

02.080

**Messaggio
concernente la partecipazione della Svizzera
all'esposizione mondiale «Expo 2005 Aichi», Giappone**

del 13 novembre 2002

Onorevoli presidenti e consiglieri,

Con il presente messaggio vi sottoponiamo per approvazione il disegno di decreto federale sulla partecipazione della Svizzera all'esposizione mondiale di Aichi, in Giappone, nel 2005.

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

13 novembre 2002

In nome del Consiglio federale svizzero:

Il presidente della Confederazione, Kaspar Villiger
La cancelliera della Confederazione, Annemarie Huber-Hotz

Compendio

Con il presente messaggio vi chiediamo di approvare un credito d'impegno di 15 milioni di franchi per rendere possibile la partecipazione della Svizzera all'esposizione universale di Aichi, in Giappone, che si terrà dal 25 marzo al 25 settembre del 2005.

Su un'area di 173 ettari, circa 130 paesi e organizzazioni presenteranno le loro idee sul tema «Nature's Wisdom» (La saggezza della natura). 50 paesi e organizzazioni internazionali hanno già assicurato la loro partecipazione. Gli organizzatori si aspettano ben oltre 15 milioni di visitatori. Le esposizioni universali godono sempre di grande popolarità, specialmente in Asia.

Il concorso di idee di Presenza Svizzera per il padiglione svizzero ad Aichi 2005 è stato vinto dalla «Arbeitsgemeinschaft Berg» con la sua idea «Der Berg» (La montagna). Si tratta della stessa comunità che sotto la denominazione «Gruppo Panorama 2000» ha realizzato la fotografia panoramica del monolito di Morat (Expo.02). È stata proclamata vincitrice tra 54 partecipanti il 20 settembre 2002 da una giuria composta da nove persone.

Il concetto convince grazie a un forte riferimento alla Svizzera e alla tematica dell'esposizione. Riferendosi ai «faux terrains» il padiglione si presenterà come «montagna in una cassa». Lungo il loro percorso attraverso questa montagna i visitatori scopriranno una presentazione ricca di faccette di una Svizzera aperta, orientata sul futuro e innovativa.

Inoltre, la presenza della Svizzera in Giappone sarà amplificata da un ricco programma culturale tematico.

Messaggio

1 Parte generale

1.1 **Le esposizioni universali continuano ad essere popolari nonostante i nuovi strumenti di comunicazione globale**

Dalla prima manifestazione a Londra (Crystal Palace) nel 1851, sono state organizzate 43 esposizioni universali in quattro continenti, di cui 24 in Europa, 13 nell'America del Nord, 4 in Asia e 2 in Australia. L'America latina e l'Africa non hanno ancora accolto esposizioni universali.

Durante questo periodo di tempo le esposizioni universali hanno subito cambiamenti notevoli: all'inizio furono indette per presentare singoli nuovi prodotti dell'industria e articoli di consumo ma poi, nella prima metà del 20° secolo, si trasformarono in vetrine nazionali. Negli ultimi decenni soprattutto gli Stati industrializzati hanno posto per lo più l'accento su manifestazioni culturali, oppure hanno sfruttato la partecipazione per proiettare un'immagine del loro Paese.

Il numero dei Paesi partecipanti evidenzia una presenza palesemente universale: nel 1958 a Bruxelles, alla prima esposizione dopo la Seconda guerra mondiale, parteciparono solo 39 Stati; a quella di Montreal del 1967 il loro numero salì a 62; a Osaka nel 1970 furono 78, a Siviglia nel 1992 112 e ad Hannover nel 2000 addirittura 156. Occorre ricordare in merito che i Paesi del Terzo mondo che vi parteciparono hanno fruito da più punti di vista di un sostegno determinante da parte del Paese ospitante.

Oltre alle esposizioni di prima categoria menzionate qui sopra e che possono essere organizzate ogni cinque anni, il Bureau International des Exposition (BIE) di Parigi, di cui la Svizzera è membro fondatore, definisce anche manifestazioni di cosiddetta seconda categoria. La durata di queste ultime è limitata a tre mesi e la loro tematica è in genere ridotta rispetto a quella delle grandi esposizioni universali. Secondo le norme attuali del BIE, le manifestazioni di seconda categoria possono essere organizzate di volta in volta tra le esposizioni universali di prima categoria. Nel corso dell'ultimo decennio rientrarono in questa categoria Genova 1992, Taejon/Corea del Sud 1993 e Lisbona 1998. Anche l'esposizione universale 2004 di Parigi, annullata nel frattempo, sarebbe rientrata in questa categoria.

Con 18 milioni di entrate, l'interesse del pubblico per l'esposizione di Hannover rimase al di sotto delle aspettative iniziali. Gli organizzatori di Aichi 2005 hanno tenuto conto di questa circostanza, ridimensionando in modo realistico il numero di entrate (15 milioni).

Anche dopo il 2005 l'interesse di città candidate all'organizzazione di esposizioni non sembra attenuarsi: per il 2007 o il 2008 il BIE ha già registrato tre candidature per esposizioni di seconda categoria. Per l'esposizione universale di prima categoria del 2010 si sono annunciate Wroclaw (Breslavia), Mosca, Shanghai, Yeosu (Corea del Sud) e Querétaro (Messico). La decisione verrà presa il 3 dicembre 2002.

1.2

La partecipazione della Svizzera

La Svizzera è riuscita a riscuotere ampi consensi dal pubblico e dai mass media, partecipando alle esposizioni universali con padiglioni attrattivi e programmi complementari interessanti. Dalla fine della Seconda guerra mondiale il nostro Paese ha partecipato a tutte le esposizioni universali di prima categoria (Bruxelles, Montreal, Osaka, Siviglia, Hannover) e alla maggior parte delle esposizioni tematiche di seconda categoria.

Il Giappone ha conservato un buon ricordo del nostro Paese e della sua «struttura splendente» all'esposizione universale del 1970 a Osaka. Ma anche le presenze all'esposizione universale speciale 1985 della «Città delle scienze» di Tsukuba e all'esposizione universale 1990 sul giardinaggio di Osaka hanno procurato al nostro Paese un riconoscimento duraturo.

1.2.1

Partecipazione della Svizzera all'Expo 2000 Hannover

156 Stati e 17 organizzazioni internazionali hanno partecipato all'Expo 2000 di Hannover. 45 Paesi decisero la costruzione di un padiglione proprio, tra i quali quello svizzero dell'architetto Peter Zumthor è stato uno dei più impressionanti. Con un totale di 18,1 milioni di entrate la partecipazione del pubblico a Expo 2000 si è rivelata notevolmente inferiore alle previsioni, che ipotizzavano 40 milioni di visitatori; l'Expo 2000 è stata di gran lunga l'esposizione universale di prima categoria meno visitata dalla Seconda guerra mondiale. Si è poi palesato che un'affluenza maggiore non avrebbe praticamente potuto essere assorbita. Con 3,5 milioni di entrate circa e ben 800 000 al di sopra della media, il padiglione svizzero «Corpo sonoro Svizzera» si è classificato al 9° posto della graduatoria dei padiglioni più visitati.

Il «corpo sonoro Svizzera» aveva vinto nel settembre 1997 il concorso di progetti e grazie alla sua originalità aveva suscitato un'eco considerevole nei mass media nazionali ed esteri.

Presenza Svizzera – che aveva ripreso solo in una fase finale il progetto Expo 2000 dal suo predecessore «Commissione di coordinamento per la presenza della Svizzera all'estero» (COCO) – ne ha allestito il bilancio nel rapporto finale su Expo Hannover traendo profitto dalle esperienze raccolte. Specialmente in ambito di management dei progetti e di controlling è stato constatato un grande potenziale di miglioramento. Pertanto è stato ben presto definito un management di progetto per l'Expo 2005 di Aichi, che stabilisce chiare responsabilità e imperativi. Una commissione consultiva e una direzione operativa provvedono al buon uso delle esperienze fatte e delle conoscenze disponibili in materia di esposizioni universali, e sono altresì responsabili di un rigido controllo dei costi e della sorveglianza dell'avanzamento del progetto.

2

Parte speciale

2.1

Expo 2005 Aichi

La candidatura del Giappone per l'organizzazione di un'esposizione universale a Aichi è stata approvata dal BIE nel 1998. Nella votazione finale il Giappone ha avuto la meglio su Calgary (Canada). Dopo alcune difficoltà relative alla determinazione del terreno d'esposizione definitivo e una vivace discussione tra gli organizzatori e le organizzazioni giapponesi di protezione dell'ambiente, l'esposizione poté finalmente essere registrata come esposizione universale di prima categoria all'assemblea ordinaria del BIE del 15 dicembre 2000 a Parigi. Il Giappone fu quindi autorizzato ad organizzare nel 2005 un'esposizione nella prefettura di Aichi. Essa si svolgerà dal 25 marzo al 25 settembre 2005.

La prefettura di Aichi conta circa 7 milioni di abitanti e gode di un clima moderato, con una temperatura media di 15,1 gradi centigradi

Il terreno di esposizione di circa 173 ettari è situato tra Seto City, Nagakute Town e Toyota City, vicino alla città portuale di Nagoya – tra Tokyo e Osaka – che è il capoluogo della prefettura di Aichi. Nagoya è un'importante fermata del treno giapponese ad alta velocità («bullet train») tra Tokyo e Osaka. Anche il resto del Paese è ben collegato con Nagoya da autostrade e da linee ferroviarie. La prefettura di Aichi si occupa anche di un progetto di nuovo aeroporto internazionale, sebbene l'aeroporto di Nagoya sia già oggi in grado di gestire settimanalmente 171 voli verso 28 diverse destinazioni.

La regione costituisce il maggiore centro industriale del Giappone e contribuisce nella misura del 2 per cento al prodotto lordo mondiale. Essa è altresì un centro globale di tecnologie innovative.

La candidatura di Aichi 2005 si fonda sul sostegno di numerose grandi ditte, fra le quali la Toyota, che funge da capofila finanziario e organizzativo. I dirigenti della Toyota saranno fortemente rappresentati nel comitato organizzativo dell'Expo 2005. La segretaria generale del comitato organizzatore è la signora Harumi Sakamoto.

L'Expo 2005 vuole gettare un ponte tra tecnologia e ambiente e si è posta come tema generale «*Nature's Wisdom*» (La saggezza della natura). I temi secondari dell'esposizione sono:

- *Nature's Matrix* (Scienza e Tecnologia)
- *Art of Life* (Cultura e Società)
- *Development for Eco Communities* (Riciclaggio e Conservazione dell'energia)

La comprensione della natura e delle sue riserve che si autorigenerano armonicamente senza l'influsso dell'uomo non è importante per il solo Giappone, con la sua fitta popolazione, o per la Svizzera, ma costituisce in generale la premessa a un'esistenza che merita di essere vissuta in un mondo che si urbanizza. Il principio dell'Expo è «*Exposition of Global Harmony*» (Esposizione dell'armonia universale).

Contrariamente ad Hannover 2000, dove i Paesi hanno edificato i loro propri padiglioni, gli organizzatori giapponesi mettono gratuitamente a disposizione padiglioni prefabbricati. 50 000 m² sono riservati ai padiglioni dei partecipanti ufficiali, riuniti su sei piattaforme. Queste piattaforme sono collegate da un anello di circolazione

all'interno del quale si trovano altri elementi d'esposizione, come la «Piazza della sinfonia interculturale» oppure la «Piazza dell'acqua, della luce e del vento», dove si svolgeranno esibizioni ed esposizioni tematiche. Le organizzazioni senza scopo lucrativo e quelle non governative saranno presenti nel «Villaggio dei cittadini del mondo».

2.2 Attese in fatto di partecipazioni nazionali e di visitatori

All'atto della redazione del presente messaggio, 50 paesi e organizzazioni internazionali hanno annunciato la loro partecipazione all'Expo 2005. C'è da aspettarsi un aumento di questo numero fino alla scadenza del termine di notifica, a fine 2003. Gli organizzatori prevedono la partecipazione di 130 Nazioni e organizzazioni non governative.

Grazie alla posizione di Expo 2005 al centro del Giappone, si aspettano approssimativamente 15 milioni di visitatori, tra i quali il 10 per cento circa dall'estero. Le esposizioni universali godono sempre di grande popolarità, specialmente in Asia. Il numero di visitatori attesi è stato nondimeno adeguato a quello di Hannover. A ciascuna delle Expo 1985 di Tsukuba/Giappone e 1993 di Taejon/Corea del Sud sono stati registrati 20 milioni di visitatori.

2.3 La partecipazione della Svizzera

2.3.1 Le ragioni della partecipazione svizzera

Il Consiglio federale ritiene che la partecipazione della Svizzera – membro fondatore del BIE – alle esposizioni universali di prima categoria sia da porre in forse solo in casi eccezionali. Le esposizioni costituiscono per la Svizzera una delle poche piattaforme di dimensione universale e dovrebbero essere sfruttate per quanto possibile per curare l'immagine e la presenza della Svizzera all'estero. È inoltre da supporre che come nel caso dell'Expo di Lisbona 1998 e di quella di Hannover 2000 tutti gli Stati dell'UE saranno presenti anche in Giappone.

L'importanza del Giappone dal punto di vista politico, economico e turistico è stata determinante ai fini della partecipazione. Per il Giappone – che si sforza tuttora di ottenere un seggio permanente nel Consiglio di sicurezza delle Nazioni Unite – quest'esposizione universale è di grande importanza per l'autocoscienza nazionale: una degna partecipazione della Svizzera è quindi considerata come ovvia.

Da un'inchiesta demoscopica commissionata da Presenza Svizzera sul tema delle esposizioni universali (GIR Istituto di ricerca, 19 marzo 2002) risulta che il 50 per cento della popolazione svizzera ritiene in genere positivo che la Svizzera intraprenda molto di più per farsi conoscere all'estero. Il 45 per cento è del parere che gli sforzi fatti finora siano sufficienti. Solo il 5 per cento è di parere contrario. Ancora più indiscussa è in generale la partecipazione a esposizioni universali, a favore della quale si è pronunciato l'81 per cento. Interpellato specificamente sul tema della natura e dell'ambiente, l'84 per cento della popolazione ritiene credibile che la

Svizzera si presenti all'estero come modello su questioni di protezione della natura e dell'ambiente. Il 76 per cento considera altresì che la Svizzera svolge un ruolo di primo piano nel campo delle tecnologie moderne.

2.3.2 Lavori preparatori avviati finora

In virtù del *decreto del Consiglio federale* del 24 ottobre 2001 concernente la partecipazione della Svizzera all'Expo 2005 Aichi, Presenza Svizzera (PRS) ha immediatamente dato avvio ai necessari lavori preparatori. Tutti i lavori vengono effettuati all'insegna delle esperienze fatte ad Hannover, nel chiaro intento di adempiere lo scadenziario e il preventivo.

Nella primavera 2002 una delegazione svizzera ha visitato il terreno d'esposizione e si è fatta provvisoriamente riservare alcuni *moduli di padiglioni* per una superficie complessiva di 1 300 m² e situati in un'ubicazione strategica e attraente. Si prevede di assegnare 800 m² circa all'esposizione vera e propria, mentre i 500 m² restanti sono previsti per un ristorante, un'infrastruttura d'ufficio e gli impianti sanitari.

Nell'estate del 2002 un *capoprogetto Esposizioni universali* e un'assistente sono entrati in funzione presso Presenza Svizzera. L'organigramma dell'organizzazione di progetto e i diversi capitoli di oneri sono già stati redatti in stretta collaborazione con le persone associate all'Expo 2000 di Hannover e con gli esperti coinvolti in Expo.02. Un primo workshop tenuto nel luglio 2002 ha consentito di consolidare le esperienze di Hannover.

Il 29 aprile 2002 Presenza Svizzera ha pubblicato in procedura libera un *concorso di idee* per il padiglione svizzero di Aichi 2005 sul Foglio ufficiale svizzero di commercio, sulla stampa specializzata e su Internet. Il concorso era sottoposto alle norme della legge federale e dell'ordinanza sugli acquisti pubblici. Sono stati presi in considerazione anche i nuovi regolamenti 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 e le cui decisioni non possono essere messe in discussione (art. 53 dell'ordinanza dell'11 dicembre 1995 sugli acquisti pubblici; RS 172.056.11).

Presenza Svizzera ha stabilito i seguenti *assi tematici prioritari* nel programma di concorso:

- a. «All'interno del tema «*Nature's Wisdom*» è indispensabile una concentrazione su uno o due aspetti. Eventualmente è possibile convogliarvi ulteriori pensieri tematici.
- b. Occorre tenere conto del contesto giapponese.
- c. L'attuale immagine della Svizzera in Giappone può servire come punto di riferimento per il trattamento del tema – successivamente si dovranno però suscitare sensazioni nuove e innovative.
- d. È senz'altro possibile operare confronti tra le situazioni in Giappone e la corrispondente situazione in Svizzera.

- e. I giapponesi sono un popolo molto legato alla natura. La protezione della natura è un problema che acquista sempre maggior importanza anche in Giappone. In caso di eventuale trattamento del tema, occorrerà rimanere realistici in riferimento alla Svizzera ed evitare di dare lezioni.
- f. Un'esposizione universale non è adatta come vetrina delle nostre realizzazioni. La diversità della Svizzera su uno piccolo spazio (agricoltura, lingue, cultura) dovrebbe sollecitare l'interesse del Giappone.
- g. È auspicato un messaggio chiaro e semplice che venga capito anche dal giapponese medio senza molte conoscenze della Svizzera.
- h. Questo messaggio deve essere trasmesso, per quanto possibile, attraverso i sensi, prendendo in considerazione il piacere dei giapponesi per il gioco e il divertimento.
- i. L'autocritica non verrebbe capita in Giappone. Lo stesso vale per l'ironia.
- j. Anche i visitatori svizzeri dell'Expo dovrebbero avere la possibilità di identificarsi con quella presentazione del nostro Paese.
- k. A fronte della concorrenza internazionale in ambito di esposizioni universali è auspicato un elemento che «capi l'attenzione». Questo ed altri elementi dovrebbero suscitare l'interesse dei mass media.
- l. A condizione che la capacità di afflusso di visitatori non venga ridotta drasticamente, è auspicata una tecnica espositiva interattiva».

I documenti di concorso sono stati richiesti da 106 persone, che hanno versato una tassa di partecipazione alle spese di 200 franchi, restituita ai concorrenti in caso di presentazione tempestiva dei progetti. Complessivamente 54 gruppi di progetto e singole persone hanno presentato proposte. Per assicurare l'anonimato dei partecipanti, Presenza Svizzera ha incaricato Schoch Marketing a Uitikon dell'organizzazione del concorso. I costi totali del concorso e di altri lavori preparatori ammontano a circa 500 000 franchi per il 2002.

Una giuria di nove persone sotto la direzione di Paul Dudler, ex presidente della «*Swiss Chamber of Commerce and Industry in Japan*» e di Novartis Japan, si è chiaramente pronunciata a favore del progetto «*Der Berg*» (La montagna) della «*Arbeitsgemeinschaft Berg*». Questa comunità ha realizzato, sotto il nome di «Gruppo Panorama 2000», il progetto collettivo «Svizzera Versione 2.1», attualmente presentato nel monolito di Morat (Expo.02). I progetti verranno esposti dal 23 settembre al 3 ottobre a Zurigo e i vincitori saranno presentati al pubblico nel corso di una manifestazione destinata ai mass media, organizzata il 16 ottobre 2002 a Bienne.

L'importo a disposizione per le prime dieci idee premiate e per l'acquisto del progetto era di 135 000 franchi.

2.3.3

L'idea

«In questo progetto il mondo alpino occupa un posto centrale e simbolico rispetto al tema principale «La Saggiezza e la natura»: è l'immagine, non solo scientifica, ma anche forgiata dalla storia spirituale, di un paesaggio pieno d'energia al quale associamo concetti positivi e forti.

La montagna stessa e tutto quello che succede sopra, sotto e intorno ad essa, appare al viandante come una riserva riconfortante di fenomeni naturali. Per questo motivo l'esperienza di un'escursione in montagna ha naturalmente un effetto benefico e salutare sulla popolazione urbana.

In questo genere di medicina la «Saggiezza della natura» non è rintracciabile in un rimedio ben definito, ma si sviluppa attraverso una sequenza di immagini dell'atmosfera che il viandante percepisce lungo il suo cammino. L'esposizione è stata pertanto concepita come ricerca di queste immagini: immagini della potenza della montagna, di indubbio carattere svizzero, ma pure aperte all'occhio estraneo e curioso.

Un paesaggio di montagna sarà ricreato nel contesto architettonico dell'esposizione. In modo analogo ai «*faux terrains*» del panorama storico, vi proponiamo un modello topografico di montagna, percorribile e astratto, che verrà costruito come spazio interno ed esterno».

«Arbeitsgemeinschaft Berg»

Il padiglione svizzero comprenderà un ristorante e un'infrastruttura di sostegno, non previsti dal concorso, ma che formano però un tutto con l'esposizione vera e propria, che proietterà quindi in Giappone l'immagine di una Svizzera aperta, volta al futuro e innovativa.

2.3.3.1

Valutazione della giuria

L'idea alla base di questo progetto è ad un tempo semplice e convincente; il messaggio da trasmettere al di là delle frontiere culturali e soprattutto in Giappone è facilmente comprensibile. Più facilmente realizzabile e coerente di altri progetti (seppure interessanti dal profilo figurativo e concezionale) «*Der Berg*» si distingue per il suo chiaro riferimento alla Svizzera. Il progetto adempie in modo convincente le esigenze del committente. Inoltre «*Der Berg*» si inserisce perfettamente nella tematica dell'esposizione: «*Nature's Wisdom*».

La giuria considera questo progetto come particolarmente adatto per suscitare subito un'impressione positiva sul pubblico del Paese ospite a partire da un'immagine conosciuta della Svizzera. La struttura della facciata come formazione rocciosa e la possibilità di utilizzarla come scenario schiudono ulteriori potenzialità.

Al suo interno il padiglione «*Der Berg*» offre un grande potenziale di rappresentazione dei numerosi aspetti di una Svizzera aperta, volta al futuro e innovativa. Gli autori del progetto affrontano il tema della montagna non soltanto scientificamente ma anche spiritualmente, perché le stazioni del percorso attraverso i «*faux terrains*» sollecitano le sensazioni del pubblico. È avvincente l'idea di fare esplorare «*Der Berg*» sia dall'interno che dall'esterno.

La presentazione dei contenuti attraverso panorami vasti, diorami e installazioni sonore, la rinuncia a mezzi d'esposizione di formato ridotto – come per esempio schermi – e il chiaro itinerario all'interno del padiglione permettono un flusso fluido e controllabile del pubblico – un'esigenza centrale del committente a mente delle previsioni di afflusso di pubblico in Giappone.

I visitatori giapponesi apprezzeranno sicuramente il «*Kodakpoint*», dove il percorso attraverso una Svizzera multiforme troverà degna conclusione, garantendo alla partecipazione svizzera un ricordo durevole.

È originale l'idea di incorporare nel percorso un'area da picnic e la possibilità di farne un luogo di incontro e di scambio. La giuria ritiene che questa idea debba essere ulteriormente sviluppata, integrandola dal profilo tematico e organizzativo in un concetto gastronomico generale.

La giuria consiglia inoltre al committente Presenza Svizzera e agli autori del progetto «*Der Berg*» di far conoscere al pubblico giapponese, assetato di conoscenze, numerosi aspetti nuovi della Svizzera – che suggeriscano l'innovazione – nell'ambito di un padiglione dall'architettura interna ardita, questo per quanto concerne la struttura dei «*faux terrains*» e delle stazioni. I contenuti dell'esposizione dovrebbero essere un'espressione di autocoscienza, senza però mai parere didattici.

Per accrescere la forza espressiva dei diversi messaggi, la giuria propone infine di verificare il numero delle stazioni ed eventualmente di ridurlo. La giuria reputa peraltro troppo lunghi per un'esposizione universale i trenta minuti di durata della visita attraverso il padiglione previsti dagli autori del progetto, durata che dovrà anch'essa essere ridotta.

Le verifiche tecniche già effettuate presso gli organizzatori dell'Expo 2005 per conto della giuria dovranno essere prese in considerazione nello sviluppo ulteriore del progetto.

2.3.3.2 Raccomandazioni della giuria

La giuria presenta le seguenti raccomandazioni al committente:

1. Il progetto «*Der Berg*» dovrà essere ulteriormente elaborato dai suoi autori.
2. Nell'elaborazione e nella realizzazione del concetto si dovranno prendere in considerazione i seguenti punti:
 - a. la montagna deve essere usata come punto di riferimento per presentare una Svizzera aperta, volta al futuro e innovativa;
 - b. per accrescere la forza espressiva dei messaggi occorre esaminare la possibilità di una riduzione delle immagini e dei temi;
 - c. l'ottima idea di un'aera da picnic dovrebbe essere abbinata a un concetto gastronomico e integrata tematicamente nel concetto generale;
 - d. idealmente il progetto dovrebbe essere realizzato all'interno di un padiglione sviluppato in lunghezza;

- e. le verifiche tecniche già effettuate in Giappone dovrebbero essere prese in considerazione nell'elaborazione ulteriore del progetto;
- f. occorre prestare particolare attenzione alla facciata intesa come elemento che capta lo sguardo.

2.3.4 Le misure d'accompagnamento

Per garantire una presenza durevole della Svizzera in Giappone verrà definito un programma quadro sia nella fase preliminare dell'esposizione universale, sia durante e dopo l'Expo 2005, in stretto contatto tra i membri della commissione di Presenza Svizzera e quelli del Comitato consultivo. Tutti i programmi dovranno essere orientati sulla tematica dell'esposizione universale e sul posizionamento auspicato della Svizzera in Giappone. Una particolare attenzione sarà prestata alle manifestazioni organizzate durante l'esposizione in occasione della Giornata svizzera e del 1° agosto.

2.3.5 Organizzazione

2.3.5.1 Gruppo di progetto

Un gruppo di progetto diretto dal segretariato delle esposizioni universali di Presenza Svizzera e al quale collaboreranno i vincitori del concorso sarà responsabile della realizzazione e del successo dell'idea premiata di padiglione svizzero a Aichi 2005. La valutazione e le raccomandazioni della giuria saranno prese in considerazione nell'ulteriore elaborazione dell'idea.

2.3.5.2 Concetto di controlling

Unitamente al Controllo federale delle finanze (CDF) è stato definito un concetto contabile esterno che permette un controllo rigoroso delle spese e l'allestimento di un bilancio, tenendo così conto di tutte le esigenze espresse dal CDF nel suo rapporto di revisione su Hannover 2000.

2.3.5.3 Comitato consultivo

È stato istituito un Comitato consultivo per il sostegno strategico al progetto; il Comitato raggruppa le diverse parti interessate al progetto e si è riunito per la prima volta il 19 marzo 2002. Una nuova seduta è prevista per novembre 2002. In occasione di questa seduta il Comitato consultivo presenterà proposte in merito al commissario generale e alla sponsorizzazione. Verranno altresì discusse idee per un programma quadro in Giappone, destinato a porre in risalto la presenza della Svizzera già nella fase preliminare di Expo 2005.

Membri del comitato consultivo

Ruth Grossenbacher	presidente di Presenza Svizzera (commissario generale del padiglione svizzero all'Expo 2000)
François Wasserfallen	ex direttore ad interim di Pro Helvetia
Dott. Thomas Hafen	seco
Atsuko Muschg	
Dott. Beat Nobs	UFAFP
Walter Frey	Emil Frey AG
Felix Bossert	Swiss Re
Regula König	ex responsabile delle questioni culturali all'ambasciata svizzera di Tokyo)
Beda Fässler	Ufficio d'architettura Fässler & Yamamoto
Paul Dudler	ex presidente della Swiss Chamber of Commerce and Industry in Giappone
Kaori Takigawa	giornalista
Michel Ferla	direttore supplente di Svizzera Turismo

(elenco da completare)

2.3.5.4 Gruppo di direzione operativa

Il gruppo di progetto presenterà un rendiconto mensile sui progressi del progetto a un gruppo di direzione operativa istituito nel luglio 2002 e posto sotto la direzione dell'ambasciatore Johannes Matyassy, direttore di Presenza Svizzera. Tenuto conto dell'esperienza Hannover 2000, ci si dovrà particolarmente concentrare sui costi. Nel corso della seduta del novembre 2002 la direzione di progetto presenterà al gruppo di direzione operativa un corrispondente modello di controlling.

3 Spese finanziarie e di personale

3.1 Spese finanziarie

Per la partecipazione svizzera a Aichi 2005 è stato presentato il seguente preventivo:

1. Lavori preliminari (concorso di idee e impresa generale, studi, stipendi, consulenze, spese amministrative)	900 000.–
--	-----------

Arredamento del padiglione

2. Esposizione (importo secondo il concorso di idee, rincarato in Svizzera, trasporto e montaggio in Giappone)	2 940 000.–
3. Infrastruttura (ristorante, boutique, impianti sanitari, uffici, smontaggio)	2 465 000.–
4. Onorari	750 000.–

Totale intermedio 6 155 000.–

Spese di gestione

5. Spese d'esercizio (stipendi, elettricità, acqua, comunicazioni, viaggi, trasporti locali, rappresentanza)	3 500 000.–
6. Coordinazione amministrativa PRS (stipendi, spese amministrative, viaggi)	1 250 000.–
7. Comunicazione, relazioni pubbliche (sito Internet, contatti con i media)	1 280 000.–
8. Giornata Svizzera, Festa nazionale	275 000.–
9. Programma quadro prima dell'esposizione	440 000.–

Totale intermedio 6 745 000.–

10. Riserve e diversi 1 200 000.–

Totale spese lorde **15 000 000.–**

Il totale delle spese è quindi nettamente inferiore a quello di Expo 1992 a Siviglia (32 milioni di franchi) e di Expo 2000 ad Hannover (23,5 mio di fr.). Occorre però osservare che contrariamente a Siviglia e ad Hannover non devono essere costruiti padiglioni in Giappone.

Il credito richiesto è lordo. Il finanziamento del progetto è totalmente garantito dalla Confederazione e non dipende pertanto dai contributi di sponsor. Comunque è previsto un concetto di sponsorizzazione, che potrebbe consentire di arricchire il progetto. Gli sponsor potrebbero per esempio essere associati ai programmi quadro prima e durante l'esposizione, finanziarne taluni elementi o fornire merci alla boutique e al ristorante. Un piano dettagliato verrà elaborato unitamente al Comitato consultivo. Le eventuali entrate da sponsorizzazione saranno allibrate conformemente alle norme contabili della Confederazione; questo vale anche per le entrate

provenienti dall'esercizio del ristorante e dalla vendita di elementi espositivi. Attualmente il concetto di ristorante non è ancora definito chiaramente. Esso potrà essere gestito da Presenza Svizzera oppure dato in locazione.

Le spese del 2002 per i lavori di preparazione e per il concorso (ca. 500 000 fr.) sono state coperte dai crediti a disposizione di Presenza Svizzera (rubrica budgetaria: PRS 2013600355) e devono essere addebitate al credito di impegno (rubrica budgetaria: Esposizione universale 2013601373).

I 15 milioni di franchi necessari figurano nei preventivi 2002 (500 000 fr.) e 2003 (1 450 000 fr.) e nel piano finanziario 2004-2006 (3,8 mio, 8,65 mio e 0,6 mio di fr.). Gli importi previsti per il 2003 saranno addebitati al credito esposizioni universali (rubrica budgetaria: Esposizioni universali 2013601373) soltanto quando le vostre Camere avranno adottato il relativo messaggio.

Conformemente all'articolo 159 capoverso 3 lettera b Cost., i crediti di impegno implicanti nuove spese uniche di oltre 20 milioni di franchi devono essere approvati alla maggioranza dei membri di ciascuna Camera (freno alle spese). Dato che il presente progetto implica una spesa complessiva di 15 milioni di franchi, tale limite non è superato e il credito di impegno non è quindi sottoposto al regime del freno alle spese.

3.2 Spese di personale

Il 15 giugno 2002, rispettivamente il 15 luglio 2002, sono entrati in funzione presso Presenza Svizzera un'assistente e un capoprogetto «esposizioni universali». La durata di questi impieghi è limitata al 31 dicembre 2005; le spese annuali di stipendio di 264 000 franchi sono finanziate per il tramite del credito esposizioni universali. Le spese inerenti all'assunzione temporanea di ulteriore personale nell'ambito della partecipazione svizzera all'Esposizione universale del 2005 saranno finanziate per il tramite del credito richiesto in questa sede.

4 Programma di legislatura

La decisione del BIE di organizzare l'Expo 2005 Aichi è stata presa soltanto nel 2000. Il programma di legislatura 1999–2003 (FF 2000 2037) non poteva pertanto prevedere alcun credito di impegno.

5 Rapporto con il diritto europeo

Il progetto non ha alcuno effetto sul rapporto con il diritto europeo.

6 Basi legali

6.1 Costituzionalità

Conformemente all'articolo 54 capoverso 1 Cost., gli affari esteri competono alla Confederazione. Fondandosi su questa disposizione, il legislatore ha adottato la legge federale del 24 marzo 2000 concernente la promozione dell'immagine della Svizzera all'estero (RS 194.1). La legge istituisce un organismo denominato «Presenza Svizzera» (art. 1 cpv. 1) che promuove l'immagine della Svizzera all'estero sostenendo finanziariamente azioni adeguate (art. 2 cpv. 5). L'ordinanza del 25 ottobre 2000 concernente la promozione dell'immagine della Svizzera all'estero (RS 194.11) menziona espressamente la partecipazione a esposizioni mondiali (art. 3 cpv. 1 lett. e) come uno degli strumenti di tale promozione; occorre però osservare che i mezzi finanziari di Presenza Svizzera sono sussidiati mediante contributi straordinari della Confederazione per la partecipazione a esposizioni mondiali (art. 11 cpv. 1 lett. b).

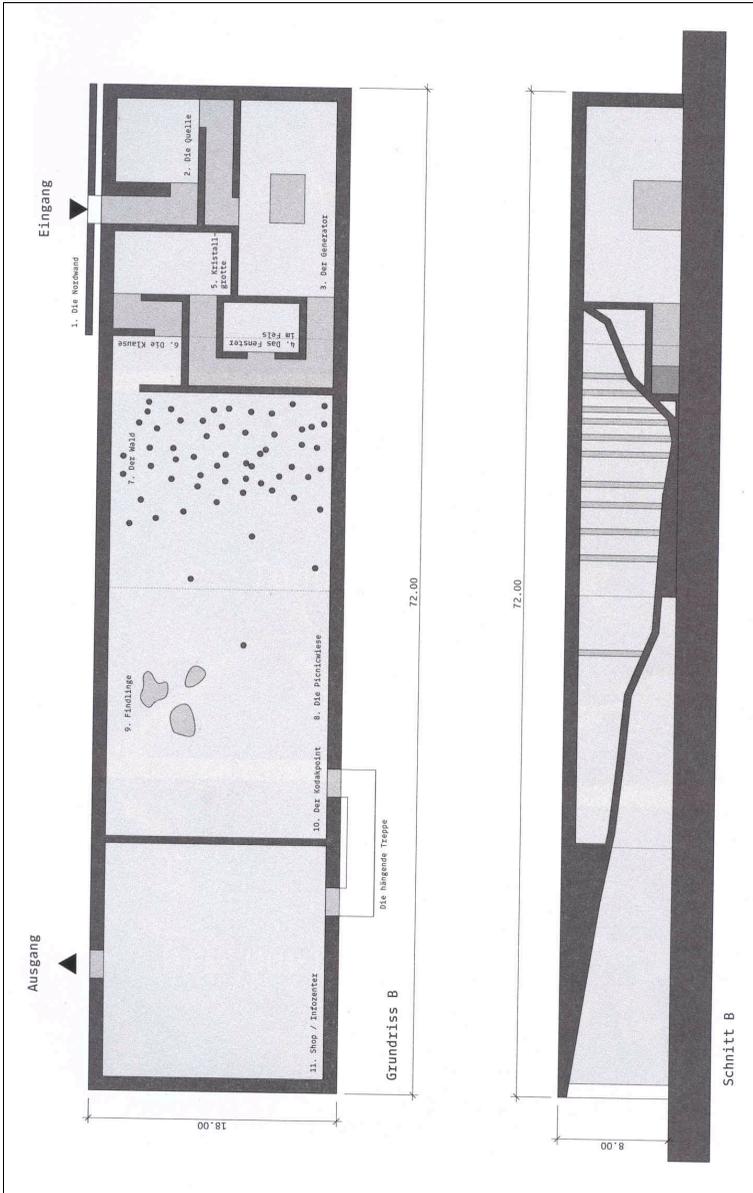
La competenza dell'Assemblea federale di approvare le proposte di spese si fonda sull'articolo 167 Cost.

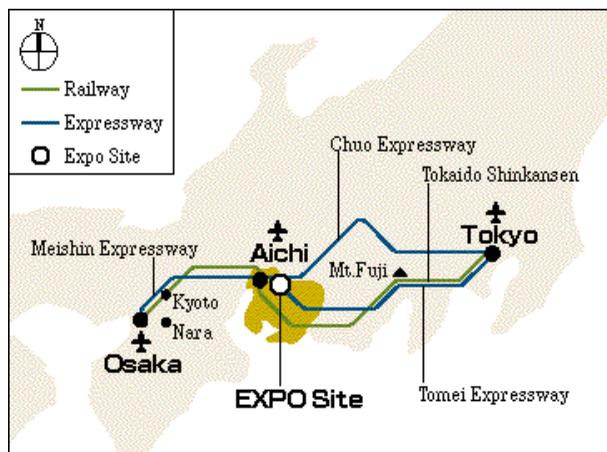
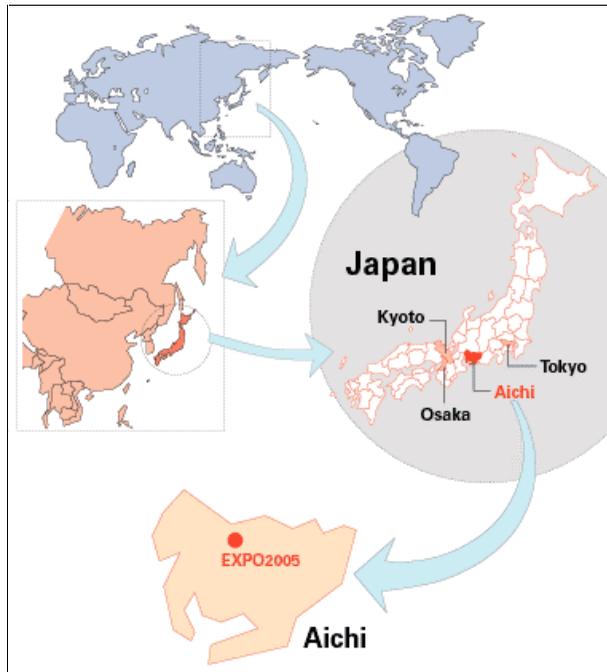
In conformità di quanto precede, il presente disegno può essere considerato conforme alla Costituzione e alla legislazione.

6.2 Forma dell'atto legislativo

Il presente decreto federale concerne l'apertura di un credito e non contiene norme di diritto. Inoltre non sottostà al referendum e ha la forma del decreto federale semplice conformemente agli articoli 163 capoverso 2 Cost. e 4 capoverso 2 della legge del 23 marzo 1962 sui rapporti fra i Consigli (RS 171.11).

Pianta del padiglione





Weltausstellung Aichi 2005: Projektorganisation

