

EXPO Milano 2015 mõttekodade resümee

8. maist kuni 12. juunini 2013 toimus kokku viis mõttekoda ja üks valdkonna teemaarutelu, mille ülesanne oli korjata ideid Milano EXPO 2015 Eesti paviljoni ja Eesti esindamise ideoloogia ning formaadi väljatöötamiseks. Teine oluline ülesanne oli saavutada olulisemate valdkondade ja kreatiivsete inimeste kaasatus, et võimalikult palju arvamusi liidreid tunneksid, et neid on kaasatud olulisse protsessi ja seda tuleb teha täie pühendumisega. Erinevates mõttekodades osales kokku ca 70 inimest (nimekiri lisatud). Täna võib öelda, et plaan oli õige, üldmulje oli väga positiivne, ideid ja tuge saadi oodatust rohkemgi.

Mõttekodasid sisse juhatades suunati osavõtjaid mõtlema end „kellekski teiseks“- näituse peamiseks sihtgrupiks, et välistada suurim võimalik viga - endale väga meeldib, aga teisi jätab külmaks. Tundub, et see õnnestus, abiks olid ka itaallased, Itaalia suursaatkond ja eestlastest Itaalia spetsialistid.

Kuna kõigile Nõukoja osalejatele on mõttekodade pikemad kokkuvõtted saadetud, siis siin keskendume vaid peamistele järeldustele, olulistele punktidele, mille põhjal saaks valida konkreetsemaid suundi ning välistada ebaolulist.

Seisukohti

Lähteülesanne. „Feeding the planet, Energy for life“ EXPO teemana asetab teatud raamid meie ettevalmistusele, kuid sellega ei maksa ennast liiga piirata. Heade ideede olemasolul saab Eesti nende teemadega oma vaieldamatud tugevused välja tuua. **Meie puutumatu loodus, mahe toit ja inimeste oskused nii traditsioonilistel kui innovatiivsetel elualadel** (sh IT arengus) on need kolm „jalga“, millele EXPOl toetuda.

Asukoht. Jõuti arvamusele, et Eesti paviljoni asukoht Venemaa ja Omani vahel peamiselt autokülalise (eriti lastega pere) sissepääsu vahetus läheduses on väga hea. Lisaks muudele külalistele loob see ka eeldusi Vene turistide kõrgendatud huviks (neid on Milanosse oodata üle 200 tuhande).

Sihtgrupp. Enam kui ¾ EXPO külastajatest on itaallased, sellega tuleb igal juhul arvestada. Olulise sihtgrupina rõhutame lisaks EXPO külastajatele ka Eesti avalikkust - ka kodus peab oldama rahul Eesti esindamisega suures rahvusvahelises konkurents.

Suundumus. Eesti ei saa võita suure raha ja kalli edvistamisega, meie edu määrab leidlikkus ja kvaliteet. Selle iseloomustamiseks kasutati kõikidel aruteludel sümbolina väljendit „KIIKSUGA PÕHJAMAA“, mis on tänaseks muutunud osaks ideede otsingumootorist.

Ideede tekkimine. Lisame eraldi ülevaate väljapakutud ideedest, mis saavutasid nõukodades „ahhaa!“ efekti ehk meeldisid paljudele. Nendesse tuleb loomulikult suhtuda erilise

tähelepanuga, kuid praeguses etapis veel suuri otsuseid teha ei tohiks, ka konkurss peab ideid lisama.

Tuleb tõdeda, et mõttekodades kohtuti ka paljude äärmuslike mõtete ja arvamustega. Meie valik põhineb eelkõige sellel, mis on täna Eesti jaoks ajakohane, vajalik ja sobib teemaks nii eestlastele, kui itaallastele.

Riskid

1. Psühholoogiliselt vale teemavalik. „Endale meeldib, teiste jaoks arusaamatu võiei lähe korda“ on suurim oht.
2. Valdkonnad (arhitektuur, kultuur, toit, turism, majandus jne) ei saavuta kokkulepet, kelle roll on kõige olulisem ja minnakse tülli.
3. Ei suudeta avalikkusele kommunikeerida, et tehakse Eestile väga tähtsalt asja.
4. Eestis tekib kriitiline grupp, kes kohalike ja muude valimiste eel võtab hoiaku „soomlased ei lähe, ka meil on see raharaiskamine“

Ettepanekud

1. Testida ideid itaallastest fookusgrupiga
2. Otsida ja rakendada Eesti kõneisikuid Itaalias, eriti Milaanos (kultuuri-, hariduse-, turismi- jm partnerid)
3. Maksimaalselt kaasata ettevalmistusperioodil kohalikku meediat (nii Itaalias kui Eestis)
4. Paluda avalikkuselt abi täiendavate ideede otsinguil. ETV, ER tuleksid meelsasti kaasa, aga alles sügisest
5. Kaaluda avaliku konkursi korraldamist maskott „Iti“ peale (suunatud põhiliselt eestlastele)
6. Avapauk ka meedia jaoks võimalikult hästi ette valmistada
7. Veel mitte loobuda „Eesti loosungi“ ideest

EXPO Milano 2015 ideed

Mais-juunis 2013 toimunud mõttekodades korjati ideid Milano EXPO 2015 Eesti paviljoni ja Eesti esindamise ideesuundade jaoks. Pärast näituse üldtemaatika ja põhiplaani tutvustamist paluti osalejatel pakkuda teemasid ja ideid, millega Eestit „tõlkida“. Teemade hulk oli piiratud. Esimeses mõttekojas pakutud teemad esitati järgmistele palvega märkida ära kõige atraktiivsemad - sellised, mida oleks ka ise pakkunud – ja lisada omalt poolt uusi (või täpsustada rõhuasetusi). Pakutud ideid analüüsides joonistusi välja järgmised „kobarad“:

„VAIKUSE HELI“

Eesti on eriline oma puutumatu looduse poolest. Siin on puhas õhk, karastav vesi ja mahe toit. Toitu leiab lausa metsast – seeni aasta ringi, rohtusid, marju ja vilju. Kala- ja jahimehele on siin ideaalne paik. Looduses rändaja saab nautida elamusi kõigi viie meelega. Valgetel öödel on hea puhata samblavoodis. Üle rabade ja soode saab laudteedel kõndides kuiva jalaga. Üksildastes paikades elutseb haruldasi loomi ja linde, kelle pesaelule saab kaasa elada looduskaamerate abil internetis.

See motiiv sai suurima toetuse kõigis mõttekodades. Motiivi nimetus pärineb Arvo Pärdi muusika kuulamise kogemusest. Siit seos Eesti kui kultuurimaaga, see on oluline eriti Lombardias. Ühelt poolt metsik, teisalt kõrgkultuurne – see on üks Eesti suurimaid üllatusi.

„VÄLJAMÕELDUD MAA“

Eesti on tundmatu ja kummaline. Siin otsitakse sõnajalaõit ja keedetakse nõiarohtusid. Võib-olla seda tegelikult polegi olemas? Kohale jõudes aga leiab eest tavalised inimesed, kes siiski oskavad imelisi asju. Isegi vanade retseptide järgi hoidiseid sisse teha. Teha palju ja ilusat tööd mistahes valdkonnas. Olla säästlik kõiges, välja arvatud külalislahkuses. Külaliste laste ja lemmikloomadega arvestada. Hinnata lihtsuse peent ilu ja olla veendunud, et Eestis on kõik võimalik.

See motiiv leidis tugevat toetust kui võimalus jutustada lugu Eesti avastamisest külastaja poolt. Sellest tõukus ka idee korraldada hoidisteannetuste kogumise kampaania Eestis EXPO ekspositsiooni jaoks (kui selgus, et eelmisele konkursile esitati idee „hoidisteriulist“)

„IT ON KÕIKJAL“

Looduskaamerate alates ja digiallkirjaga lõpetades – Eesti on maa, mille ma võin endaga kõikjale taskus kaasa võtta! Enamgi veel, Eesti suudab ka teiste riikide infosüsteeme endaga turvaliselt siduda – pakkda infoühiskondade-Schengenit. See säästab kõige kallimat vara – minu elu aega (kui virtuaalmaailm just liiga sügavale endasse ei tõmba...).

See motiiv leidis samuti tugevat toetust, rõhuasetusega inimeste elukvaliteedi paranemisele seoses IT-valdkonna arenguga. Viidati „digi ja öko“ sidumise vajadusele, arvestades näituse põhiteemat.

„KIIKSUGA PÕHJAMAA“

Eesti on uus Põhjamaa, kus on noor dünaamiline ühiskond, kiiresti muutuv, aja nõuetega kohanev. Siin on veel ruumi, avarust ja pöörasust. „Hullud“ ideed on siin võimalik edukalt ellu viia. Samas on Eesti põhjamaiselt turvaline ja kultuurne. Siinne innovatsioon ja loovus on loodusesõbralik – näiteks jalgrattaelekter või Põhuteater. Samas on Eesti ühenduskoht põhja ja ida vahel, eriti lähtuvalt paviljoni asukohast.

See motiiv leidis toetust kui tähelepanu võitmiseks ülioluline. Viidati vajadusele näidata midagi sellist, mida kindlasti märgatakse, pildistatakse ja meedias ilma eraldi promota kajastatakse, nt „laevaliin“ üle Decumanumi Eesti paviljonist Põhjamaade paviljoni.

„MAASTIK TALDRIKUL“

Eesti suudab pakkuda toiduelamust ka „maailma kõige maitsvamas linnas“. Selle tagab toidu uudsus ja looduslikkus, kombineerituna millegi tuttavlikuga (nt Eesti nurmenukusalat koos Itaalia veiniga). Eesti on koduaedade maa, suvine saak on pere laual ka sügisel ja talvel. Samas on Eestis tippkokki ja –restorane maitsetele igast ilmakaarest., See, et toiduained jõuavad sinna otse metsast, aiast või põllult, on normaalne.

See motiiv seostub otseselt EXPO 2015 põhiteemaga, aga samas ka Eesti mobiilsusega ja kvaliteedistandarditega. Viidati, et Eesti tippkokki võiks kutsuda sisustama oma nädalaid Eesti paviljonis.

Kõigile motiividele ühiselt peeti mõttekodades oluliseks, et

- a) valitud teemadel oleks võimalik jutustada meeldejäädavaid lugusid
- b) valitud teemad oleksid aktuaalsed 2015.aastal, eriti Itaalias, aga ka kogu Euroopas
- c) valitud temasid saaks arendada ka väljapool oma paviljoni, kogu näitusealal
- d) külastajaid saaks kaasata ekspositsiooni tegevustesse (mängud, töötoad jne)
- e) näitusetiim oleks aktiivne, loov ja särasilmne, olukordadele ise reageeriv

Mõned juhtlauseideed:

Gate to cross the borders of taste

The 5th season of sincere simplicity

Garden of innovative taste

Delicious diversity around the corner

Explore the forest. Explore the taste

Estonian woods make your pasta sing

Estonian opera of taste

Every Estonian garden is a taste of Opera

My garden is my castle

Our irony tastes good

Every Summer Tastes Open: Night Is Awake

Food is freedom

Flavour of freedom