eine Weltausstellung vor der Haustür der Schweiz

Der Grundsatzentscheid, an der Expo Milano teilzunehmen, bildet Bestandteil der Aussenpolitischen Strategie 2012–2015 des Bundesrates, die eine Vertiefung der bilateralen Beziehungen zu den Nachbarländern anstrebte. Angesichts der engen Beziehungen zwischen der Schweiz und Italien in sämtlichen Bereichen beschloss der Bundesrat 2010, an der Expo Milano teilzunehmen und Präsenz Schweiz, eine Organisationseinheit des EDA, mit der Projektleitung zu beauftragen. Die Schweiz hatte als erstes Land ihre Teilnahme angekündigt und 2011 einen Teilnahmevertrag unterzeichnet.

Die Botschaft über das Projekt und den entsprechenden Verpflichtungskredit von 23,1 Millionen Franken, wovon ein wesentlicher Anteil (mindestens 8 Millionen Franken) von Sponsoren stammen sollte, wurde 2012 von den eidgenössischen Räten ohne Gegenstimme genehmigt.



My water is your water,
Your water is my water.

03

– EXPO Schweizer Pavillon: Inhalte

Am 19. August 2011 lancierte Präsenz Schweiz einen WTO-konformen internationalen Projektwettbewerb für die Realisierung des Schweizer Pavillons, der in einem zweistufigen anonymen Verfahren durchgeführt wurde. Ziel war es, ein Projekt auszuwählen, an dem sich die Schweiz unter Berücksichtigung des Themas der Ausstellung und des Bildes der Schweiz in Italien inhaltlich und formell auf spannende und überraschende Weise darstellen konnte.

Am 20. Januar 2012 wählte die Jury unter 103 Vorschlägen das Projekt *Confoederatio Helvetica* des Architekturbüros Netwerch aus Brugg aus. Das Projekt überzeugte die Jury durch eine klare Botschaft, die zum Nachdenken über die Eigenverantwortung, die gerechte Verteilung von Nahrung und die Nachhaltigkeit anregt.

Gemäss dem Bundesgesetz über das öffentliche Beschaffungswesen erteilte das Eidgenössische Departement für auswärtige Angelegenheiten der Firma Nüssli Schweiz AG als Generalunternehmung am 4. März 2014 nach einem Vergabeverfahren den Zuschlag für den Bau des Schweizer Pavillons.

Der Schweizer Pavillon mit einer Fläche von 4433 m² umfasste eine grosse offene Plattform und vier Türme. Die Besucherinnen und Besucher wurden in den Türmen mit Aufzügen nach oben befördert, wo sie sich bedienen und symbolträchtige schweizerische Lebensmittel mitnehmen konnten. Die vierstöckigen Türme waren mit vier verschiedenen Arten von Produkten gefüllt: Kaffee, Apfelringe, Salz und Trinkwasserbecher. Die Türme wurden nur einmal, zu Beginn der Expo, aufgefüllt; je öfter sich die Besucherinnen und Besucher bedienten, desto mehr leerten sich die Türme. Dadurch senkten sich die Plattformen, auf denen die Produkte aufgebaut waren, und veränderten die Struktur des Schweizer Pavillons.

Der Schweizer Pavillon räumte den Besucherinnen und Besuchern

viel Selbstverantwortung ein: Sie entschieden selbst, wie viele Lebensmittel sie mitnahmen. Damit sollten sie zum Nachdenken über die Herausforderungen des Konsums angeregt werden. Die ungleiche Verteilung der Lebensmittel in den Türmen (2,5 Millionen Kaffeebeutel; 420 000 Päckchen mit Apfelringen; 1,34 Millionen Salzportionen; 350 000 Trinkwasserbecher) spiegelte die ungleiche globale Ressourcenverteilung wider. Am 10. Oktober 2015 waren die Apfelringe aufgebraucht – einen Tag vor den Wasserbechern. Die übrig gebliebenen Lebensmittel (Kaffee und Salz) wurden der Stiftung Banco alimentare in Mailand gespendet, die sich für die Sammlung von überschüssigen Lebensmitteln einsetzt und sie an wohltätige Einrichtungen verteilt.

Der Schweizer Pavillon umfasste auch Ausstellungen der Partner des Bundes: die Ausstellung der Gotthardkantone (Graubünden, Tessin, Uri und Wallis) zum Thema Wasser, die Wechselausstellungen der Städte, die sich unter dem Aspekt der Ernährung, der Wissenschaft oder der Kultur präsentierten, die interaktive Ausstellung von Nestlé *Feed your mind* über Wissenschaft und Ernährung und die von der Uhrenmarke Vacheron Constantin unterstützte Ausstellung *Il Tempo*.

In den Aussenräumen – unter der Fussgängerbrücke und im Garten – befanden sich die Bühne, die Installation über die Eröffnung des neuen Gotthard-Basistunnels, die spielerische Installation von Schweiz Tourismus *Switzerball* sowie die Installation und das interaktive Spiel *Plant Doctor*, die von der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit unterstützt wurden.

Rund 70% der Bauteile des Schweizer Pavillons wurden wiederverwertet oder weiterverwendet. Dieser Anteil entspricht den gesetzten Zielen und ist höher als bei vergleichbaren Pavillons (nach den Schätzungen des Pavillon-Herstellers durchschnittlich 10 bis 15%). Allerdings konnten die Türme anders als

ursprünglich geplant nicht in einer oder mehreren Städten neu aufgebaut werden, um als urbane Gewächshäuser zu dienen. Nach ersten Gesprächen mit mehreren Schweizer Städten zeigte sich, dass dies wegen baurechtlicher Einschränkungen und wegen der Kosten für Transport und Wiederaufbau nicht möglich war.

04

– Chance für die Imagepflege der Schweiz in Italien

Die Expo Milano bot Gelegenheit, in Italien eine breit angelegte Promotionskampagne zu lancieren. Ziel war es, bei der Bevölkerung und bei den italienischen und den internationalen Medien das Bild einer vielseitigen Schweiz zu vermitteln und die Stärken (kultureller Reichtum, Forschung und Innovation, Kreativität) sowie die damit verbundenen positiven Klischees hervorzuheben. Die Schweiz präsentierte sich in Italien in Bezug auf die Ernährungsthematik als offenes, verantwortungsvolles und solidarisches Land. Der Schweizer Pavillon bildete ausserdem ein Schaufenster, um den öffentlichen Verkehr und die touristischen Vorzüge der Schweiz gemäss den Zielen in der Motion Bumann «Die Expo 2015 als Chance für den öffentlichen Verkehr und den Schweizer Tourismus» (12.3287) darzustellen.

Die Kampagne lief ein Jahr vor Beginn der Expo an. Im Jahr 2014 organisierte die Schweiz den *Giro del Gusto*, der in drei Städten – Mailand, Rom und Turin – Halt machte. Mit dieser unter den Expo-Teilnehmenden einzigartigen Initiative konnte die Schweiz sich profilieren und besonders mit den Partnern des Pavillons im Landwirtschafts- und Lebensmittelsektor Ideen und Inhalte für den Schweizer Pavillon entwickeln.

05

– Chance zur Förderung des Landwirtschafts- und Lebensmittelsektors

Die Expo Milano bot mit ihrem Motto die einmalige Gelegenheit, einem internationalen Publikum landwirtschaftliche Produkte aus der Schweiz vorzustellen. Dank dem grossen Engagement der Agro Marketing Schweiz (AMS) und des Bundesamts für Landwirtschaft war es möglich, den Turm mit den Apfelringen zu füllen und im Restaurant ein abwechslungsreiches Menü, das hauptsächlich aus Lebensmitteln aus einheimischer Produktion bestand, zu in Italien marktüblichen Preisen anzubieten. Die Branche war zudem während der ganzen Expo präsent: Sie beteiligte sich an zahlreichen Debatten und organisierte Delegationen für die verschiedenen Verbände.

Die Menüs und die Weinkarte wurden im Einvernehmen mit den Gotthard-Partnerkantonen (Graubünden, Tessin, Uri und Wallis) und den Partnerstädten (Basel, Genf und Zürich) zusammengestellt. Die Dachverbände wählten die Lieferanten nach Kriterien aus, die mit dem Restaurantbetreiber Palexpo SA Genf vereinbart worden waren.

Der zusammen mit dem Technorama Winterthur konzipierte Schokoladen-Workshop entwickelte sich zu einem der populärsten Fixpunkte des Pavillons. Der tägliche Workshop ermöglichte spielerische und lehrreiche Experimente mit einem für das Image der Schweiz im Ausland typischen Produkt. Im Vordergrund standen dabei die Innovationsfähigkeit, dank der Schokolade überhaupt entwickelt wurde, und die Verpflichtungen der Schweiz gegenüber den Kakaoproduzenten.

Der Schweizer Pavillon bildete auch eine Plattform, um die Erzeugnisse und Leistungen der schweizerischen Landwirtschaft gemäss den Zielen der Motion Schibli «Expo 2015 als Schaufenster für die Schweizer Landwirtschaft» (11.3260) zu präsentieren. Die schweizerische Landwirtschaft unter der Ägide der AMS spielte dabei eine wesentliche Rolle: Die Apfelringe für einen der vier Türme des Pavillons wurden von Kleinproduzenten aus der Ostschweiz

geliefert; sie verkörperten die Qualität, die Biodiversität und die Diversifizierungsfähigkeit des schweizerischen Landwirtschaftssektors.

Schliesslich konnten viele schweizerische Unternehmen im Landwirtschafts- und Lebensmittelsektor dank der Teilnahme der Schweiz an der Expo Milano ihre Position in Italien festigen und zahlreiche Kontakte knüpfen.

06 – Die öffentlich-private Partnerschaft

In seiner Botschaft hielt der Bundesrat fest, dass der Bund zur Finanzierung der Schweizer Teilnahme an der Expo Milano auch Drittmittel einsetzen müsse. Dieser Beschluss wurde 2012 von den eidgenössischen Räten bestätigt. Ein substanzieller Anteil der Kosten (mindestens 8 Millionen Franken) sollte von Sponsoren gedeckt werden. Die Bilanz zum Sponsoring fällt positiv aus: Der Schweizer Pavillon hat 9,2 Millionen Franken generiert (6,4 Millionen Franken finanzielle Leistungen und 2,8 Millionen Franken Sachleistungen), die zu 60% von der Privatwirtschaft und zu 40% vom öffentlichen Sektor stammten.

Zu den Sponsoren gehörten Nestlé, die Kantone Graubünden, Uri, Wallis und Tessin (nach der Ablehnung der öffentlichen Finanzierung für die Teilnahme an der Expo Milano durch das Stimmvolk finanzierte der Kanton Tessin seine Präsenz über private Sponsoren), die Städte Basel, Genf und Zürich, die Schweizer Rheinsalinen, Vacheron Constantin, Clariant, Geberit, Nüssli, Agro Marketing Schweiz/Schweizer Bauernverband, Chocosuisse, Caran d'Ache, Glas Trösch, heidi.com, Swiss Wine Promotion, Schweiz Tourismus, Vitra, Bigla, Horgenglarus, Freitag und Ochsner Shoes.

Ausserdem stellte Präsenz Schweiz die Räume des Schweizer Pavillons aufgrund einer Zusammenarbeitsvereinbarung der Aussenwirtschaftsförderungsorganisation Switzerland Global Enterprise zur Verfügung, um Anlässe für Unternehmen auszurichten. So boten zahlreiche Events Gelegenheit zum Networking und zur Präsentation schweizerischer KMU.

Schliesslich arbeitete Präsenz Schweiz in der Thematik der Ernährungssicherheit und Nachhaltigkeit mit mehreren wichtigen institutionellen Partnern zusammen: der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit, dem Bundesamt für Landwirtschaft, dem Bundesamt für Verkehr, dem Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen, dem Schweizerischen Bauernverband, dem Amt der UNO

für die Koordinierung humanitärer Angelegenheiten, der Weltgesundheitsorganisation und dem Codex Alimentarius.

Eine Umfrage bei den Partnern zeigte, dass die Bilanz zu ihrem Engagement im Rahmen der Schweizer Teilnahme an der Expo und zur Zusammenarbeit mit Präsenz Schweiz insgesamt günstig ausfällt. Die Partner bewerteten den Inhalt, die Botschaft und den Standort des Schweizer Pavillons sehr positiv. Auch die Qualität und die Organisation der offiziellen Anlässe (Eröffnungstag, Tag der Schweiz, 1. August usw.) sowie die kommunikativen Begleitmassnahmen wurden in den Rückmeldungen gelobt.

Die Ziele der Partner – z. B. Erreichen des anvisierten Zielpublikums oder Positionierung der Marken – wurden überwiegend erfüllt und besonders hinsichtlich der Besucherzahlen sogar übertroffen. Die Partner beurteilen die Gegenleistungen für ihr Sponsoring sowie das Empfangsangebot ebenfalls positiv. Die meisten bezeichnen ihre Partnerschaft mit Präsenz Schweiz als nutzbringend. Als wesentlichen Mehrwert nennen sie vor allem die Teilnahme an einer Weltausstellung vor der Haustür der Schweiz und in einem wichtigen Handelspartnerland. Zudem begrüssen die Partner die hohe Sichtbarkeit bei einem breiten internationalen Publikum, die guten Gelegenheiten für nationale und internationale Kommunikation, die starke Medienpräsenz sowie die Kontaktpflege mit Kunden, Partnern und Meinungsführenden. Einige Befragte betonen, dass der positive Imagetransfer aufgrund der Zusammenarbeit mit der offiziellen Schweiz für sie einen erheblichen Mehrwert bedeutet. Die überwiegende Mehrheit der Partner kann es sich vorstellen, im Rahmen eines künftigen Projekts erneut mit Präsenz Schweiz zu arbeiten.

07 – Offizielle Besuche

Dank der geografischen Nähe und der Bedeutung des Themas Ernährung, konnte der Bund den Schweizer Pavillon als Plattform zur Vertiefung der bilateralen und internationalen Beziehungen nutzen.

Am 18. Mai 2015 fand an der Expo Milano der offizielle Schweizer Tag statt. Bundespräsidentin Simonetta Sommaruga, Nationalratspräsident Stéphane Rossini, Ständeratspräsident Claude Hêche sowie die Vertreter der Partnerkantone und -städte des Schweizer Pavillons nahmen daran teil. Am gleichen Tag traf die Bundespräsidentin in Rom den italienischen Ministerratspräsidenten zu Gesprächen über die europäische Migrationspolitik und die bilateralen Beziehungen.

Anlässlich des Schweizer Tags des Transports und der Energie am 8. Juni 2015 nutzte Bundesrätin Doris Leuthard den Schweizer Pavillon als Plattform, um auf internationaler Ebene den Countdown zur Eröffnung des Gotthard-Basistunnels zu starten, die am 1. Juni 2016 stattfinden soll.

Am 17. Juni 2015 traf sich der gemischte wissenschaftliche Ausschuss Schweiz-Italien unter der Leitung der italienischen Ministerin für Bildung, Hochschulen und Forschung Stefania Giannini und des schweizerischen Staatssekretärs für Bildung, Forschung und Innovation Mauro Dell'Ambrogio im Schweizer Pavillon.

Am 25. Juni 2015 fand der vom Bundesamt für Landwirtschaft geförderte *Food Security Day* im Schweizer Pavillon statt. Ein internationales Expertengremium befasste sich mit den Auswirkungen des globalen Klimawandels und mit der landwirtschaftlichen Produktion. Bundesrat Johann Schneider-Ammann, Vorsteher des Eidgenössischen Departements für Wirtschaft, Bildung und Forschung, hielt bei diesem Anlass die Eröffnungsansprache.

Bundesrat Johann Schneider-Ammann und Ständeratspräsident Claude Hêche feierten den 1. August 2015 im Schweizer Pavillon bei einem Bauern-Brunch, der in Zusammenarbeit mit den Preisträgern des Schweizer Wettbewerbs der Regionalprodukte veranstaltet wurde.

Der 4. August 2015 war dem Thema Lebensmittelsicherheit gewidmet. An diesem besonderen Tag unterzeichneten Bundesrat Alain Berset, Vorsteher des Eidgenössischen Departements des Inneren, sowie Schweizer Lebensmittelproduzenten und Grossverteiler die «Initiative von Mailand». Diese Absichtserklärung verfolgt das Ziel, den Zuckergehalt in Joghurt und Frühstückscerealien in den kommenden vier Jahren zu reduzieren.

Am 19. August 2015 organisierten die italienische und die schweizerische Regierung zusammen mit Verbänden der Zivilgesellschaft an der Expo Milano 2015 den von den Vereinten Nationen proklamierten Welttag der humanitären Hilfe. Die Schweiz wurde dabei vom Delegierten des Bundesrats für humanitäre Hilfe, Botschafter Manuel Bessler, vertreten.

Bundesrat Ueli Maurer und Bundesrätin Eveline Widmer-Schlumpf statteten dem Schweizer Pavillon in privater Eigenschaft ebenfalls einen Besuch ab.

Der Vorsteher des Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten Didier Burkhalter hatte am 30. Oktober 2015 die Gelegenheit, den Schweizer Pavillon und die Pavillons der Nachbarländer zu besuchen. Dabei nahm er auch an den Schlussdiskussionen des Dialog-Forums zwischen der Schweiz und Italien teil.

Aus den Reihen des Parlaments besuchten drei Kommissionen – die APK-N, die WBK-N und die WBK-S – die Expo und den Schweizer Pavillon. Viele weitere Vertreter von politischen

Behörden des Bundes, der Kantone und der Gemeinden statteten dem Schweizer Pavillon einen Besuch ab, so die Bundeskanzlerin und mehr als 60 Mitglieder der eidgenössischen Räte. Ferner waren über 50 Mitglieder von Kantonsregierungen und über 160 Mitglieder von Kantonsparlamenten im Schweizer Pavillon zu Gast.

Schliesslich trugen die Partner des Schweizer Pavillons, besonders die Städte und die Kantone, mit Konzerten, Veranstaltungen, Konferenzen und öffentlichen Debatten massgeblich zum kulturellen und künstlerischen Programm bei. Alle Partner des öffentlichen Sektors – die Städte Basel, Genf und Zürich sowie die Partnerkantone Graubünden, Tessin, Uri und Wallis – veranstalteten einen offiziellen Tag, an dem die jeweiligen politischen Behörden und Vertreterinnen und Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur teilnehmen konnten.

08 – Die Teilnahme der Schweiz in Zahlen

Das Budget wird eingehalten. Die Rechnung sieht wie folgt aus:

	Budget	Realisiert
Projektleitung Präsenz Schweiz	3'000'000	3'268'163
Planung, Bau und Rückbau Pavillon	12'100'000	14'648'878
Betrieb Pavillon	4'730'000	3'273'972
Kommunikative Begleitmassnahmen	2'000'000	1'457'988
Reserven	1'270'000	
Lineare Kürzungen 2014–2015	-450'800	
Total Ausgaben	22'649'200	22'649'000
Sponsoring bar	8'000'000	6'338'566
Sponsoring Sachleistungen		2'815'920
Total Einnahmen	8'000'000	9'154'486

Die Aufstockung des Budgetpostens «Projektleitung Präsenz Schweiz» erklärt sich aus Veränderungen in der Buchhaltung. Die ursprünglich im Konto «Betrieb Pavillon» vorgesehenen Personalkosten wurden schliesslich im Sachkonto «Projektleitung» verbucht.

Die Aufstockung des Budgetpostens «Planung, Bau, Rückbau Pavillon» ist auf die veränderten technischen und finanziellen Anforderungen zurückzuführen. Beim Posten «Betrieb Pavillon» mussten Einsparungen erzielt werden; die ursprünglich vorgesehenen Reserven wurden für die Neugestaltung des Pavillons genutzt.

Da das Budget linear gekürzt werden musste (um CHF 450 800), musste Präsenz Schweiz den Posten «Kommunikative Begleitmassnahmen» um 500 000 Franken reduzieren.

Die folgenden Zahlen vermitteln einen Überblick über die Teilnahme der Schweiz an der Expo:

Besucherinnen und Besucher anlässlich des Giro del Gusto 2014: über 100 000 (Mailand, Rom, Turin)

+

Besucherinnen und Besucher der Expo Milano 2015:
21,5 Millionen (70% aus Italien, 30% aus dem Ausland)

+

Wichtigste Herkunftsländer der ausländischen Besucherinnen und Besucher: Schweiz, Frankreich, Deutschland, China

+

Besucherinnen und Besucher des Schweizer Pavillons:
2,1 Millionen (70% aus Italien, 20% aus der Schweiz, 10% aus der übrigen Welt), das sind 10% der Gesamtbesucherzahl

+

Anzahl Artikel über den Schweizer Pavillon (Italien, Schweiz, weltweit): 1650 (der Werbewert wird auf 6 Millionen Franken geschätzt)

+

In der Presse und im Internet meistgenannter ausländischer Pavillon in Italien vor Japan und China (Quelle: Expo 2015)

+

Website www.padiglionesvizzero.ch und soziale Netze (Facebook, Twitter, Instagram): **40 000** Fans, 164 Millionen digitale Interaktionen

+

98,5% der Besucherinnen und Besucher waren nach dem Besuch bereit, den Schweizer Pavillon zu empfehlen (Umfrage PRS)

+

20% der Besucherinnen und Besucher hatten nach dem Besuch ein positiveres Bild der Schweiz

+

Im Restaurant und im Take-away wurden 180 000 Mahlzeiten serviert. Verkaufsschlager im Restaurant: Pizzoccheri aus dem Val Poschiavo, Fondue Moitié-Moitié und Zürcher Geschnetzeltes.

+

Verkauf von 50 000 Portionen Walliser Raclette AOP

+

Verkauf von 5500 Flaschen Wein. Verkaufsschlager: Fendant (Wallis), Merlot (Tessin), Gamaret Garanoir (Genf)

+

Veranstaltungen: **900** Anlässe mit über **100 000** Teilnehmenden, die vom Pavillon, den Partnern oder Dritten organisiert wurden

+

Schokolade-Workshop: 365 Workshops, die 225 000 Kakaobohnen verwendeten

+

Wirtschaftsförderung: 81 eigene Veranstaltungen, 5000 Teilnehmende, inkl. Tourismus

+

Aktivitäten des Swiss Business Hub Italia: 12 Anlässe, 900 Teilnehmende, darunter Repower, SwissRE, Novartis Italia, Axpo Italia, KPMG, Calex

+

22 Wirtschaftsdelegationen mit 500 Personen aus der Privatwirtschaft (Migros, Economiesuisse, SwissMem, Emmi) und aus dem öffentlichen Sektor (SECO, kantonale Wirtschaftsförderungen) wurden durch den Pavillon geführt

09

– Nach der Expo 2015: Astana 2017 und Dubai 2020

Die Schweiz hat aus ihrer Teilnahme an der Expo Nutzen gezogen, hauptsächlich weil der Pavillon auf einem starken Konzept beruhte und weil die Interessen der Schweiz im Länderpavillon wirksam zur Geltung kamen. Die geografische Nähe und das Thema der Weltausstellung trugen dazu bei, die Stärken der Schweiz ins Rampenlicht zu stellen.

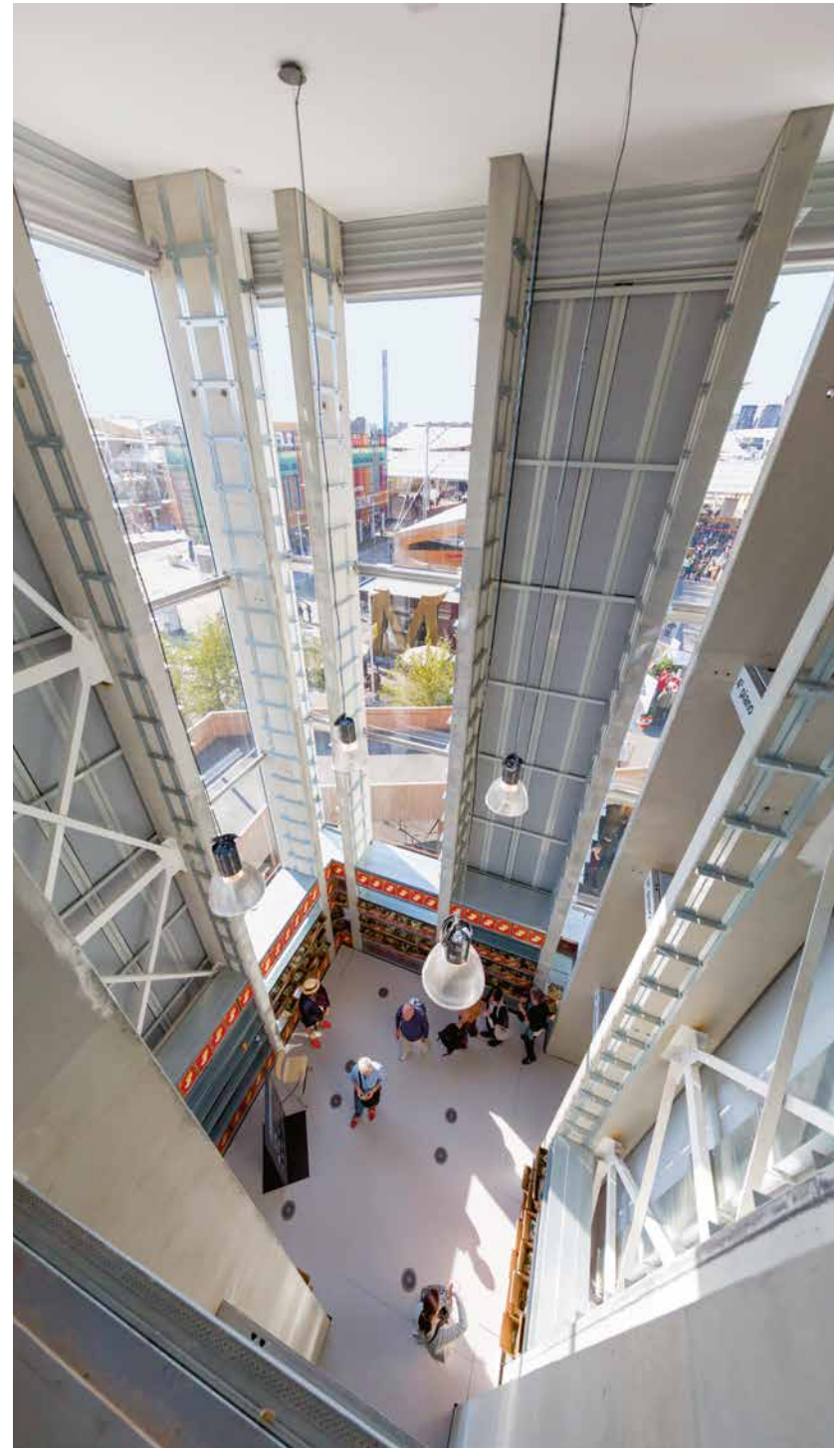
Die beiden nächsten Ausstellungen der Kategorien A und B werden anders aussehen: Sie sind weiter von den Regionen entfernt, die für uns von unmittelbarem Interesse sind, und sehen spezifischere Themen vor; für die Schweiz wird die Teilnahme nicht mit dem Projekt in Mailand zu vergleichen sein.

Laut dem Beschluss des Bundesrates vom 22. April 2015 wird die Schweiz an der internationalen Ausstellung (Kategorie B) teilnehmen, die vom 10. Juni bis zum 10. September 2017 in der kasachischen Hauptstadt Astana stattfindet und dem Thema *Future Energy* gewidmet ist. Mit ihrer Teilnahme möchte die Schweiz ihr wissenschaftliches Know-how und ihre Innovationsfähigkeit im Energiebereich thematisieren und den verantwortungsvollen Umgang mit Naturressourcen hervorheben. Kasachstan ist mit seinem wirtschaftlichen Potenzial eine interessante Destination für Schweizer Unternehmen; besonders einige Firmen im Cleantech-Bereich haben bereits Interesse bekundet, im Schweizer Pavillon mitzumachen.

Die Teilnahme an der Weltausstellung wird den Unternehmen eine attraktive Gelegenheit bieten, um sich und ihre Produkte einer breiten Öffentlichkeit und potenziellen Partnern zu präsentieren. Zu erwähnen ist das besondere Engagement des SBFI für das Projekt und die gemeinsame Produktion eines ersten Mobile Swissnex durch das EDA/WBF. Mobile Swissnex soll die Zusammenarbeit unter den beteiligten Akteuren – Forschern, Start-ups oder Industrien – vertiefen. Im Anschluss an die COP21 erhält die Schweiz auf der Ausstellung die Möglichkeit, ihr Engagement und ihre Stärken im Bereich der erneuerbaren

Energien zu demonstrieren. Das Budget für die Beteiligung der Schweiz beträgt 4,7 Millionen Franken. Der Nettoaufwand für den Bund wird nach Abzug der Beiträge der Partner auf 3,15 Millionen Franken geschätzt.

Die nächste Weltausstellung der Kategorie A wird vom 20. Oktober 2020 bis zum 10. April 2021 in Dubai in den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE) stattfinden und dem Thema «Connecting Minds, Creating The Future» gewidmet sein. Die Organisatoren rechnen mit 182 teilnehmenden Ländern und 25 Millionen Besucherinnen und Besuchern, davon 30% aus den VAE und 70% aus anderen Ländern. Der Bundesrat hat sich noch nicht mit der Teilnahme an dieser Expo beschäftigt. Falls die Schweiz teilnehmen möchte, müsste der Beschluss zu Beginn dieses Jahres fallen, damit eine Botschaft vorbereitet und dem Parlament 2017 unterbreitet werden könnte. Obwohl diese Expo für die bilateralen Beziehungen global ein geringeres Potenzial bietet als die Expo Milano, haben Vertreterinnen und Vertreter aus Wissenschaft, Wirtschaft und Tourismus bei Präsenz Schweiz bereits deutliches Interesse an einer Beteiligung signalisiert. Mit Blick auf unsere diplomatischen Interessen und die geopolitische Bedeutung der Region kann eine Teilnahme an der Expo Dubai 2020 eine vielversprechende Kommunikationsplattform bieten.



La torre delle mele è quasi vuota
Der Apfelturm ist fast leer
La tour des pommes est presque vide



«Spirito di Basilea», 1.5-12.6.2015
 Il design, un elemento importante dell'esposizione della città di Basilea
Das Design, ein wichtiges Element der Ausstellung von Basel Stadt
 Le design, un élément important de l'exposition de la ville de Bâle



Esposizione Ginevra, 17.9-31.10.2015
 L'artista ginevrino Fabrice Gygi ha stimolato la riflessione sull'alimentazione
Der Genfer Künstler Fabrice Gygi hat zum Nachdenken über Ernährung angeregt
 L'artiste genevois Fabrice Gygi a stimulé la réflexion sur l'alimentation



«Un sorso di Zurigo», 17.6-2.8.2015
 L'acqua, filo conduttore dell'esposizione della città di Zurigo
Das Wasser, Leitmotiv der Ausstellung der Stadt Zürich
 L'eau, fil rouge de l'exposition de la ville de Zurich



«Acqua per l'Europa», Grigioni, Ticino, Uri e Vallese
 Il massiccio in granito del San Gottardo
Das Gotthardmassiv aus einem Granitblock
 Le massif en granit du Saint-Gothard



Plant doctor
 Cooperazione e sviluppo: il dottore delle piante al servizio dei piccoli contadini
Entwicklung und Zusammenarbeit: der Pflanzendoktor im Dienst der Kleinbauern
 Coopération et développement, le docteur des plantes au service de petits paysans



Nestlé, «Feed our mind»
 La visita del ministro dell'educazione italiano Stefania Giannini
Der Besuch der italienischen Bildungsministerin Stefania Giannini
 La visite de la ministre italienne de l'éducation Stefania Giannini



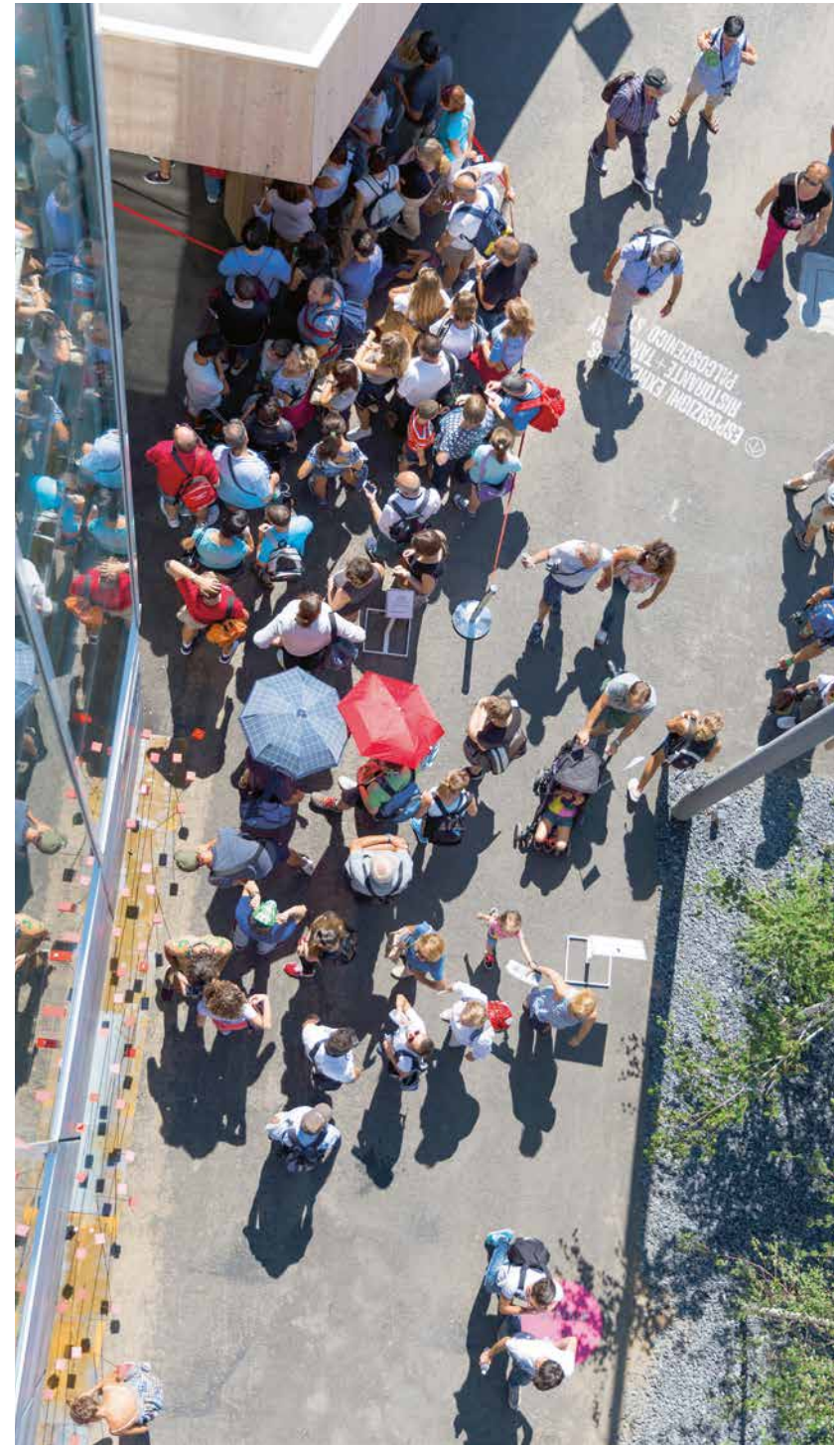
Lara Gut, campionessa di sci, a tu per tu con Sylvie la mela
Lara Gut, Skiweltstar, auf du und du mit Sylvie dem Apfel
 Lara Gut, championne de ski, en tête-à-tête avec Sylvie la pomme



La raclette del Vallese DOP ha conquistato il pubblico di Expo 2015
Das Walliser Raclette AOP hat das Publikum der Expo 2015 erobert
La raclette du Valais AOP a conquis le public de l'Expo 2015



L'atelier del cioccolato, uno degli appuntamenti più popolari
Das Schokolade-Atelier erwies sich als einer der beliebtesten Treffpunkte
L'atelier chocolat a été l'un des rendez-vous les plus populaires



2,1 milioni di persone hanno visitato il Padiglione svizzero a Expo 2015
2,1 Millionen Gäste besuchten den Schweizer Pavillon an der Expo 2015
Le Pavillon suisse à Expo 2015 a accueilli 2,1 millions de visiteurs



1 agosto 2015
Brunch contadino al Padiglione svizzero in occasione della festa nazionale
Bauernbrunch im Schweizer Pavillon anlässlich des Nationalfeiertags
Brunch paysan au Pavillon suisse à l'occasion de la fête nationale



1 agosto 2015
Il Consigliere federale Johann Schneider-Ammann con la delegazione ufficiale
Bundesrat Johann Schneider-Ammann mit der offiziellen Delegation
Le Conseiller fédéral Johann Schneider-Ammann avec la délégation officielle



18.5.2015
La Presidente della Confederazione Simonetta Sommaruga visita il Padiglione svizzero
Bundepräsidentin Simonetta Sommaruga besucht den Schweizer Pavillon
La Présidente de la Confédération Simonetta Sommaruga visite le Pavillon suisse



4.8.2015
Il Consigliere federale Alain Berset firma un accordo con l'industria alimentare
Bundesrat Alain Berset unterzeichnet mit der Lebensmittelindustrie ein Abkommen
Le Conseiller fédéral Alain Berset signe un accord avec l'industrie alimentaire



8.6.2015
La Consigliera federale Doris Leuthard nel tunnel di base del San Gottardo
Bundesrätin Doris Leuthard im Gotthard-Basistunnel
La Conseillère fédérale Doris Leuthard dans le tunnel de base du Saint-Gothard



4.10.2015
La Consigliera federale Eveline Widmer-Schlumpf durante le giornate grigionesi
Bundesrätin Eveline Widmer-Schlumpf während der Bündner Tage
La Conseillère fédérale Eveline Widmer-Schlumpf pendant les journées grisonnes



26.9.2015
Il Consigliere federale Ueli Maurer incontra i suonatori di corni alpini
Bundesrat Ueli Maurer trifft die Alphornbläser
Le Conseiller fédéral Ueli Maurer rencontre les joueurs de cor des alpes



30.10.2015
Il Consigliere federale Didier Burkhalter, accompagnato dalla moglie
Bundesrat Didier Burkhalter zusammen mit seiner Ehefrau
Le Conseiller fédéral Didier Burkhalter accompagné de son épouse



26.9.2015
Il concerto da record mondiale di 420 corni alpini sulla piazza del Duomo a Milano
Das Weltrekordkonzert mit 420 Alphörnern auf dem Mailänder Domplatz
Le concert de 420 cors des Alpes, record mondial, sur la place du Dôme à Milan



19.8.2015
La Svizzera ha co-organizzato la giornata umanitaria mondiale a Expo 2015
Die Schweiz hat den Welttag der humanitären Hilfe an der Expo 2015 mitorganisiert
La Suisse a co-organisé la journée mondiale humanitaire à Expo 2015



11.10.2015
Tre settimane prima della fine di Expo la torre dell'acqua è ormai vuota
Drei Wochen vor Ende der Weltausstellung ist der Wasserturm leer
Trois semaines avant la fin de l'Expo, la tour de l'eau est désormais vide



Il dinamico team del Padiglione svizzero a Expo 2015
Das dynamische Team des Schweizer Pavillons an der Expo 2015
L'équipe dynamique du Pavillon suisse à Expo 2015

**Rapporto sulla partecipazione della Svizzera
all'Esposizione universale di Milano 2015** – pagina 05

**Bericht über die Schweizer Teilnahme
an der Weltausstellung 2015 Mailand** – Seite 37

**Rapport
sur la participation
de la Suisse
à l'Exposition
universelle
de Milan 2015** – page 77

01 – Introduction

Membre du « Bureau International des Expositions » depuis sa création en 1928, la Suisse a participé à l'Exposition universelle de Milan 2015 (Expo Milano).

Cette exposition, dédiée au thème *Nourrir la planète. Energie pour la vie*, a accueilli, du 1er mai au 31 octobre 2015, 141 participants officiels, dont 4 organisations internationales, parmi lesquelles l'ONU et la Commission européenne. Les objectifs de fréquentation des organisateurs, qui étaient de 20 millions de visiteurs, ont été dépassés: l'Expo a accueilli 21,5 millions de personnes dans ses murs, dont 70% d'italiens.

Située aux portes de la Suisse, l'Expo a permis à notre pays de promouvoir avec succès ses intérêts et ses valeurs auprès du large public qui s'est rendu à Milan. La réussite du Pavillon suisse est notamment due à l'engagement fort de partenaires du secteur privé, de cantons, de villes et de nombreux départements et offices fédéraux. Il s'agissait par ailleurs d'une opportunité pour la Suisse de promouvoir son italianité à l'international et de mettre en avant, en Suisse également, cette langue et cette culture, issue du Tessin mais aussi forte dans les Grisons.

02

– Une exposition aux portes de la Suisse

Le principe de la participation à Expo Milano s'inscrit dans la stratégie de politique étrangère 2012-2015 du Conseil fédéral qui vise à renforcer les relations bilatérales avec les pays voisins. Les relations étroites entre les deux pays dans tous les domaines ont amené le Conseil fédéral à décider en 2010 de participer à Expo Milano en confiant la direction du projet à Présence Suisse, une unité du DFAE. La Suisse a été le premier pays à annoncer sa présence et à signer, en 2011, un contrat de participation.

Les Chambres fédérales ont approuvé sans opposition, en 2012, le message du Conseil fédéral concernant le projet ainsi que le crédit d'engagement relatif de CHF 23,1 millions, dont une part importante (au moins CHF 8 millions) devait provenir de sponsors.

03

– Le Pavillon suisse à Expo Milano et ses contenus

Le 19 août 2011, Présence Suisse a lancé un concours international anonyme à deux niveaux, conformément aux règles de l'OMC, pour la réalisation du Pavillon suisse. Ce concours visait à sélectionner un projet qui, par sa forme et son contenu, permettrait de représenter la Suisse de façon captivante et surprenante, en tenant compte du thème de l'Exposition et de l'image de la Suisse en Italie.

Le 20 janvier 2012, parmi 103 propositions, le jury d'experts a retenu le projet *Confooderatio Helvetica* du bureau Netwerch de Brugg. Le message percutant du projet, apte à stimuler la réflexion sur la responsabilité individuelle, la répartition équitable des biens alimentaires et le développement durable, a été décisif pour le jury.

Conformément à la loi fédérale sur les marchés publics, le Département fédéral des affaires étrangères a attribué le 4 mars 2014 la construction du Pavillon suisse à l'entreprise Nüssli Schweiz AG, en sa qualité d'entreprise générale, suite à une procédure d'adjudication.

D'une superficie de 4'433 m², le Pavillon suisse consistait en une vaste plateforme ouverte et quatre tours. Les visiteurs pouvaient accéder à ces dernières par des ascenseurs et, une fois arrivés aux sommets, se servir de produits symboliques helvétiques. Construites sur quatre étages, les tours étaient remplies de quatre produits de différente nature: du café, des pommes séchées, du sel et des gobelets d'eau. Remplies une seule fois au début de l'Expo, elles se vidaient au fur et à mesure que les visiteurs se servaient, faisant s'abaisser les plateformes sur lesquelles elles reposaient et modifiant ainsi la structure du Pavillon suisse.

En laissant une large place à la responsabilité individuelle des visiteurs, qui choisissaient eux-mêmes la quantité de produits dont ils se servaient, le Pavillon suisse a voulu provoquer une réflexion sur les enjeux de la consommation. La répartition inégale des produits dans les tours (2,5 millions de sachets de

café; 420'000 sachets de rondelles de pommes; 1,34 millions de portions de sel; 350'000 gobelets pour l'eau du robinet) reflétait la répartition inégale des ressources dans le monde. Le 10 octobre, les rondelles de pommes étaient définitivement épuisées, un jour avant les gobelets. Les produits restants (café et sel) ont fait l'objet d'une donation à la Fondation de la Banque alimentaire de Milan, qui promeut la récupération des excédents alimentaires et leur redistribution aux structures caritatives.

Le Pavillon suisse comprenait également des expositions des partenaires de la Confédération: l'exposition des cantons de la région du Gothard (Grisons, Tessin, Uri et Valais) dédiée à l'eau, les expositions tournantes des villes présentant ces dernières sous l'angle de l'alimentation, de la science ou de la culture, l'exposition interactive de Nestlé *Feed your mind* sur la science et l'alimentation et l'exposition *Il Tempo* soutenue par l'horloger Vacheron Constantin.

Les espaces extérieurs, répartis sous la passerelle et dans le jardin, ont accueilli la scène, l'installation dédiée à l'ouverture de la nouvelle galerie ferroviaire du Gothard, l'installation ludique de Suisse Tourisme *Switserball*, ainsi que l'installation et le jeu interactif *Plant doctor* soutenus par la Direction du développement et de la coopération.

Environ 70% des composants du Pavillon suisse seront recyclés ou réutilisés. Ce taux est conforme aux objectifs et supérieur à celui des autres pavillons comparables, qui se situent pour leur part en moyenne entre 10 et 15%, selon les estimations du constructeur. Cependant, les tours n'ont pas pu être remontées dans une ou des villes pour créer des zones de jardins urbains, contrairement aux intentions de départ.

Après des discussions initiales avec plusieurs villes suisses, les contraintes de construction et les coûts de transport et de reconstruction n'ont pas permis d'aboutir.

04 – Une opportunité pour la promotion de l'image de la Suisse en Italie

Expo Milano a permis de lancer une large campagne de promotion en Italie. L'objectif était de transmettre auprès de la population et des médias italiens et internationaux une image diversifiée de la Suisse en mettant l'accent sur ses points forts (richesse culturelle, recherche et innovation, créativité) ainsi que les clichés positifs qui lui sont associés. La Suisse s'est présentée en Italie comme un pays ouvert, responsable et solidaire dans le domaine de l'alimentation. Le Pavillon suisse a aussi constitué une plateforme pour présenter les transports publics et les atouts touristiques de la Suisse selon les objectifs définis dans la motion de Buman « L'Expo 2015 doit être une chance pour les transports publics et le tourisme suisse » (12.3287).

La campagne a débuté un an avant le début de l'Expo. En 2014, la Suisse a organisé un *Giro del gusto* dans trois villes: Milan, Rome et Turin. Initiative unique par rapport aux autres participants à l'Expo, ce tour a permis à la Suisse de gagner en visibilité et de développer des idées et des contenus pour le Pavillon suisse, en collaboration avec les partenaires du Pavillon, notamment dans les secteurs agricoles et agroalimentaires.

05

– Une opportunité pour la promotion du secteur agroalimentaire

De par son thème, l'Expo Milano a représenté une opportunité unique de présenter les produits agroalimentaires suisses à un public international. L'engagement fort d'Agro Marketing Suisse (AMS) et de l'Office fédéral de l'agriculture a permis, outre le remplissage de la tour des pommes séchées, d'offrir une carte du restaurant variée, composée principalement de produits issus de notre production indigène et à un prix correspondant au marché italien. La branche a de plus été présente toute au long de l'Expo, en participant à de nombreux débats et en organisant des délégations pour les différentes associations.

Les menus, y compris les vins, ont été établis d'entente avec les cantons partenaires du Gothard (Grisons, Tessin, Uri et Valais) et les villes partenaires (Bâle, Genève et Zurich).

Ce sont les associations faîtières qui ont assuré la sélection des fournisseurs, sur la base de critères établis avec l'opérateur du restaurant, Palexpo SA Genève.

L'atelier chocolat, produit en collaboration avec le Technorama de Winterthour, s'est affirmé comme l'un des rendez-vous quotidiens les plus prisés du Pavillon. Cet atelier a permis d'offrir une expérience ludique et didactique sur les particularités d'un produit phare pour la réputation de la Suisse à l'étranger, en mettant en avant notamment la capacité d'innovation ayant permis l'évolution du produit et les engagements de notre pays auprès des producteurs de cacao.

Le Pavillon suisse a aussi constitué une plateforme pour présenter les produits et les prestations de l'agriculture suisse selon les objectifs définis dans la motion Schibli « Expo 2015. Une vitrine pour l'agriculture suisse » (11.3260). Cette dernière, sous la houlette d'AMS, a par ailleurs assumé un rôle de premier plan, grâce aux rondelles de pommes

fournies pour l'une des quatre tours du Pavillon par de petits producteurs de Suisse orientale qui ont incarné la qualité, la biodiversité et les capacités de diversification du secteur agricole helvétique.

Enfin, la participation de la Suisse à Expo Milano a permis à de nombreuses entreprises suisses du secteur agroalimentaire de consolider leur position en Italie et de nouer de nombreux contacts.



06

– Le partenariat public-privé

Dans son message, le Conseil fédéral indiquait que la Confédération devait également recourir à des fonds externes pour financer la participation de la Suisse à Expo Milano. Cette décision a été confirmée par les Chambres fédérales en 2012. Une part substantielle (au moins CHF 8 millions) devait provenir du sponsoring. Le bilan du sponsoring est positif ; le Pavillon suisse a généré CHF 9,2 millions (CHF 6,4 millions de prestations financières et CHF 2,8 millions de prestations en nature) provenant à 60% du secteur privé et à 40% du secteur public.

Les sponsors étaient Nestlé, les cantons des Grisons, d'Uri, du Valais et du Tessin (qui, à la suite du refus populaire lié au financement public de la participation à Expo Milano, a financé sa présence par du sponsoring privé), les villes de Bâle, Genève et Zurich, les Salines suisses, Vacheron Constantin, Clariant, Geberit, Nüssli, Agro Marketing Suisse/Union suisse des paysans, Chocosuisse, Caran d'Ache, Glas Trösch, heidi.com, Swiss Wine Promotion, Suisse Tourisme, Vitra, Bigla, Horgenglarus, Freitag, et Ochsner Shoes.

Par ailleurs, dans le cadre d'un accord de collaboration, Présence Suisse a mis à disposition de Switzerland Global Enterprise les espaces du Pavillon suisse pour l'organisation d'événements destinés aux entreprises. De nombreux événements de réseautage et de présentation de PME suisses ont pu ainsi avoir lieu.

Enfin, Présence Suisse a collaboré avec une série de partenaires institutionnels importants sur le thème de la sécurité alimentaire et du développement durable : la Direction du développement et de la coopération, l'Office fédéral de l'agriculture, l'Office fédéral des transports, l'Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires, l'Union suisse des paysans, le Bureau de l'ONU pour la coordination des affaires humanitaires, l'Organisation mondiale de la santé et le Codex Alimentarius.

Un sondage mené auprès des partenaires montre dans l'ensemble un bilan positif de leur engagement dans le cadre de la participation suisse à l'Expo et de la collaboration avec Présence Suisse. Les partenaires évaluent de façon très positive le contenu, le message et l'emplacement du Pavillon suisse. La qualité et l'organisation des événements officiels (Journée d'ouverture, Journée de la Suisse, 1^{er} août, etc.) ainsi que les mesures de communication qui les ont accompagnés ont aussi fait l'objet de retours favorables.

Les objectifs des partenaires, comme par exemple l'atteinte des publics-cibles visés ou le positionnement des marques ont été dans la plupart des cas atteints ou dépassés, en particulier concernant les taux de fréquentation. Les partenaires évaluent aussi de façon positive les contreparties à leurs prestations de sponsoring ainsi que l'offre en matière d'accueil. Ils déclarent pour la plupart que leur partenariat avec Présence Suisse leur a été profitable. Comme grande valeur ajoutée, c'est surtout la participation à une exposition universelle si proche de la Suisse et dans un pays important en termes de débouchés commerciaux qui est mentionnée. Les partenaires apprécient aussi la forte visibilité auprès d'un large public international, les bonnes opportunités de communication nationales et internationales, la grande présence médiatique ainsi que l'entretien des relations avec les clients, partenaires et leaders d'opinion. Certains soulignent que le transfert d'image positif à travers la collaboration avec la Suisse officielle représente pour eux une grande valeur ajoutée. La grande majorité des partenaires peut s'imaginer travailler à nouveau avec Présence Suisse dans le cadre d'un projet futur.

07

– Les visites officielles

Compte tenu de la proximité géographique et de l'importance du thème de l'alimentation, la Confédération a pu profiter du Pavillon suisse comme plateforme pour renforcer ses relations bilatérales et internationales.

Le 18 mai 2015, Expo Milano a fêté la Journée officielle dédiée à la Suisse, à laquelle ont participé la Présidente de la Confédération Simonetta Sommaruga, le Président du Conseil national Stéphane Rossini, le Président du Conseil des Etats Claude Hêche et les représentants des cantons et des villes partenaires du Pavillon suisse. La Présidente de la Confédération a rencontré le même jour à Rome le Président du Conseil des ministres Matteo Renzi pour discuter de politique européenne migratoire ainsi que des relations bilatérales.

Dans la Journée spéciale dédiée à la Suisse des transports et de l'énergie, qui a eu lieu le 8 juin, la Conseillère fédérale Doris Leuthard a profité de la plateforme du Pavillon suisse pour lancer, à l'international, le compte à rebours de l'inauguration du tunnel de base du Gothard, prévue le 1^{er} juin 2016.

Le 17 juin, le Pavillon a accueilli la Commission scientifique mixte Suisse - Italie conduite par la Ministre italienne de l'Education, de l'Université et de la Recherche Stefania Giannini et le Secréariat d'Etat à la formation, à la recherche et à l'innovation Mauro Dell'Ambrogio.

Le Pavillon suisse a hébergé le 25 juin le *Food Security Day*, promu par l'Office fédéral de l'agriculture, qui a organisé un panel d'experts internationaux focalisé sur les effets climatiques globaux et sur la production agricole. Le Conseiller fédéral Johann Schneider-Ammann, chef du Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche, a tenu le discours d'ouverture de la manifestation.

Le Conseiller fédéral Johann Schneider-Ammann et le Président du Conseil des Etats Claude Hêche ont fêté le Premier août

au Pavillon suisse autour d'un brunch paysan organisé en collaboration avec les producteurs lauréats du Concours suisse des produits du terroir.

Lors de la Journée spéciale du 4 août dédiée à la sécurité des produits alimentaires, le Conseiller fédéral Alain Berset, chef du Département fédéral de l'Intérieur, et les producteurs et distributeurs suisses de denrées alimentaires, ont signé «l'Initiative de Milan», un mémorandum d'entente dont l'objectif est de réduire, au cours des quatre prochaines années, la teneur en sucre dans les yaourts et les céréales pour le petit-déjeuner.

Le 19 août s'est déroulée à Expo Milano 2015 la Journée humanitaire mondiale organisée par les Nations Unies et les gouvernements italien et suisse en collaboration avec des associations de la société civile. L'Ambassadeur Manuel Bessler, délégué du Conseil fédéral à l'aide humanitaire, représentait la Suisse à cette occasion.

Le Conseiller fédéral Ueli Maurer et la Conseillère fédérale Eveline Widmer-Schlumpf ont également visité le Pavillon suisse à titre privé.

Le Chef du département fédéral des affaires étrangères, Didier Burkhalter, a eu l'occasion de visiter le Pavillon suisse et les pavillons des pays voisins de la Suisse le 30 octobre. A cette occasion, il a également participé aux travaux de clôture du Forum du dialogue entre la Suisse et l'Italie.

Parmi les visites des parlementaires fédéraux, trois commissions ont visité l'Expo et le Pavillon suisse: la CPE-N, la CSEC-N et la CSEC-S. De nombreux autres représentants des autorités politiques fédérales, cantonales et communales ont également visité le Pavillon suisse: la chancelière de la Confédération et plus de 60 membres des Chambres fédérales. Au niveau

cantonal, le Pavillon suisse a accueilli plus de 50 membres des gouvernements et plus de 160 membres des parlements cantonaux.

Enfin, les partenaires du Pavillon suisse - en particulier les villes et les cantons - ont contribué de façon importante au programme culturel et artistique avec des concerts, des animations, des conférences et des débats publics. Tous les partenaires du secteur public - les villes de Bâle, Genève, Zurich et les cantons partenaires des Grisons, du Tessin, d'Uri et du Valais - ont organisé une journée officielle à laquelle ont pu participer leurs autorités politiques et leurs représentants du monde économique, scientifique et culturel.

08 – La participation de la Suisse en chiffres

Le budget sera respecté et les comptes se présentent comme suit :

	Budget	Comptes
Direction du projet Présence Suisse	3'000'000	3'268'163
Etudes, constructions et démontage du Pavillon	12'100'000	14'648'878
Frais de fonctionnement du Pavillon	4'730'000	3'273'972
Actions de communication afférentes	2'000'000	1'457'988
Réserves	1'270'000	
Coupes linéaires 2014-2015	-450'800	
Total des dépenses	22'649'200	22'649'000
Apports financiers des sponsors	8'000'000	6'338'566
Apports en nature des sponsors		2'815'920
Total des recettes	8'000'000	9'154'486

L'augmentation du poste «Direction du projet PRS» s'explique par des modifications de comptabilisation. Initialement prévus dans le compte «Frais de fonctionnement du Pavillon», les frais du personnel ont finalement été comptabilisés sur le compte général «Direction de projet».

L'augmentation du poste «Etudes, construction et démontage du Pavillon» est due à une adaptation du projet liée aux contraintes techniques et financières. Des économies ont dû être réalisées dans le poste «Frais de fonctionnement du Pavillon» et les réserves prévues initialement ont été utilisées pour un réaménagement du Pavillon.

Afin de respecter les coupures linéaires imposées (CHF 450'800), Présence Suisse a réduit le poste «Actions de communication afférentes» de CHF 500'000.-.

Les chiffres suivants permettent une prise de vue globale de la participation de la Suisse à l'Expo :

Visiteurs lors du Giro del Gusto 2014 : plus de 100'000
(Milan, Rome, Turin)

+

Visiteurs de l'Expo Milano 2015 : **21,5 millions**
(70% italiens, 30% international)

+

Principaux pays d'origine des visiteurs étrangers : Suisse, France, Allemagne, Chine

+

Visiteurs du Pavillon suisse : **2,1 millions** (70% italiens, 20% suisses, 10% international), soit 10% du public total de l'Expo

+

Nombres d'articles (Italie, Suisse, monde) publiés sur le Pavillon suisse : 1'650 (valeur publicitaire estimée équivalant à CHF 6 millions)

+

1^{er} Pavillon, hors Italie, en termes de fréquence de citation dans la presse et sur Internet, devant le Japon et la Chine (source Expo 2015)

+

Site internet www.padiglionesvizzero.ch et réseaux sociaux (facebook, twitter, instagram) : **40'000** fans, 164 millions d'interactions digitales générées

+

98.5% des visiteurs étaient prêts à recommander la visite du Pavillon suisse après leur visite (sondage PRS)

+

20% des visiteurs ont une image de la Suisse plus positive après leur visite

+

180'000 plats servis au restaurant et au take away. Meilleures ventes au restaurant : pizzoccheri de la Val Poschiavo, fondue moitié-moitié et émincé de veau à la zurichoise
 +
 50'000 portions de raclettes du Valais AOP vendues
 +
 5'500 bouteilles de vin vendues. Meilleures ventes : Fendant (Valais), Merlot (Tessin), Gamaret Garanoir (Genève)
 +
900 événements organisés par le Pavillon, ses partenaires ou des partenaires externes, avec plus de **100'000** participants
 +
 Atelier chocolat : 365 ateliers, 225'000 fèves de cacao utilisées
 +
 Promotion économique : 81 événements dédiés, 5'000 participants, y compris dans le domaine touristique
 +
 Activités de Swiss Business Hub Italia : 12 événements, 900 participants, notamment Repower, SwissRE, Novartis Italia, Axpo Italia, KPMG, Cablex
 +
 22 délégations économiques amenées sur le Pavillon, soit 500 personnes issues du secteur privé (Migros, Economiesuisse, SissMem, Emmi) ou public (SECO, organes de promotion économique cantonaux)

09 – Dans le sillage de l'Expo 2015 : Astana 2017 et Dubai 2020

La Suisse a su tirer un bénéfice de sa participation à l'Expo, principalement en raison d'un Pavillon basé sur un concept fort et d'une mise en valeur efficace des intérêts de la Suisse au sein de son Pavillon national. La proximité géographique de la manifestation et le thème de cette dernière ont été propices à la mise en valeur des forces de la Suisse.

Les deux prochaines expositions de catégories A et B seront d'une autre nature. Plus éloignées de nos zones d'intérêts immédiats et proposant des thèmes plus spécifiques, la participation à ces dernières ne ressemblera pas, pour la Suisse, au projet milanais.

Conformément à la décision du Conseil fédéral du 22 avril 2015, la Suisse participera à l'Exposition internationale (catégorie B) qui aura lieu du 10 juin au 10 septembre 2017 à Astana, capitale du Kazakhstan, sur le thème *Future Energy*. A travers sa participation, la Suisse entend communiquer son savoir-faire scientifique et son innovation dans le domaine de l'énergie et souligner son approche responsable dans l'exploitation des ressources naturelles. En raison de son potentiel économique, le Kazakhstan est également une destination intéressante pour les entreprises helvétiques dont certaines, notamment dans le domaine des cleantechs, ont déjà manifesté leur intérêt à s'associer au Pavillon suisse.

La participation de la Suisse à l'Exposition universelle leur offrira une possibilité attrayante de se présenter, ainsi que leurs produits, à un large public et à des partenaires potentiels. On notera l'engagement particulier du SEFRI dans le projet, avec la coproduction DFAE / DEFR d'une première Swissnex mobile. Cette dernière doit permettre de renforcer les collaborations entre les acteurs concernés, qu'il s'agisse de chercheurs, de start-ups ou d'industries. Dans la foulée de la COP21, cette exposition doit permettre à la Suisse de présenter son engagement et sa force dans le domaine des énergies propres. Le budget de la participation de la Suisse s'élève à 4,7 millions de francs suisses.

La charge nette pour la Confédération, après déduction des contributions des partenaires, est estimée à 3,15 millions de francs suisses.

La prochaine Exposition universelle de catégorie A aura lieu quant à elle à Dubaï, Emirats arabes unis (EAU), du 20 octobre 2020 au 10 avril 2021, sur le thème «Connecting Minds, Creating The Future». Les organisateurs comptent sur 182 pays participants et 25 millions de visiteurs, dont 30% venant des EAU et 70% de l'extérieur des Emirats. La participation à cette Expo n'a pas encore fait l'objet d'une discussion au Conseil fédéral. Une éventuelle participation de la Suisse à cette dernière nécessiterait une décision au début de cette année, afin de pouvoir préparer un message qui serait présenté en 2017 au Parlement. Si sur le plan global de nos relations bilatérales cette Expo ne représente pas le même intérêt qu'Expo Milano, il n'en reste pas moins que les milieux scientifiques, économiques et touristiques ont d'ores et déjà fait part à Présence Suisse de leur fort intérêt pour une participation. Par ailleurs, sur le plan de nos intérêts diplomatiques et de l'importance géopolitique de la région, une participation à l'Expo Dubaï 2020 peut représenter une plateforme de communication intéressante.



**PADIGLIONE SVIZZERO
EXPO MILANO 2015**



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Dipartimento federale degli affari esteri DFAE
Segreteria generale SG-DFAE
Presenza Svizzera