

07.040

**Messaggio
concernente la partecipazione della Svizzera
all'Esposizione universale 2010 di Shanghai**

dell'8 giugno 2007

Onorevoli presidenti e consiglieri,

con il presente messaggio vi sottoponiamo, per approvazione, un disegno di decreto federale concernente la partecipazione della Svizzera all'Esposizione universale 2010 di Shanghai.

Gradite, onorevoli presidenti e consiglieri, l'espressione della nostra alta considerazione.

8 giugno 2007

In nome del Consiglio federale svizzero:

La presidente della Confederazione, Micheline Calmy-Rey
La cancelliera della Confederazione, Annemarie Huber-Hotz

Compendio

Il Consiglio federale propone di accordare un credito d'impegno di 20 milioni di franchi svizzeri per consentire alla Svizzera di partecipare all'Esposizione universale 2010 di Shanghai.

L'Expo 2010 di Shanghai avrà luogo dal 1° maggio al 31 ottobre 2010 e si prevede che raggiungerà dimensioni insuperate. Circa 200 Paesi e organizzazioni internazionali presenteranno le loro idee sul tema principale «Una città migliore per una vita migliore» (Better City, Better Life). Gli organizzatori si aspettano oltre 70 milioni di visitatori provenienti essenzialmente dalla Cina. Le esposizioni universali godono sempre di grande popolarità, specialmente in Asia. Se ne è avuta conferma durante l'Esposizione 2005 di Aichi, in Giappone, con oltre 22 milioni di visitatori mentre gli organizzatori contavano sulla presenza di 15 milioni di visitatori.

Nel dicembre 2006 Presenza Svizzera ha pubblicato un concorso di idee a due livelli in previsione della partecipazione della Svizzera all'Esposizione 2010 di Shanghai. L'organizzazione ha ricevuto 104 proposte di progetti. Nel febbraio 2007 una giuria composta di undici persone ha selezionato dodici dei progetti presentati raccomandando agli autori un'ulteriore elaborazione delle idee. Il progetto definitivo è stato designato il 23 maggio 2007.

Il progetto 8005 – dal nome tuttora sconosciuto – ha convinto la giuria per il suo carattere simbolico, per la sua originalità e per l'effetto di sorpresa. Il concetto suscita emozioni e nel contempo infonde una sensazione di sostenibilità.

Il numero elevato di visitatori attesi offrirà alla Svizzera l'occasione di presentarsi a un vasto pubblico. Partecipando all'Esposizione universale la Svizzera potrà far conoscere il nostro Paese in generale, rafforzare la promozione delle esportazioni nonché sviluppare e coltivare una rete di relazioni.

La presenza svizzera in Cina sarà quindi amplificata da un programma complementare dalle molteplici sfaccettature e da una campagna mediatica che inizierà ancora prima dell'Esposizione e si protrarrà oltre quest'ultima.

Per la partecipazione della Svizzera all'Esposizione universale 2010 di Shanghai, le misure complementari nel settore della comunicazione e i lavori preparatori, il Consiglio federale ha previsto un preventivo di 20 milioni di franchi di cui 4 milioni finanziati dall'economia privata.

(Corea del Sud) nel 1993 e Lisbona nel 1998. Nel 2008 verrà allestita un'esposizione internazionale a Saragozza sul tema dell'acqua e dello sviluppo sostenibile. Con decreto federale del 29 marzo 2006 il nostro Collegio ha stanziato 3 milioni di franchi per la partecipazione della Svizzera all'esposizione di Saragozza.

Numerose città hanno presentato la loro candidatura per l'esposizione internazionale del 2008 e per l'esposizione universale del 2012. Le candidature non mancano neppure per le future edizioni: Yeosu (Corea del Sud), Tangeri (Marocco) e Wrocław (Polonia) per l'esposizione internazionale del 2012 (seconda categoria); Izmir (Turchia) e Milano (Italia) per l'esposizione universale del 2015 (prima categoria).

1.2 Partecipazione della Svizzera alle esposizioni universali internazionali

La Svizzera ha saputo proporre padiglioni attrattivi e innovativi e programmi complementari interessanti riscuotendo spesso ampi consensi dal pubblico e dai media. Dalla fine della Seconda guerra mondiale il nostro Paese ha partecipato a tutte le esposizioni internazionali di prima categoria (Bruxelles, Montreal, Osaka, Siviglia, Hannover e Aichi) e alla maggior parte delle esposizioni tematiche di seconda categoria.

Le precedenti partecipazioni della Svizzera a esposizioni in Asia hanno ottenuto buoni successi. Oltre al progetto «La montagna» presentato all'Expo universale 2005 di Aichi, la «Struttura splendente» esposta a Osaka nel 1970 merita una menzione speciale. La Svizzera ha acquisito una grande notorietà con la sua partecipazione all'esposizione internazionale specializzata «Città delle scienze» organizzata presso il centro di ricerca di Tsukuba nel 1985 e all'esposizione universale di Osaka sul giardinaggio nel 1990.

1.2.1 Partecipazione della Svizzera all'Esposizione universale 2005 di Aichi, Giappone

L'Esposizione universale che ha avuto luogo dal 25 marzo al 25 settembre 2005 nella prefettura giapponese di Aichi aveva come tema «La saggezza della natura». Gli espositori erano invitati a riflettere sulle sfide planetarie a cui è confrontata l'umanità. All'esterno del sito erano organizzati dei simposi come anche delle esposizioni complementari.

Vi hanno partecipato 121 Paesi tra cui la Svizzera, 17 imprese giapponesi e quattro organizzazioni internazionali. L'interesse del pubblico è stato superiore a ogni aspettativa con 22 milioni di visitatori, mentre gli organizzatori ne aspettavano 15 milioni.

L'Esposizione universale 2005 di Aichi come anche il padiglione svizzero hanno riscosso vivo successo. La Svizzera aveva scelto il progetto «La Montagna» (in giapponese «Yama»)². Da uno studio sull'immagine della Svizzera in Giappone effettuato prima dell'esposizione, era emerso che il nostro Paese gode di ottima

² Vedi rapporto finale «EXPO 2005 di Aichi, Giappone» (in tedesco), pubblicato da Presenza Svizzera.

reputazione tra i Giapponesi che l'associavano soprattutto alla bellezza dei paesaggi e della natura. Per contro era meno conosciuto il suo potenziale innovativo. Pertanto, la Svizzera aveva scelto di presentarsi in quanto nazione innovativa e dinamica sul piano economico e culturale con lo slogan: «Dynamic Switzerland». Il progetto è stato elaborato da Presenza Svizzera in collaborazione con l'Ambasciata di Svizzera in Giappone e con enti istituzionali quali Pro Helvetia, Osec, Location: Switzerland e Svizzera Turismo.

Il padiglione svizzero ad Aichi occupava un'area di 1300 m². Vi figurava una gigantesca montagna il cui progetto artistico era stato elaborato su computer. Dopo avere attraversato l'esposizione all'interno della montagna, il pubblico accedeva a una terrazza panoramica. La montagna ha richiamato molti visitatori dato che riprendeva lo stereotipo nazionale sebbene riveduto. L'esposizione ha soprattutto reinterpretato i miti tradizionali in un'ottica moderna rivelando un «altro» aspetto della Svizzera, meno noto ai Giapponesi: le sezioni «Top of Science» e «Visions» hanno suscitato vivo interesse.

Vanno sottolineati diversi punti positivi: il preventivo di 15 milioni di franchi accordato dalle Camere federali è stato rispettato, il padiglione svizzero era sempre affollato di visitatori e l'impatto sul pubblico e sui media giapponesi è stato positivo. Il padiglione ha funzionato al massimo della sua capacità d'accoglienza incluse le sezioni commerciali, la zona shopping «Best of Switzerland» e il ristorante Alpenrose. Lo *shop* proponeva un ampio ventaglio di prodotti svizzeri non ancora commercializzati in Giappone. Al ristorante erano servite specialità svizzere a base di prodotti freschi.

I visitatori giapponesi hanno molto ammirato la terrazza panoramica fotogenica e la dinamica interattiva dell'esposizione dove lampade tascabili fungevano da guida audio. Anche i visitatori svizzeri hanno gradito la rappresentazione positiva e autentica del loro Paese.

Un programma complementare di due anni, con oltre 200 manifestazioni scientifiche, culturali e di natura economica, si è svolto in diverse città giapponesi sino a fine 2006.

I media regionali giapponesi hanno quotidianamente aggiornato la popolazione sul padiglione e sui programmi complementari mentre i media nazionali hanno evidenziato alcuni temi forti, come la Giornata della Svizzera, alla quale ha presenziato il presidente della Confederazione Samuel Schmid o la visita della coppia imperiale giapponese al nostro padiglione. Il valore pubblicitario degli articoli pubblicati sul territorio giapponese ha chiaramente superato la soglia dei due milioni di franchi. I media svizzeri hanno seguito l'evento sin dalla fase preparatoria: mentre all'inizio avevano criticato il tema prescelto, a lavori ultimati si sono dovuti ricredere. Tutti gli obiettivi qualitativi e quantitativi definiti prima dell'esposizione sono stati raggiunti:

- a. la Svizzera in Giappone è percepita come Paese moderno, innovativo ed economicamente performante;
- b. il padiglione e il programma complementare sono presenti nei principali media giapponesi;
- c. il padiglione svizzero è stato visitato da 800 000 a 1 000 000 di persone;
- d. la Svizzera organizza almeno 30 eventi di alto livello qualitativo nell'ambito del programma complementare;

- e. le PMI svizzere rafforzano la loro presenza in Giappone;
- f. l'operato della Svizzera in Giappone è un esempio da seguire per le future azioni congiunte di Presenza Svizzera e dei suoi partner.

1.3 Esposizione universale 2010 di Shanghai

1.3.1 Sito dell'esposizione

Il 3 dicembre 2002 i delegati del BIE hanno scelto il sito della futura Esposizione universale 2010 fra le diverse città che si erano annunciate: Wroclaw, Mosca, Shanghai, Yeosu e Queretaro (Messico). A larga maggioranza si è optato per Shanghai, la più grande città industriale della Cina. Shanghai è una municipalità autonoma e dipende direttamente dal governo centrale; ha uno statuto paragonabile a quello di una provincia. Il territorio amministrativo di Shanghai si estende su una superficie di 6300 km² paragonabile all'incirca al Cantone di Berna. La città occupa soltanto una superficie di 550 km² (9 %) del territorio e i rimanenti 5800 km² (91 %) sono costituiti da sobborghi e zone rurali.

Shanghai è situata nel delta dello Yangtze in un paesaggio pianeggiante senza notevoli caratteristiche topografiche. L'area della futura esposizione si trova al margine del centro città. È abbastanza ben servita da una rete di trasporti pubblici in buono stato. I dintorni dell'area espositiva sono prevalentemente occupati da quartieri abitativi, fabbriche e stazioni merci. Il sito propriamente detto è tuttora contraddistinto dalla sua iniziale destinazione industriale, ma sarà totalmente trasformato per l'Expo universale 2010. Circa 10 000 persone sono già state trasferite in nuovi alloggi.

L'esposizione copre un'area di 3,22 km² ed è suddivisa in zone. Oltre al padiglione cinese che si troverà al centro e ai padiglioni comuni, sono previste diverse aree per i Paesi stranieri, raggruppati per continente. I visitatori potranno così accedere al sito da diverse entrate e potranno spostarsi facilmente tramite una rete pedonale, ferroviaria e di autobus.

1.3.2 Tema

Il tema principale dell'Esposizione universale 2010 di Shanghai è «Una città migliore per una vita migliore»³ ed è suddiviso in diversi sottotemi:

- a. integrazione delle diverse culture nella città;
- b. prosperità economica nella città;
- c. innovazione scientifica e tecnologica nella città;
- d. ricomposizione delle comunità nella città;
- e. interazione città–campagna.

³ Per maggiori informazioni: www.expo2010china.com.

1.3.3 Partecipazione prevista di Paesi e visitatori

L'Esposizione universale 2010 di Shanghai aprirà i battenti il 1° maggio e si protrarrà sino al 31 ottobre. A metà maggio 2007 già 139 Paesi e organizzazioni internazionali hanno annunciato la loro presenza e si pensa che tale cifra aumenterà sino a raggiungere i 200 Paesi e organizzazioni internazionali.

L'Esposizione universale 2010 di Shanghai promette di raggiungere dimensioni insuperate. Gli organizzatori contano su 70 milioni di visitatori per i sei mesi dell'esposizione, ma se ne venisse soltanto la metà, ossia 35 milioni, si avrebbero oltre 190 000 entrate giornaliere.

L'esposizione universale di Aichi ha registrato oltre 22 milioni di visitatori mentre l'Expo universale 2000 di Hannover ne ha accolti 18 milioni.

1.4 Partecipazione della Svizzera

1.4.1 Motivazione della partecipazione svizzera

Le esposizioni universali costituiscono per la Svizzera una delle poche piattaforme di dimensione universale di cui dispone e dovrebbero essere sfruttate per quanto possibile per curare la sua immagine e rafforzare la sua presenza all'estero. Inoltre, tutti gli Stati dell'Unione europea saranno presenti a Shanghai con preventivi ragguardevoli, come a Lisbona nel 1998, ad Hannover nel 2000 e ad Aichi nel 2005.

Da un'inchiesta commissionata da Presenza Svizzera sul tema delle esposizioni universali (Istituto di ricerca GfS, 19 marzo 2002) risulta che il 50 per cento della popolazione svizzera è del parere che la Svizzera debba fare molto di più per farsi conoscere all'estero. Il 45 per cento ritiene che gli sforzi finora intrapresi siano sufficienti mentre il 5 per cento sostiene che la Svizzera dovrebbe impegnarsi di meno in questo settore. Ancora più indiscussa è in generale la partecipazione a esposizioni universali in favore della quale si è pronunciato l'81 per cento della popolazione.

Ancora prima di ricevere l'invito ufficiale a partecipare all'Esposizione universale di Shanghai, la mozione Koller del 30 novembre 2005 (05.3731 «Esposizione universale 2010 a Shanghai. La Svizzera deve essere presente»), sollecitava una risposta favorevole a tale invito. La Svizzera ha risposto all'invito nell'aprile 2006 e figurava come dodicesimo Paese ad annunciare ufficialmente la propria partecipazione.

La motivazione che ha spinto la Svizzera ad accettare l'invito risiede nella notevole importanza che riveste la Cina per il nostro Paese a diversi livelli. Le relazioni bilaterali tra i due Paesi si sono fortemente sviluppate dal 1979. La Repubblica popolare di Cina è tuttora uno dei principali partner della Svizzera nel continente asiatico e ne è conferma il susseguirsi di visite ufficiali d'alto rango. Dal 1991 i due Paesi conducono un dialogo sui diritti umani e dal 1992 la Cina è il nostro partner economico più importante di quell'area. La Svizzera è uno dei rari Paesi occidentali la cui bilancia commerciale con la Cina è positiva.

La Svizzera è uno dei primi Paesi occidentali ad avere riconosciuto la Repubblica popolare di Cina subito dopo la sua fondazione, il 17 gennaio 1950. Nel 2010 saranno quindi 60 anni che la Svizzera e la Cina intrattengono relazioni diplomatiche. Il

governo cinese non capirebbe l'assenza della Svizzera all'Esposizione universale di Shanghai, evento di assoluta importanza per la Cina.

La partecipazione all'Esposizione universale 2010 di Shanghai offre alla Svizzera un'occasione unica a livello economico, turistico e politico di potersi insediare durevolmente in Cina, il più vasto mercato emergente asiatico e, in particolare, nella metropoli economica di Shanghai e di farsi conoscere da un vasto pubblico.

1.4.2 L'immagine della Svizzera in Cina

Nel 2006 Presenza Svizzera ha fatto realizzare uno studio sull'immagine della Svizzera in Cina e a Hong Kong⁴. L'inchiesta si è svolta presso un campione rappresentativo di 2000 persone scelte tra il pubblico (classe media e medio-alta) residente in Cina e un campione di 400 persone di Hong Kong. Sono inoltre stati intervistati diversi leader d'opinione attivi nei settori della politica, dei media (giornalisti), dell'economia (manager) e della scienza (studenti).

Lo studio mostra che il nostro Paese gode di ottima reputazione in Cina e a Hong Kong sia presso i leader d'opinione sia nella popolazione in generale. La stabilità politica, l'elevata qualità della vita e la cura per l'ambiente sono considerati elementi positivi. Per contro hanno suscitato alcune critiche la competitività internazionale, l'orientamento al futuro e la capacità innovativa. Va sottolineato che tutte le persone interrogate hanno espresso unicamente idee con connotazione positiva quando è stato chiesto loro a che cosa associavano la Svizzera.

L'immagine della Svizzera in Cina è molto omogenea. Le differenze sono minime tra le categorie della popolazione, le regioni, i giornalisti, i manager o gli studenti. Tuttavia l'immagine della Svizzera e la conoscenza delle tematiche che la concernono è globalmente migliore nella Cina orientale, soprattutto a Shanghai, che non nel resto del Paese.

I risultati di questo studio sono integrati nella strategia della presenza svizzera in Cina, e in particolare nel progetto «House of Switzerland» sviluppato per i Giochi Olimpici estivi di Pechino del 2008 e nel progetto di partecipazione all'Esposizione universale di Shanghai del 2010.

2 Partecipazione della Svizzera all'Esposizione universale 2010 di Shanghai

2.1 Decreto federale del 29 marzo 2006

In vista della partecipazione della Svizzera all'Esposizione universale 2010 di Shanghai il nostro Collegio, il 29 marzo 2006, ha incaricato Presenza Svizzera di avviare senza indugio i lavori preparatori. Il preventivo è stato fissato a 20 milioni di franchi, di cui 4 milioni dovrebbero essere versati dall'economia privata. In caso contrario la somma mancante verrebbe compensata tramite il bilancio ordinario di Presenza Svizzera.

⁴ I risultati dello studio si possono consultare su www.presence.ch, rubrica «Studi d'immagine».

Nel 2006 abbiamo stanziato un credito d'impegno di 1 milione di franchi per finanziare i lavori preparatori e in particolare un concorso di idee; il credito è stato compensato sul bilancio ordinario di Presenza Svizzera.

2.2 Lavori preparatori

Fondandosi sulla decisione del nostro Collegio del 29 marzo 2006 concernente la partecipazione della Svizzera all'Esposizione universale di Shanghai, Presenza Svizzera ha dato avvio ai lavori preparatori e alla ricerca di sponsor. In considerazione delle esperienze acquisite nell'ambito della manifestazione di Aichi è stato posto l'accento sul rispetto del calendario e del preventivo.

Nella primavera 2006 una delegazione svizzera, composta di rappresentanti dell'Ambasciata di Svizzera a Pechino, del Consolato generale di Svizzera a Shanghai e del settore Grandi manifestazioni internazionali di Presenza Svizzera, si è recata sul posto per una prima visita del sito di 3,22 km² dell'Esposizione universale 2010 di Shanghai. A differenza di quanto si è verificato ad Aichi, gli espositori dovranno costruire il proprio padiglione. La delegazione ha prenotato una superficie di 4000 m² nella zona C, nelle vicinanze di una strada servita da autobus. Il padiglione svizzero sarà situato tra i padiglioni stranieri (Europa, America e Africa), accanto al padiglione francese; disporrà di un accesso ottimale dato che sui quattro lati sarà costeggiato da vie di comunicazione. Nel corso della prima riunione tra i partecipanti internazionali svoltasi nel novembre 2006 a Shanghai sono stati allacciati nuovi e preziosi contatti con gli organizzatori dell'esposizione e con altri partecipanti.

2.3 Concorso di idee

2.3.1 Procedura

Nella prospettiva di una nostra partecipazione all'Esposizione universale 2010 di Shanghai, Presenza Svizzera ha lanciato, il 7 dicembre 2006, un concorso di idee interdisciplinare a due livelli. L'apertura del concorso è stata pubblicata sul Foglio ufficiale svizzero del commercio (FUSC), sulla stampa specializzata e su Internet. Il concorso soggiace alla legge federale del 16 dicembre 1994⁵ sugli acquisti pubblici e all'ordinanza dell'11 dicembre 1995⁶ sugli acquisti pubblici. Sono state prese in considerazione anche le regole dell'OMC. In questo contesto occorre osservare che il committente ha ceduto parte del suo potere decisionale a una giuria nominata sulla base di criteri severi, le cui decisioni non possono essere messe in discussione (art. 53 della citata ordinanza sugli acquisti pubblici).

Il concorso ha suscitato vivo interesse. Il fascicolo relativo alle candidature è stato scaricato oltre 300 volte da Internet; 104 autori hanno presentato una proposta prima della data limite fissata per il 22 gennaio 2007. Una giuria di undici persone diretta da Uli Sigg, ex ambasciatore di Svizzera in Cina, si è riunita il 15 e 16 febbraio 2007 e ha selezionato dodici progetti per la seconda fase. La giuria, riunitasi il 22 e

⁵ RS 172.056.1

⁶ RS 172.056.11

23 maggio 2007, ha elaborato una classifica di tutti i progetti ammessi in conformità al programma designando il progetto premiato.

2.3.2 **Regolamento del concorso**

Il concorso verteva sulla costruzione e la sistemazione dell'insieme del padiglione svizzero, incluso il concetto espositivo:

- a. esposizione;
- b. cinema su schermo gigante;
- c. ristorante;
- d. *shop*;
- e. area VIP;
- f. uffici;
- g. personale e locali accessori.

Il contenuto del filmato «Best of Switzerland» era escluso dal concorso. Prodotto da terzi, in particolare da Svizzera Turismo, descriverà la bellezza dei paesaggi svizzeri e sarà proiettato su schermo gigante. La proiezione del film all'Esposizione universale 2010 di Shanghai è finanziata da un mecenate (cfr. n. 2.6.3).

A motivo della forte concorrenza internazionale che regna nelle esposizioni universali si doveva trovare un tema seducente non fosse altro che per attirare l'attenzione dei media. Per il rimanente, il programma del concorso imponeva il quadro strategico e concettuale seguente:

- a. il punto di partenza è l'immagine odierna della Svizzera, che deve essere presentata in modo da offrire una percezione innovativa e positiva;
- b. la partecipazione della Svizzera all'esposizione deve integrarsi nella campagna di comunicazione e informazione 2007–2011 della Svizzera in Cina i cui temi principali sono la qualità della vita, l'ambiente e la fama internazionale e avere un rapporto con il tema principale dell'Esposizione universale 2010 «Una città migliore per una vita migliore». La Svizzera dev'essere presentata come un Paese urbano, innovatore, attento alla qualità della vita, rivolto al futuro e dalle molteplici sfaccettature;
- c. il messaggio della Svizzera dev'essere chiaro, ma soprattutto di facile comprensione per i visitatori cinesi in considerazione del loro bagaglio culturale. La manifestazione dev'essere rivolta soprattutto ai visitatori cinesi, che costituiranno sicuramente la maggioranza. Deve suscitare stupore e curiosità o stimolare il loro desiderio di conoscerla dal vivo, ma senza austerità. Dato il contesto culturale cinese, si dovranno evitare elementi provocatori, di autocritica o ironici;
- d. nonostante il numero comparativamente esiguo, il progetto deve interessare anche i visitatori internazionali, in particolare i visitatori svizzeri e gli sponsor che dovranno potersi identificare nell'immagine offerta dal loro Paese.

2.4

Progetto premiato

La parte esterna del padiglione si presenta come una montagna ibrida sospesa tra natura e tecnologia. Un velo traslucido composto di materiali naturali e di elementi tecnologici avvolge lo spazio «urbano» interno e suggerisce uno spazio esterno «naturale». Cellule solari di colore rosso sono integrate nel velo e formano un prodotto al confine tra natura e tecnologia.

Attraverso il suo aspetto tecnoide, la scena multifunzionale ricca di attività e il flusso incessante dei visitatori, lo spazio «urbano» interno già coperto e ombreggiato si fa deliberatamente compresso. La scena, che può essere gestita in maniera quasi illimitata, funge da piattaforma per le manifestazioni uniche e ricorrenti. È prevista una presentazione audiovisiva all'interno dello spazio «urbano» che spiega l'aspetto innovatore e sostenibile delle tecnologie utilizzate nella costruzione del padiglione.

L'area d'accesso allo spazio «naturale» (prato) è in movimento perpetuo grazie ai flussi rapidi della seggiovia che prevede di trasportare fino a 3500 persone l'ora. Invenzione svizzera e simbolo del turismo di montagna delle nostre regioni, la seggiovia ha il vantaggio di coniugare calma e movimento.

Nel cinema sarà diffuso il filmato «Best of Switzerland», costituito da estratti del film «The Alps» e prodotto in IMAX secondo le direttive di PRS. Immagini impressionanti di paesaggi pittoreschi garantiranno allo spettatore, immobile, un'esperienza audiovisiva forte e immateriale. Il cinema corrisponde addirittura, nella forma, al contenuto del film.

Lo spazio VIP del padiglione prevede di accogliere persone selezionate e leader d'opinione ai quali intendiamo presentare una Svizzera urbana, innovatrice e senza compromessi per quanto concerne la qualità e orientata al futuro. E se la comunicazione e la trasmissione del sapere promette di essere dettagliata e personalizzata grazie agli schermi di immagini e al lavoro promozionale, la materialità dello spazio interno deve rispecchiare una Svizzera al contempo campione del riciclaggio e centro del sapere.

La tecnica stessa dell'edificio riflette i grandi principi di base della fisica proponendo anche un sistema di raffreddamento naturale del cinema mediante circolazione d'acqua. Una cascata dietro il velo traslucido provvede a rinfrescare il padiglione riducendo nel contempo, per effetto della condensazione dell'acqua in superficie, l'umidità dell'aria nello spazio interno. Le pietre che fungono anche da sedile vengono simultaneamente raffreddate dallo scorrere dell'acqua.

Il funzionamento della seggiovia prevede costi energetici inferiori della metà rispetto a quelli necessari per la climatizzazione di sale d'esposizione analoghe.

La facciata è composta da una guaina di resina biologica commestibile: costruita con fibre di fagioli di soia fermentati, non è velenosa, è resistente all'abrasione e facile da lavorare.

In natura, la resina biologica si decompone in acqua e diossido di carbonio sotto l'azione di batteri. Gli scarti possono servire da concime naturale. L'involucro è costruito a partire da lastre in resina fusa termoformate.

Gli autori del progetto vincente, intitolato «Nummer 8005», sono:
Buchner Bründler AG Architekten BSA, Basilea: Andreas Bründler
Element GmbH, Basilea: Andreas Hunkele
Waldhauser Haustechnik AG, Basilea: Werner Waldhauser

Huerzeler Holzbau, Magden: Roland Huerzeler
Barbara Jenni, sinologa, Zurigo

La società Buchner Bründler AG ha partecipato al progetto di dono della Svizzera all'ONU a New York e ha già realizzato un progetto in Cina con un celebre artista cinese.

La presenza della Svizzera in Cina suscita un vivo interesse, come dimostrano i numerosi servizi favorevoli pubblicati nei media cinesi quando è stato designato il progetto vincente il 24 maggio 2007. I media cinesi presentano il futuro padiglione svizzero come una realizzazione moderna e innovativa e descrivono il progetto prescelto come sostenibile e avanguardistico.

Anche le autorità di Shanghai presentano il progetto selezionato dalla Svizzera per l'Esposizione universale del 2010 sul loro sito www.shanghai.gov.cn.

2.4.1 Valutazione della giuria

Il padiglione va interpretato come un segnale forte; non esprime una semplice forma geometrica bensì un effetto a sorpresa nell'ambivalenza di questi elementi ibridi mentre la semitrasparenza della facciata coniuga la forma e la funzione, interno ed esterno.

Il potenziale del padiglione risiede nel suo carattere contrastante. Il padiglione è una fabbrica ibrida, un laboratorio della sostenibilità. È un enigma architettonico: rete sospesa come una tenda davanti a pesanti piloni eretti senza pesare visibilmente sul sito dell'Esposizione. La proiezione orizzontale è una carta di geopolitica immaginaria. Questa opera complessa è decifrabile di primo acchito come una macchina o una fabbrica, un miscuglio di arte ingegneristica e architettura uscita direttamente dal regno della fantascienza e unisce le visioni scientifiche (la tecnologia solare della facciata) e i sogni estetici del design.

La concezione intellettualmente esigente dell'esposizione seduce per chiarezza ed esigenza, rappresenta la natura ibrida delle città del futuro divise tra tecnica e natura, allo scopo di creare la qualità della vita nello spazio urbano. Gli autori fanno riferimento al principio asiatico dello yin e dello yang. Quale elemento ludico, i progettisti hanno integrato una seggiovia che trasporta i visitatori lontano dalla pesantezza della città verso la leggerezza aerea della natura. Questa seggiovia fa circolare in modo accattivante i temi principali dell'Esposizione 2010 di Shanghai, ossia la sostenibilità e la qualità della vita, offrendo al grande pubblico cinese una singolare avventura.

I legami tra innovazione e sostenibilità costituiscono la base del progetto. La facciata del padiglione sarà nel contempo «commestibile» e «produttrice d'energia». In tal modo la forza innovativa opera in modo convincente.

2.4.2 Raccomandazione della giuria

La giuria raccomanda all'unanimità che gli autori del progetto vincente siano incaricati di proseguire i lavori preparatori in conformità al programma del concorso. Dovranno tenere conto delle osservazioni figuranti sulla valutazione scritta dei

lavori della giuria e delle conclusioni dell'esame preliminare. Inoltre, è stato istituito un comitato di esperti composto di membri della giuria per accompagnare il progetto.

Il concetto deve essere elaborato in particolare per quanto concerne le tecnologie esposte e deve mettere in luce una raffigurazione comprensibile della sostenibilità. Una VIP-Lounge attrattiva deve dare la possibilità ai partner e agli sponsor di coltivare le loro relazioni.

2.5 Misure complementari

Per garantire una presenza durevole della Svizzera in Cina, si prevede di definire un programma quadro sia nella fase preliminare sia durante e dopo la manifestazione, analogo a quello per la campagna «Dynamic Switzerland» condotta in Giappone nel 2005. Detto compito sarà svolto in stretta collaborazione con i partner istituzionali di Presenza Svizzera e il gruppo di direzione operativa (Steering Group). La campagna di comunicazione, che si svolgerà dal 2007 al 2011, verterà essenzialmente sui temi della qualità della vita, dell'ambiente e della fama internazionale. Particolare attenzione sarà data alle manifestazioni previste per la Giornata della Svizzera e per il 1° agosto.

Per analogia con il programma culturale «0406 SWISS CONTEMPORARY ARTS IN JAPAN» organizzato su due anni in Giappone, Pro Helvetia prevede per la Cina un programma culturale inteso a proseguire lo sviluppo delle relazioni culturali tra la Svizzera e la Repubblica popolare di Cina.

L'OSEC, dal canto suo, approfitterà della campagna di comunicazione per «vendere» il sito di attività economica svizzera agli investitori cinesi e assistere le aziende esportatrici svizzere che partecipano alle fiere in Cina. Le attività di Svizzera Turismo saranno di volta in volta integrate nella campagna di comunicazione. Presenza Svizzera sarà coadiuvata da un'agenzia internazionale di pubbliche relazioni in loco affinché tali attività abbiano un impatto durevole sulla stampa cinese e sui leader d'opinione.

2.6 Organizzazione

2.6.1 Gruppo di progetto

Un gruppo di progetto diretto dal responsabile del settore Grandi manifestazioni di Presenza Svizzera, con la partecipazione del vincitore del concorso, è incaricato di condurre a buon fine lo sviluppo dell'idea premiata per il padiglione svizzero all'Esposizione universale 2010 di Shanghai. Saranno prese in considerazione le valutazioni e le raccomandazioni della giuria.

Il gruppo di progetto è responsabile anche del concetto generale, della contabilità, della pianificazione, dell'attuazione della campagna di comunicazione della Svizzera in Cina nonché del funzionamento del padiglione svizzero a Shanghai.

2.6.2 Piano di controlling

Sulla base del modello contabile utilizzato per la partecipazione svizzera all'Esposizione universale 2005 di Aichi e in considerazione delle raccomandazioni che figurano nel rapporto di revisione del 1° marzo 2007 del Controllo federale delle finanze (CDF), è stato definito un modello contabile che permette un controllo rigoroso delle spese e degli introiti e l'allestimento del bilancio nonché un controllo dei contratti. Le spese e gli introiti sono preventivati e contabilizzati separatamente.

2.6.3 Concetto di sponsorizzazione

Dato che il decreto federale del 29 marzo 2006 concernente la partecipazione della Svizzera all'Expo universale 2010 di Shanghai prevede che parte della somma stanziata sarà finanziata dal settore privato, la direzione del progetto si è premurata di contattare i potenziali partner dell'economia privata. Il presidente dell'Associazione Svizzera-Cina è stato incaricato di trovare gli sponsor. Alle grandi imprese svizzere era stato chiesto per corrispondenza cosa pensassero della manifestazione. Le risposte sono state per la maggior parte positive. Gli amministratori e CEO hanno espresso il parere che la Svizzera non dovesse perdere un'occasione così importante per il Paese e taluni hanno palesato in modo del tutto informale la loro disponibilità ad appoggiare finanziariamente la partecipazione svizzera. Il 23 giugno 2006, le grandi imprese svizzere sono state invitate a una seduta a Zurigo e in quell'occasione è stato presentato loro per la prima volta il programma.

Il concetto di sponsorizzazione prevede le seguenti categorie:

- | | | |
|----|--|----------------------------|
| a. | partner principale della campagna di comunicazione in Cina 2007–2011 | 3 milioni di franchi circa |
| b. | partner principale del padiglione svizzero | 0,9–1,2 milioni di franchi |
| c. | copartner del padiglione svizzero | 0,4 milioni di franchi |

Prima di concludere un contratto con un partner viene elaborata, d'intesa con il medesimo, un'offerta adeguata alle sue necessità (visibilità, trasferimento di immagine, prestazioni di pubbliche relazioni, accoglienza dei clienti all'interno e all'esterno del padiglione svizzero e nel corso della campagna di comunicazione).

Dopo l'incontro di Zurigo, altri colloqui bilaterali hanno avuto luogo con le imprese interessate dai quali si è appreso che l'economia è disposta a mettersi al servizio della Svizzera se la comunicazione in Cina è attraente e di qualità e se il loro contributo non riduce quello della Confederazione.

Il progetto è stato presentato il 25 agosto 2006 ai direttori dell'economia pubblica interessati in collaborazione con Location:Switzerland, allo scopo di discutere delle eventuali possibilità di coinvolgere le regioni e le città nella comunicazione sulla presenza della Svizzera a Shanghai. Il 16 ottobre 2006 è stato inoltre spedito un plico per corrispondenza a tutti i direttori dell'economia pubblica onde informarli del progetto. La cooperazione con i Cantoni è coordinata dal responsabile per la Cina di Location:Switzerland.

2.6.4 Gruppo di direzione operativa (Steering Group)

Un gruppo di direzione operativa (chiamato «Steering Group»), istituito nell'autunno 2006 e posto sotto la responsabilità del direttore di Presenza Svizzera, vigilerà sul rispetto degli obiettivi e delle consegne del progetto. Il gruppo si riunisce di norma ogni due mesi, svolge la funzione di curatore, supervisore e controllore della gestione. Comprende anche rappresentanti dei partner istituzionali di Presenza Svizzera e collaboratori delle rappresentanze ufficiali della Svizzera in Cina.

3 Contenuto del decreto di finanziamento

3.1 Proposta del Consiglio federale

Il nostro Collegio propone di stanziare un credito d'impegno di 20 milioni di franchi destinato alla partecipazione della Svizzera all'Esposizione universale 2010 di Shanghai, alle misure di comunicazione complementari e ai lavori preparatori.

Il credito di 20 milioni di franchi figura nel preventivo 2007 e nel piano finanziario 2008–2010. Include inoltre il credito di impegno di 1 milione di franchi accordato per i lavori preparatori mediante decreto federale del 29 marzo 2006.

Il nostro Collegio ha stabilito che 6 milioni di franchi saranno compensati in seno al DFAE, 2 milioni al DFE e 1 milione al DFF. Inoltre 4 milioni di franchi saranno procurati presso l'economia privata. Qualora l'obiettivo non fosse raggiunto la somma mancante sarà finanziata tramite il bilancio ordinario di Presenza Svizzera. Il contributo federale supplementare per la partecipazione della Svizzera ammonta quindi a 7 milioni di franchi.

Ripartizione del finanziamento:

		CHF						
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTALE
Finanziamento Expo 2010 Shanghai								
	Piano finanziario (stato marzo 2006)	1'000'000	1'800'000	3'500'000	6'100'000	6'800'000	800'000	20'000'000
	Piano finanziario: legisl. 2009-2011	380'300	2'508'100	3'721'600	6'000'000	6'650'000	740'000	20'000'000
Contributi	PRS/DFAE	1'000'000	1'000'000	1'000'000	1'000'000	1'000'000	1'000'000	6'000'000
	Sponsorizzazioni (PRS)			1'000'000	1'000'000	2'000'000		4'000'000
	DFF (costruzioni all'estero)				500'000	500'000		1'000'000
	DFE		500'000	500'000	500'000	500'000		2'000'000
	Preventivo della Confederazione	-619'700	1'008'100	1'221'600	3'000'000	2'650'000	-260'000	7'000'000

Nel suo rapporto di attività del 1° marzo 2007, la Delegazione delle finanze suggerisce di acquisire mezzi supplementari nel settore privato oltre ai 4 milioni già previsti, onde completare la presenza svizzera in Cina su base modulare. La direzione del progetto tiene conto di questo suggerimento aggiungendo al preventivo di base un preventivo per moduli complementari.

3.2 Preventivo del progetto di base

Il preventivo comprende la totalità delle spese necessarie per la costruzione del padiglione svizzero all'Esposizione universale 2010 di Shanghai.

Nel corso dei lavori preparatori per la partecipazione della Svizzera all'Esposizione di Shanghai è stato rafforzato il gruppo del settore Grandi manifestazioni internazionali di Presenza Svizzera. Sino all'autunno 2006 vi figuravano un responsabile di settore, un responsabile delle finanze e del personale, nonché un responsabile della comunicazione. Il 31 maggio 2007 questo settore comprendeva, a Berna, 480 per cento di posto, mentre a Pechino era stato completato da un collaboratore di progetto e dalla sua assistente (200 per cento di posto).

Queste assunzioni, di durata limitata, sono finanziate dal credito d'impegno. Il costo per altri impegni di durata limitata in relazione con la partecipazione della Svizzera all'Esposizione universale 2010 di Shanghai sarà parimenti ascrivito al credito proposto. Si pensa di assumere una cinquantina di persone per tutto il periodo della manifestazione (per la maggior parte studenti svizzeri in sinologia) che si occuperanno dell'accoglienza dei visitatori, dell'area VIP e dell'amministrazione.

La gestione del ristorante situato nel padiglione svizzero sarà affidata alla società Gamma Catering AG disposta ad assumere la totalità del rischio economico. Per tale motivo il preventivo non contempla spese e introiti relativi al ristorante.

Spese

Lavori preparatori	3 900 000.–
Direzione di progetto Presenza Svizzera: oneri di personale	2 800 000.–
Direzione di progetto Presenza Svizzera: amministrazione, varie	800 000.–
Concorso di progetto	300 000.–

Costruzione e allestimento del padiglione svizzero	9 400 000.–
Concezione/pianificazione del padiglione svizzero	750 000.–
Costruzione del padiglione svizzero	8 650 000.–

Gestione del padiglione svizzero	3 000 000.–
Oneri di personale	1 700 000.–
Manutenzione	450 000.–
Amministrazione, trasporti, varie	850 000.–

Comunicazione	2 500 000.–
----------------------	--------------------

Riserve (costruzioni)	1 200 000.–
------------------------------	--------------------

Spese lorde	20 000 000.–
--------------------	---------------------

Introiti di terzi

Sponsorizzazioni economia privata	4 000 000.–
-----------------------------------	--------------------

Spese nette	16 000 000.–
--------------------	---------------------

L'importo totale delle spese lorde della Confederazione è nettamente inferiore alla somma investita per l'Esposizione 1992 di Siviglia (32 mio. di fr.) o per l'Esposizione 2000 di Hannover (23,5 mio. di fr.), ma è superiore del 33 per cento alle spese per l'Esposizione 2005 di Aichi (15 mio. di fr.). Gli organizzatori di Aichi avevano fornito un padiglione gratuito mentre si è dovuto costruire quelli di Siviglia e di Hannover. Gli espositori di Shanghai sono nella stessa condizione di questi ultimi; inoltre, a causa della distanza le spese di trasporto sono nettamente superiori rispetto a un'esposizione in Europa.

3.3 Costo dei moduli supplementari finanziati da terzi

Il progetto di base sarà completato con l'attuazione di progetti supplementari finanziati da terzi e messi in cantiere soltanto se ne sarà garantito il finanziamento. Pertanto la Confederazione non dovrà sopportare alcun rischio finanziario supplementare.

Progetti

Costruzione di un cinema a schermo gigante nel padiglione	1 100 000.–
Estensione del salone VIP nel padiglione	500 000.–
Comunicazione Cina 2007–2011, manifestazioni	2 500 000.–
Acquisti <i>shop</i>	900 000.–

Totale delle spese	5 000 000.–
---------------------------	--------------------

3.4 Prosecuzione dei negoziati con mecenati

Fino al maggio 2007 sono stati firmati un contratto e una dichiarazione d'intenti con due imprese. Un'impresa sosterrà il progetto di base mediante un apporto finanziario di due milioni e la seconda verserà 2,3 milioni di franchi per il progetto di base e la realizzazione di un cinema con schermo gigante nel padiglione svizzero. Sono tuttora in corso negoziati con cinque altre grandi imprese, che potrebbero fungere da partner principali nella campagna di comunicazione. Sono stati avviati colloqui con diverse imprese meno importanti per partenariati principali o copartenariati nel quadro del padiglione svizzero.

Fra le diverse regioni, quella di Basilea si è mostrata particolarmente interessata ed ha avviato un dialogo in tal senso con Presenza Svizzera.

4 Ripercussioni

4.1 Per la Confederazione

Il decreto federale non provoca spese per la Confederazione dato che si tratta di un decreto di credito puntuale concernente un credito d'impegno chiaramente definito.

4.2 Per i Cantoni e i Comuni

Il decreto federale non ha alcuna ripercussione sui Cantoni e sui Comuni.

5 Rapporto con il Programma di legislatura e il piano finanziario

Il progetto è annunciato nel programma di legislatura 2003–2007⁷. Il credito d'impegno per la partecipazione della Svizzera all'Esposizione universale 2010 di Shanghai figura nell'allegato 1 del rapporto sotto il n. 3.1.

6 Basi legali

6.1 Costituzionalità e legalità

In virtù dell'articolo 54 capoverso 1 della Costituzione federale (Cost.) del 18 aprile 1999⁸, la Confederazione è competente in materia di affari esteri. Fondandosi su queste disposizioni il legislatore ha adottato la legge federale del 24 marzo 2000⁹ concernente la promozione dell'immagine della Svizzera all'estero.

La base legale materiale del credito d'impegno proposto figura nell'articolo 2 capoverso 5 della legge federale citata in relazione con gli articoli 3 capoverso 1 lettera e, e capoverso 2 dell'ordinanza del 25 ottobre 2000¹⁰ concernente la promozione dell'immagine della Svizzera all'estero. La partecipazione alle esposizioni universali è menzionata esplicitamente in quanto strumento di promozione dell'immagine della Svizzera all'estero.

La competenza dell'Assemblea federale di approvare le proposte di spesa discende dall'articolo 167 Cost.

6.2 Compatibilità con gli impegni internazionali della Svizzera

Il presente progetto non incide sugli impegni internazionali assunti dalla Svizzera.

6.3 Forma dell'atto legislativo

Il presente progetto verte su un decreto di finanziamento e non contempla norme di diritto. Assume quindi la forma di un decreto federale semplice conformemente agli articoli 163 capoverso 2 Cost. e 25 capoverso 2 della legge federale del 13 dicembre 2002¹¹ sul Parlamento. In quanto tale non sottostà a referendum facoltativo.

⁷ FF **2004** 969

⁸ RS **101**

⁹ RS **194.1**

¹⁰ RS **194.11**

¹¹ RS **171.10**

6.4 Freno alle spese

L'articolo 159 capoverso 3 lettera b Cost. prevede, allo scopo di limitare le spese, che le disposizioni relative ai sussidi nonché i crediti d'impegno e le dotazioni finanziarie implicanti nuove spese uniche superiori a 20 milioni di franchi o nuove spese periodiche di oltre 2 milioni di franchi debbano essere adottate con il consenso della maggioranza dei membri di ciascuna Camera. Siccome il credito d'impegno costituisce una spesa unica il cui ammontare non supera i 20 milioni di franchi, il progetto non sottostà al freno alle spese.

Il padiglione svizzero





