

## EXPO MILANO 2015 II MÕTTEKODA

14. mai 2013 Tallinnas

Algus kell 14:00, lõpp kell 17:00

Mõttekoja eestvedaja: Andres Kask

Protokollija: Krista Mihkelsaar

Osalejad: Külli Karin, Dimitri Demjanov, Heidi Soosalu, Taavi Varm, Maria-Kristiina Soomre, Tiit Riisalo, Daniele Monticelli, Rene Kirsipuu, Marge Paas, Raul Rebane, Martin Hirvoja, Elena Natale, Helen Sildna

Kutsutud: Anvar Samost, Urmas Vaino, Tea Varrak, Anu Kivilo, Salme Rannu

Päevakord:

1. Sissejuhatus, Milano EXPO tutvustus
2. Raul Rebane
3. Daniele Monticelli
4. Osalejate mõtted
5. Salme Rannu
6. Kokkuvõte

---

### Osalejate mõtted

Andres Kask tegi ülevaate EXPO Milano 2015 projekti kohta:

Huvigrupid on kokku kutsutud selleks, et kohtuda paljude huvitavate inimestega ning kokku koguda kõik ideed ja nägemused, et arhitektuurikonkursi jaoks saaks paremini kirja panna lähteülesande.

EXPO on maailmanäitus, mis toimub iga 5 aasta järel ning kestab 6 kuud ning tegemist on mitte-ärilise näitusega. 01.05.2015 avatakse pidulikult EXPO Milano 2015 ning näitus sulgub oktoobri viimasel päeval, misjärel tuleb oma ekspositsioon maha võtta. EXPO katusorganisatsiooniks on Bureau International des Exposition (BIE), mis asutati 1928. aastal Pariisis ning Eesti liitus selle riikidevahelise konventsiooniga 2009.a.

Momendil on planeeritud 130 riigist EXPO Milanoga liitunud 128 riiki, tõenäoliselt tuleb mõni riik juurde ning maksimaalselt võib kokku tulla 140 riiki. Ca' 40 riiki on juba sõlminud ka osalemislepingu ning selle sõlmimise protsess võib aega võtta kuni pool aastat (esitatakse

platsile taotlus, broneerimine, ideede esitamine, korraldajate poolne kinnitamine ning alles siis toimub lepingu lõplik sõlmimine). Eesti on tänasel päeval selles protsessis sees. 46 riiki ehitavad oma paviljonid ise, ülejäänud riigid osalevad erinevates temaatilistes paviljonides, kus neil on kindel osa paviljonides kasutada. Enamus platse on broneeritud või läbirääkimistes. Eesti sai oma platsi paika umbes kuu aega tagasi, üsna viimastena, kuid meil on see broneeritud ning osaluslepingu sõlmimine on ette valmistamisel.

Vabariigi Valitsus otsustas 27.09.2012 Eesti osalemise EXPO Milano 2015<sup>1</sup>. Alates 01.02.2013 on EXPO projektijuhina ametis Andres Kask ning tema ülesandeks on antud projekt vedada otsast lõpuni kuni 2015. aasta lõpuni. 04.04.2013 kinnitati ka EXPO komissar, kelleks on Majandus- ja kommunikatsiooniministeeriumi asekancler Ahti Kuningas ning kelle ülesandeks on olla riigi esindaja teiste riikide hulgas ning tema vastutab, et riik oleks väärikalt esindatud. Juhtkomitee, mille liikmed on nimetanud majanduminister ning mis koosneb erinevate ministeeriumide esindajatest, on kinnitanud ettevalmistuse kava ja paviljoni. 2013 on planeerimise ja ettevalmistuse aasta. Oleme loonud suhted EXPO korraldava organisatsiooniga Itaalias ning kogunud võimalikult palju informatsiooni. Samuti suhtleme ka oma naabriga, kelleks on Venemaa (kahjuks ei osale selle aastal Soome ja Rootsi). Korraldame 6 mõttekoda ning kohtume võimalikult paljude huvigruppidega, kuna peame oluliseks, et inimesed saaksid õigeaegselt teada, et selline sündmus toimub. Sellest peaks kasu saama võimalikult paljud huvigrupid. Sügisel toimub osaluslepingu sõlmimine ning loodetavasti kuulutatakse augustis välja idee-, arhitektuuri- ja sisekujunduse konkurss. 2014 on ehituse ja programmi aasta. Toimub projekteerimine, ehituskonkurss, programmi ja erinevate tegevuste ettevalmistamine (paviljon tuleb sisustada, kindlasti tuleb sinna püsiekspositsioon, aga ka kõikvõimalikud erinevad üritused, mis selle poole aasta jooksul toimuvad). 2014 on ka erinevate partnerite leidmise aasta – suhtekorraldus, kõikvõimalik taristu ning alguse saab ka paviljoni ehitus. 2015.aasta märksõnadeks on mehitamine ja avamine ning rahvuspäev. Vaja on viia läbi diplomaatilised ja ametlikud tegevused.

EXPO maa-ala kokku on ligi 1 miljon ruutmeetrit, näitusepind sellest on ligi 900 000. Eestil on paviljoniks planeeritud 1 000 m<sup>2</sup> üldpinnaga koht ning sellest on lubatud täis ehitada ligi pool ehk 488m<sup>2</sup>, ülejäänud peab olema avatud või roheline ala. Kõrguste poolelt on pandud piirang, 12 m<sup>2</sup>. Paviljonid on ajutised ehitised, need tuleb peale EXPO lõppu maha võtta. Kogu territoorium jaguneb koos peatänavaga kaheks. Territooriumil on erinevad järved, erinevad avatud alad (teatrite ja muude sündmuste korraldamise kohad). Seekord on tegu toiduteemalise EXPOga (itaallaste sõnul saab see olema kõige magusam ja maitsvam EXPO), on klastrid, mis jagunenud toorainete kaupa – erinevad juurviljad, puuviljad, vürtsid, kakao ja

kohv. Neist peaks iga riik oma põhitooraine leidma ning see on alternatiiv oma paviljoni ehitamisele.

Eesti paviljoni asukoht on ida-poolses küljes, plats nr 46, täpsemalt ida-poolse värava juures, oleme II paviljon. Meie kõrval on Venemaa paviljon, meie vastu on planeeritud Põhjamaade ühine toidupaviljon ja siis Põhjamaade paviljonid. Soome ja Rootsi loobusid osalemisest ning nüüd on küsimus Taanis ja Norras ning mis kujul nad välja tulevad. Soomlaste mitte-tulemise põhjus on eelkõige finantsiline ja teise põhjusena mainiti ära huvigruppide puudumise. Näituse territooriumile pääseb peatänava mõlemast otsast ning ida-poolsest väravast tulevad peamiselt autodega tulnud külastajad ehk ca 40% ja lääne-poolsest väravast rongidega tulnud külastajad, ca 60%.

EXPO peateemaks on Feeding the planet. Energy for life – see puudutab teadus- ja toidutehnoloogiat, toiduga kindlustatust, toidu kvaliteeti ja ka seda, kuidas seda 7 miljardit inimest siin planeedil mõistlikult ära toita. Aga ka haridust, haiguste ennetamist, innovatsiooni, paremat elustiili, toitu ennast ja kultuuri ning erinevaid koostöö ja ühistegevusi selle kultuuri ellu viimisel ja rahvuslike väärtuste tutvustamist. Kõikides teemades on oluline säästvus ja innovatsioon.

Eesti kontseptsioonist – sihtgrupid, kellele me oleme oma tegevuse suunanud - Itaalia tavakodanikud ja ettevõtjad, keda me arvame, et tuleb 70 – 80%, teiste riikide esindajad, kes valdavalt on seotud tippdelegatsioonidega ning ka tavainimesed, kes sinna turistidena kohale saabuvad. Aga kindlasti ka Eesti avalikkus, et kaasata võimalikult suur huvi EXPO vastu ning anda neile teada, kuidas Eesti riik on sellel maailmanäitusel esindatud. Meie eesmärk on kõigi 3 sihtgrupi huvi äratamine ning meediakajastuse saavutamine nii Eesti kui Itaalia meedias. Peaesmärgiks või küsimuseks on - kuidas saada EXPO külastajad Eestisse?

Kuidas me idee leiame? Meil on 6 mõttekoda, meil on nõukoda, kes peab lõpuks koguma kokku mõttekodadest tulnud ideed ning langetama raske otsuse, mis on seekord teemaks. Lõpuks toimub siiski avatud konkurss, mis on ühine arhitektuuri, idee ja kontseptsiooni konkurss. Peaksime lähtuma eelkõige Eesti vajadustest ja suurest plaanist, ei tohi unustada kohalikku Itaalia eripära ja arvestama ka korraldajate poolt antud teemaga. Meil on ajalised, rahalised ja asukoha piirangud ning me peame lähtuma ka Eesti brändist ning erinevate valdkondade arengukavadest.

EXPO ei ole kommertsüritus, kitsas temaatiline mess, riikidevaheline arhitektuuri konkurss, arhitektide katsepolügon, sponsorite ego-tripp, ega ka rahvakultuuri festival. Aga ta on siiski igast sellest natuke.

Idee, mida me täna otsime, võiks olla vaimukas, meeldejääv ja teistest erinev, teemat ja piiranguid arvestav, Eesti jaoks vajalik, sihtgruppe arvestav, realistlik ja teostatav, Eesti imagole sobilik ja innovaatiline.

Raul Rebane: Ülesanne on päris võimas ning me läheme konkurentsi, kus ühelt pool on Venemaa, teiselt pool Omaan ja vastas Põhjamaad.

Olles kaua aega tegelenud televisiooni programmeerimisega ning töötades koos geniaalsete inimestega, siis 85% saadetest läheb nässu, ei saa südamelähedaseks (võrdluseks Kes? Kus? Millal? Kanal2 VS Su nägu kõlab tuttavalt TV3). Vaatajaskonna vahe on kolossaalne. Miks? See on puhtalt psühholoogiline.

Esimeses etapis me otsime vaimukaid ideid. Kõige tähtsam on leida psühholoogiline lähedus ning on selge, et ilma Itaalia konsultatsioonita me seda teha ei saa. Ei ole mõtet minna Itaaliasse pizzeriat ja tenoreid müüma. Aga mida siis müüa? Mis üldse on võimalik? Ja kas üldse on võimalik hakkama saada ilma vaimuka kiiksuta? Kaasaja defitsiit ei ole tekst või ehitis, kaasaja defitsiit on tähelepanu. Kuidas võita tähelepanu? Üks olulistest sihtgruppidest on Eesti avalikkus ning nemad peavad ka tunnetama, et see on õige asi. Seetõttu tuleb appi võtta meedia, nemad peavad ka uskuma, et see on õige asi. Me kasutame riigi raha ning see peab olema usutav ja veenev.

Andres Kask: Miks Eesti osaleb EXPOl? Eesti on siiski maailmale suhteliselt tundmatu riik ning meie tutvustamine kestab veel kaua ja me peame sinna veel päris palju panustama. Järgmised 5 EXPOt on Eestil vaja väljas olla, et eksportida ja importida ning leida ressursse, mis aitavad investeringute näol edasi minna.

Tiit Riisalo: Põhjuseid, miks EXPOle minna, on mitmeid, aga Eestil on alati üks põhjus – julgeoleku-poliitiline. EXPO ei ole suvaline väljanäitus, see on organisatsioon, mis baseerub rahvusvahelisel konventsioonil. Itaalia valitsus on Eesti riiki sinna osalema kutsunud ja kui Põhjamaad tunnevad, et nad ei taha seal osaleda, siis Eesti jaoks on oluline osaleda igal pool, kus on võimalik saada nähtavust ja integreerida ennast Euroopasse, eriti lõunapoolsesse Euroopasse. Seda võimalust tuleb kasutada.

Raul Rebane: Kui oda, nui, mõõk ja tank on kaasajal oma õiguste maksmapanemisel kehvasti rakendatavad, siis jääb märgi/sümboli võitlus ning see on esile kutsunud 3 asjaks: turismi, investeringute ja ekspordi tarvis. Iseseisev riik, kes kaasajal ei osale olümpiamängudel ja EXPOdel, on juba ette kaotanud. Eesti ei ole nii rikas riik, et ta saaks sellest loobuda. Osalemine on hädavajalik, seal tuleb maksimaalselt panustada ja millal me veel ja kus konkureerime. EXPO on maailma üks kahest suurüritusest, kuhu Eesti pääseb sisse ilma eelkvalifikatsioonita. Igal pool mujal asetatakse meid mingisse punkti.

Andres Kask: Võrdsust näitab Itaalias veel ka see, et igale riigile on peatänavast antud 20 meetrit sissepääsu osa ehk su paviljon võib seal eemal taga olla suur või siis väike, aga sissepääsuks on kõigile võrdne pind. Selles osas on lähtepositsioon küllalt hea. Me näeme kõik täpselt ühesuured välja. Nüüd on küsimus selles kui suureks me suudame ise mõelda, et meelde jääv mulje jätta.

Raul Rebane: Eestit Itaalias ei tunta. Kui küsida 3 sõna Hollandi kohta, siis sa ütled mulle 15-tuulikud, puuingad, tulbid, Van Gogh jne. Kui ma küsin Islandi kohta, siis sa ütled geisrid ja veel midagi. Ja kui küsin Läti kohta, siis sa ütled saldejums, sest sa ei tea ja samamoodi ei teata meie kohta. Võitlus käib kiire identifitseerimise peale, mis asi on Eesti. Kui leiame geniaalse lause, siis võib see olla oluline asi.

Heidi Soosalu: ühest küljest on Eesti paviljon peaaegu esimene ja teisest küljest peaaegu viimane ja seda tuleks kindagi ära kasutada, et inimesed sellest mööda ei jookseks.

Raul Rebane: Kuna mäe poolt (ida-värv) tulevad sisse inimesed, kes tulevad autodega (pered ja lapsed), siis nupukas olles on võimalik see algselt tunduv miinus plussiks keerata.

Tiit Riisalo: See ots, kus meie paviljon on, on linnale lähemal ja kõik inimesed, kes tulevad jalgratastega, tulevad ka sealt. Peatänav kogupikkus on 1,6km.

Raul Rebane: Üks plaan, mis on olnud õhus, et korraldada Eesti loosungi/lause leidmiseks avalik meedia konkurss, mis hõlmab nii meediat kui sotsiaalvõrgustikku. Loosung ei pea olema, aga see võib olla kui ta on väga hea.

Tiit Riisalo: Milano ja Shanghai kontekst on täiesti erinev. Eelmisel korral oli meil slogan ning osasid inimesi see häiris. Lisaks hiinakeelsele kirjale oli seal ka Savecity.org. Shanghai EXPO alalt käis läbi metsik rahvahulk, päevas kohati miljon inimest. Paar - kolmsada tuhat inimest käis päeva jooksul paviljonist läbi. Sellist rahvahulka Itaalias olema ei saa. Eelmist paviljoni kritiseeriti, kuid päeva lõpuks sünnib otsus, mis seal paviljonis täpselt toimub, ideekonkursi käigus. See ei ole kuraatori projekt. Meie ülesanne on anda võimalikult hea lähteülesanne, et ideekonkursist midagi sünniks. Eelmise korra kontseptsioon tuli ideekonkursilt, kus oli ligi 30 osalejat ning mille kõige meelde jäävam objekt oli hoiupõrsas, mille kõrval tehti pilti ning see saadeti kellelegi kuhugi ning äkki on see üks efekt, mida Itaalias taotleda, mis hästi lihtsasti objektina meelde jääb ning haaraks sind. Põrsaid oli kokku 36 ning iga sümboliseeris oma teema, mis oli aktuaalne linnastumise kontekstis (Shanghai EXPO teema oli linnastumine). Teemad ei olnud juhuslikud, vaid need töötas välja teadlaste grupp ning sa said hääletada ühe või teise teema olulisuse kohta oma kodukohas. Selles sümbolis oli lihtsust ja sügavust. Inimesed läksid ideega kaasa, põrsaste otsas roniti tohutult ning keskkond oli hea, kuna see oli lakooniline (Saksa paviljonis oli elektroonikatööstus,

Itaalia omas Ferrari F1 auto). Võtmeküsimus on leida kompromiss. On juba mainitud, et seal peaks müügil olema Vana Tallinn ning peaks toimuma pidevad ostu-müügi tehingud, kuid ma arvan, et me ei tohiks sinna vürtspoodlikult minna.

Daniele Monticelli: Pärit Milanost, töötab juba aastaid Tallinna Ülikooli juures ning on väga palju seotud sellega, mis puudutab Eesti – Itaalia avalikku kommunikatsiooni.

Kuidas asjad on ning kuidas need paistavad, kuvand ja imidž. Esimesena tulevad meelde 3 asja: olin hiljuti Torontos konverentsil ning ütlesin, et olen itaallane, aga elan Eestis, siis küsiti, mis Itaalia osa Eesti on. Momendil lõpetan just ühe bakalaureuse töö juhendamist, mille põhiteemaks on Eesti kuvand Prantsuse turismi-üliõpilaste hulgas, küsitletud 250 üliõpilast ning põhikuvand, mis välja tuleb, on vaene riik, väga ala-arenenud infrastruktuur, väga vähe arenenud infotehnoloogia ja nõukogude pärand. Paar aastat tagasi ütlesid itaallased, et eestlased ei ole töökad inimesed. Mida Itaalias elavad eestlased aga kõige rohkem tahavad säilitada, mis ei olnud keel, kultuur või saun, aga rahvameditsiin.

Iseendale olen Itaalia-Eesti asja mõtestanud ruumiliselt – eestlaste ruum on sisemine kui itaallaste ruum on väline nii igas mõttes, mitte ainult füüsiliselt. Samas, see eestlase sisemine ruum on avatud, struktureerimata, sellal kui itaallaste välimine ruum on väga paikne (mõtlemismallid ja käitumine on väga kinnistunud).

Kui nüüd mõelda Milanole ja Itaaliale, siis te teate, kuhu te satute ning 2015 ei ole seal palju muutunud. Riik on sügavas kriisis nii sotsiaalselt kui kultuuriliselt, mitte ainult majanduslikult, vananev rahvastik, riiki juhivad vanurid. *Inimesed janunevad uuendusliku ja nooruslikkuse järele*. Teine asi on see, mis on toimunud selle sama EXPO ümber – on toimunud kõva poliitiline kemplemine algusest peale. Milanolaste jaoks tähendab see suuri ehitustöid, mis segavad kohalike elu. Tuleb arvestada sellega, et EXPO alla on pandud palju raha, poliitikud on selle arvelt kasu lõiganud ning teisest küljest häirivad paljude silma uued hooned, mis on kerkinud, sest seoses EXPOga on ehitatud praktiliselt uus linnaosa (väljaspool Milanot).

Itaalia enda sees on Milano töökate inimeste koht, kunagine tööstuslinn, praegune finantskeskus, Itaalia majanduslik mootor, mida tihti vastandatakse Roomale, mis on korrumpeerunud ja halva poliitika koht. Sellega seoses on olnud paarkümmend aastat pinged, kuna mõned erakonnad on seda tõlgendanud kui Milano soovi muust Itaaliast eralduda. Inimesed on rohkem austerlaste või šveitslaste moodi. Pool Milano itaallastest elanikkonnast on pärit Lõuna-Itaaliast ning ca 20% immigrantidest. Itaalia kontekstis on tegemist väga multikultuurse ja multietnilise linnaga. Mis puudutab jalgrattaga, siis sellega väga palju ei sõideta, küll aga rolleritega.

Statistika näitab, et itaallased käivad rohkem Eesti kui prantslased ning Eesti teadlikkus on kõvasti muutunud ning esimene asi, millega Eesti itaallaste jaoks seostub, on Tallinna vanalinn. Paviljonis võiks olla äratundmise moment.

Miks on üldse tulnud Eestisse? Eesti enda loodud kuvandist või reklaamist ei ole kasu, pigem loevad siin sõprade räägitud lood. On ka suured kruiisid, aga kuna nad teevad mitu linna korraga, siis nad tihti ei tea, mis linnas nad üldse on.

Enamasti on tuleku põhjuseks see, et siin on ilus, väga ilus vanalinn. No noorte puhul ka see, et on ilusad naised, aga need on ka jutud. Tehnoloogia noori siia ei tõmba, kuigi ajalehtedes on sellest kirjutatud ning TVs on uudistelõigud ning osaliselt hakkab see kohale jõudma, et mitte ei ole ainult kaunis vanalinn, vaid seal on ka see e-riik. Aga pigem on see teadvus sinna jõudnud läbi juttude neilt, kes on mobiiliga parkinud.

*Itaalias on ka saade Võta või jäta, mis on Itaalias tehtud väga dramaatiliseks, aga kui inimene hakkab rääkima oma elust, siis kõlab taustaks Arvo Pärdi Spiegel im spiegel. See mäng käib igal õhtul ja seda vaatavad miljonid inimesed ehk igal õhtul on Arvo Pärt olemas.*

Marge Paas: Roomas elades olen tähele pannud, et nõ keskklass ei tea üldse mitte midagi, üliõpilased juba kompavad midagi või vanemad on käinud – vanalinn, sadam, post-sovietlik riik ehk midagi põnevat ja siis haritud inimesed – teil on Pärt jne.

Daniele Monticelli: Toidu osas – kõik ütlevad, et Tallinnas süüakse väga hästi. Ka kohalikud itaallased ütlevad, et Tallinn on koht, kus saab väga hästi süüa. Ja kindlasti võrreldakse seda Helsingi ja Stockholmiga.

Heidi Soosalu: Kõik itaallased, keda ma tunnen, armastavad seeni ning seda osatakse Eestis kasutada ning seda sinna (paviljoni) kuidagi panna. Sigade asemel on suured kukeseened või kukeseente mets. *Kas selline metsa/metsik teema oleks hea?*

Daniele Monticelli: Töös, mis oli tehtud prantslastele, olid välja töödud brošüürid, kus oli just rõhutatud kahele aspektile: ülitehnoloogiline ja metsik/puutumata loodus. Aga peab ka arvestama, et paljud, kes siia tulevad, Tallinnast välja ei pääse.

Heidi Soosalu: Kui Shanghais oli see sigade teema, mis oli hästi positiivne, siis mitte, et seda seene teemat võtta, aga see peaks olema hästi positiivne kombinatsioon – piisavalt võõras, aga piisavalt tuttav. Seen, hõrgutis, mida harva saab.

Maria-Kristiina Soomre: On hästi erinev, mida ma mõtlen professionaalses mõttes ja need seoses, mis mul tulevad Itaaliaga seoses. Üks seos – Tallinnas on rohkem ooperit kui Milaanos. Kunsti teemal Itaalias meediasse jõuda, on kas väga spetsiifiline meedia või see peab olema mingi väga kummaline asi. Ma ise ütlesin ka esimese asjana *metsik loodus* ja kõik see, aga kui ma mõtlen itaallastele, keda mina tunnen, siis nad söövad rohkem umbrohtu

kui mina oma vanematega ja tunnevad rohkem seeni kui mina, kes ma olen lapsest saati metsas käinud. Kui me mõtleme, et see on midagi väga erilist, et Itaalias seda kindlasti keegi ei ole näinud, sest süüakse nõgest või võilille, siis see kindlasti ei ole nii. Võib-olla see on see, mis ühendab.

Taavi Varm: *Võiks olla julge (mitte Eurovisioon), pigem kiiksu pooldaja, mitte nali, aga see peaks olema väga julge ja väga konkreetne mõte.* Ei ole mõtet siit ja sealt limpsida, kuna seda teevad ilmselt kõik. *Kui me tahame, et Eestit ikka tuntaks, siis need võiksid olla sellised imelikud asjad. Näiteks Itaalia tudengid tulid spetsiaalselt autoga, et nad saaksid jäätee peal sõita. Ja kuna neil ei olnud raha, et naelkumme osta, siis nad laenasid minu oma. See on üks asi, mida ma arvan, et võiks olla. Meil on väike maa, vähe inimesi, üle poole maast on metsik ja mul ei oleks selle vastu midagi kui seal oleks mets ja seened ja põdrasammal ja ongi kõik. Mingid suured loomad, kes on high-tech loomad – saad põdrale ligi minna ja ta laseb sulle seal põdrasambla teed. Seente mõte mulle väga meeldib. Kultuur on ka hästi oluline, kirjaoskuse osas on Eesti ju esimese 5 seas, me oskame lugeda ja kirjutada. Põhiline on ikka anti – Eurovisioon. Takistusi ei ole ja selle kõige taga on arutelu ning statistika, millised on meie edukad ekspordiartiklid – muusika, mis meil kirjandusest on tõlgitud ning mis reaalselt ja päriselt töötab (Lennart Meri Hõbevalget tõlgitakse momendil itaalia keelde). Meie jaoks on Lennart Meri hästi oluline, aga kas see ka itaallastele peale läheb?*

Heidi Soosalu: *peab oskama ette kujutada, mis peale läheb. Toit ja Itaalia tundub selline hästi raske kombinatsioon, sest kui me läheme Eesti toiduga Inglismaale, siis kindlasti seal ei öeldaks, et meie kohalik toit on parem, siis Itaaliasse minnes isegi nende naaber-maakonna toit on võõras ning eelistame seda, mis ema kodus teeb. Toit peaks olema just selline kombinatsioon, kus on midagi, mis on talle äratuntav, olgu need kasvõi seened, aga samas peab see asi olema konksuga, mis meelitab ta avastama. Kas on tehtud profiil, milline on keskmine külastaja? Kas on ooperit armastav raamatut lugev inimene?*

Elena Natale: *Meil on veidi sellist tunnetuslikku infot, kes sinna läheb, aga see on seotud teaduse inimestega ning sinna me praegu ei lähe. Aga me saame aru, et see on ikkagi massüritus, aga meie sihtrühmad peavad olema mõtestatud.*

Andres Kask: *Tegelikult on kõik EXPOd äärmiselt erinevad, tõenäoliselt on kõigil meeles Hannoveri EXPO porgandid. Kui olen viimase 2 kuu jooksul kellega iganes rääkinud, siis tegelikult on need porgandid need, mis on inimestele meelde jäänud. Toona oli tegemist peamiselt arhitektuurile pühendatud üritusega. Shanghai oli koht, kus jooksis läbi 95% ulatuses kohalikku Hiina publikut, kes ei saanud isegi aru, kus paviljonis nad parasjagu on ning kellel ei olnud mingit ootuspära. Kuna tegemist on Põhja-Itaaliaga, lähedal Austriale,*



Šveitsile ja Saksamaale, siis loodame rohkem rahvusvahelist seltskonda. Kuna sealsed kultuurid on veidi kultuurilembesemad, siis me saame ka ennustada, et kultuurikontekst on veidi soodsam pinnas. Ilmselt istub üle maailma palju selliseid seltskondi koos ja mõtlevad samade küsimuste üle, kuna korraldajad ei anna meile seda numbrilist lähteülesannet kahjuks kätte. Aga seda teemat tasub uurida ja puurida nii palju kui võimalik. Kas pigem üksikkülastaja või perekond? Üldiselt ikka perekond. Laste teema käib ikka läbi ja me ei tohiks seda ära unustada.

Heidi Soosalu: Kui vanemad näevad, et lastel on mõnus, siis nad võivad seal kauem viibida. Kui lapsel hakkab igav, siis liigutakse edasi.

Dimitri Demjanov: *Toidu osa võib käsitleda Food & fun ja toidu osa võib käsitleda Food & kosmos. Me ei saa Eesti toiduga muljet avaldada ja globaalses plaanis võistelda, aga me saame välja arendada Eesti hommikusöögi, Eesti kiirtoit läbi nende seal. Ning kui laste peale mõelda, siis Lotte jne. Lööklause: Eesti – uus kosmoseriik! Siin on see uus kiiks. Me peamegi natuke julmemad ja nahhaalsemad olema, et me olemegi nii suured, mitte rääkima oma väiksusest. Michelangelo lendav aparaat Eesti moodi. Toidu globaliseerumine ja puhtus. Meil on palju metsi ja marju ja seeni. Eesmärk – mitte ainult võita itaallasi, vaid et ka midagi maailmale öelda. Me peame mõnusalt meelde jääma, võrdlusmomente on väga palju. Igapäevane protsess.*

Taavi Varm: Selline lugu - *Eesti kosmose muuseum, Laika on tegelikult pärit Pärnust. Me oleme kosmoses seeni kasvatanud.*

Külli Karing: 15 – 20 aastat on Itaalia turiste siia toodud. Itaalia turistid on suhteliselt hellitatud, nendega on palju vaeva. Tihtipeale reisivad nad läbi 3 Balti riigi (massiturism läbi reisibüroo, gruppidega, 50-60 aastased), ainult Eestisse ei tule. Neid on aegade jooksul päris palju siin käinud. Neid on raske üllatada, veidi virisevad. *Meie kogemus, mille peale nad peale pikka virisemist vait jäävad on siis kui viia nad metsa, mööda laudteed. Sellisel juhul on nad täiesti sõnatud ja kuulavad. Metsa- ja seeneteema on väga hea. Põhjamaa köök ja toidu metsast otsimine ja välja toomine. Disain ja kultuur tunduvad nende hingeelule toimivat, see paneb nad elavnema. Kombinatsioon metsikust ja loodusest ja laudteest ning teiselt poolt e-riigi teema. Noor dünaamiline ühiskond.*

Dimitri Demjanov: *Eesti on koht, kus vähem on rohkem.*

Martin Hirvoja: Kõlanud on väga huvitavaid asju – *seened (kulinaaria maailmas eksklusiivsem). Mis seen? Kukeseen? Puravik? Mingi muu seen? Visuaalne väga põnev ja lastele huvitav. Kõrvale mõelda vaarikad, murakad, metsmaasikad. 3 märksõna: Moodne (IKT, kõrgtehnoloogia, e-riik, tasuta wifi), loov (Pärt), maitsev (kilu jne). Me peame müüma*

seda, mis on Eesti kõige parem ja spetsiifiline, peame jõudma 10 või 20 märksõnani. Parimast parim kõikides valdkondades: Gerorg Ots, Valgre, laulupidu, Click&Grow, Estonia klaver, Hõbevalge, Skype, kõrgtehnoloogilised põrandalauad. Parimast parim toidust, majandusest ja kultuurist. Peame siiski Eestit müüma, aga kõik ei pea olema kommertslik. Kasutada Pärti. ’

Helen Sildna: Me ise arvame, et meil on tohutud tugevused ja et me oleme tohutu lauluriik. Grusiinid laulavad igal sekundil. Kui me läheme kultuurriikidesse, kes on vanad ja väärikad, peame *me võtma veidi teistsuguse lähenemise, mõtleme veidi teistpidi ja mõtleme Eesti külalislahkus – me loome mingisuguse atmosfääri, kuhu inimene tahab tulla*. Et me ei peaks seal eputama, et meil on Skype ja e-riik. Kõrvu jäi kõlama, et itaallane ei tule kohale selle reklaami peale, vaid selle peale, mida tema sõber ütles. *Kuidas me suudame jõuda selleni, et leiame endale head Itaalia partnerid, kellega koostöös parima tulemuseni välja jõuda. Koostöös nii, et meil on Eesti kokk ja Itaalia kokk ja Eesti muusika ja Itaalia muusika ja me läheneme sellele hästi aupaklikult ning lugupidavalt nende suhtes, aga suutes oma tugevad nutikused välja joonistada*. Me ei tohiks mõjuda hüpik – kelkivana, vaid me peame lugu teie riigist, oleme teie hea partner. *Me kutsume külla parimas mõttes, võiks olla soe ja avatud kommunikatsioon. Me ei reklaami, me kutsume külla. Loosung ei tohi olla õõnes. Peame tekitama olukorra, kus anname edasi atmosfääri*.

Külli Karing: Kui Soome ja Rootsi ei tule praegu, siis me võiksime selle Põhjamaa dimensiooni ise ära täita, sest me ju tahame olla Põhjamaa riik. Võtaks selle rolli endale.

Martin Hirvoja: Põhjamaade köök – kilud, peedid. Me ei saa teha midagi abstraktset, me ei saa luua midagi, mida Eestis ei ole ehk me tuleme tagasi juured mulda.

Marge Paas: Kuidas me ennast nüüd positsioneerime, kas Põhjamaana või Eestina. Me peaksime olema atraktiivne, et positiivne kiiks oleks sees. Ei tohi unustada ära seda algset sloganit, ei tohi loopida sloganeid, vaid meil on olemas Pärdi muusika, tuua veel juurde elektroonilist muusikat, et ta kutsuks sind sinna sisse ning inimesed ei jookseks mööda. Ja mitte ainult itaallasi, vaid see peab olema laiemalt mõeldud. Arhitektuur ja kultuur koostööna, toit ja seemed on hea ja mis peab olema, on kvaliteet.

Rene Kirspuu: Venemaal on keeruline aeg. Väga skeptiline, et Itaalia turistid siia tulevad. Kindel, et nad tahavad näha USA, Venemaad, Saksa. Ma olen kindel, et see peab olema nii, et banaalsed asjad peab agressiivselt välja suruma. *2 asja kindlasti - vanalinn ja loodus, aga me peame välja mõtlema, kuidas seda välja tuua*. Vanalinna nad teavad kuna kõik ütlevad, et vanemad käisid seal. Mis täpselt on, seda nad ei tea, aga nende vanemad käisid seal. See Vene paviljon on väga tähtis, et nad meie kõrval on. *Agressiivsus – olemegi uued, targemad, julgemad, nooremad, dünaamilisemad*. Venelastega peab käima kogu aeg kätt surumas, et nad

suunaksid külalisi meie poole. Väga raske on minna asjadega, mida nad varem näinud ei ole, nad ei saa anyway aru. See peaks olema ikkagi asi, mida nad vähemalt korra varem on näinud, võib-olla mitte meiega seoses. *Pärdi muusika kasutamine on hea.*

Dimitri Demjanov: Remargina toidu suhtes – 1956. aastal Tokios pakkusid rootslased buffeed Rootsi laua nime all ja nii see siiani ongi. Kuidas võib üks mess muuta maailma. *Peame pakkuma asju, millel on väärtus ja veidi ettepoole vaadates ning turundada neid nii, et see on jääv väärtus.*

Daniele Monticelli: *Soo/raba – väga edukas. Toiduahel Eesti moodi – algab soost/rabast/metsast, kus inimesed saavad marju ja seeni korjata. Ei tasu EXPOt eksotiseerida, see on pigem selline Eesti kiiks, et alati peab originaalitsema. Proovida panustada universaalsetele väärtustele Eesti moodi. Hospitality on väga ilus universaalne väärtus. Itaallastele meeldivad jagatavad väärtused.*

Maria-Kristiina Soomre: Peaksime rääkima iseendast kui sõbralikust, avatud, teadlikust inimesest, eriti siseriiklikuks kontekstis.

Helen Sildna: Me ei peaks rõhuma sellele kui erinevad me oleme, meid ei hakata erinevuse pärast rohkem armastama. Peaksime leidma ühisosa ja sealt hakkavad need nüansid välja tulema. *Mitte vastanduda, vaid üritada koostööd teha ja leida see, mis neile meeldib ja mida nad hindavad – hea õhtusöök pere ja heade sõpradega. Mõnes mõttes väga lihtsad, aga kvaliteetsed ja olulised asjad.*

Martin Hirvoja: Toit ja maastik on kõik väga hea. Mis on Itaalia probleemid? Kogu maksusüsteem on keeruline, bürokraatia on tohutu. Toidu ja selle muu kõrval on ikkagi näiteks interaktiivne Täida tuludeklaratsioon 2 sekundiga, aga nii, et see oleks huvitav, veerand tunniga firma, kilu on maailma parim, kuulad Georg Otsa ja Pärt mängib.

Helen Sildna: Me ei tohi seda rosoljeks muuta, mis haarab kõiki neid komponente. Hästi oluline on, et meil on katuskontsept, väga selge lähenemisviis ning vaadata kuidas segmentides detailid välja joonistuvad. Kõige ohtlikum on see kui me proovime sellesse ühte Eesti alasse paisata kõik detailid. Peame mõtlema välja selle, kuidas anda õigetele inimestele õiged asjad, firma loomine ja tuludeklaratsioon.

Martin Hirvoja: See ongi balansi leidmine ja selekteerimine. Oletame, et Eestis tehaksegi unikaalset kõverat põrandalauda, mida Apple'ga juhid, siis see laud on seal põhjas ja nad leiavad ka üles, et see on toodetud Made in Estonia ning pärast tulevad nad seda ostma. Teine äärmus on mingi abstraktne kunstiteos. Väga tore, mingi kunstnik elab ennast väljas, aga sellel ei ole mingit seost Eesti reaalsuse, majanduse, pinnase ja tema veekogudega.

Helen Sildna: Loogika on see, et enne ei saa sa midagi müüa kui me ei ole huvi tekitanud. Meie ülesanne on kohale minna ja huvi tekitada ning välja mõtlema silla, kuidas huvi tekitamisest jõuame müügini.

Taavi Varm: Kui kiiresti me ootame seda kasu? *Laste asjad on väga populaarsed ja kui me mõtleme, et me teeme kogu selle ala laste värgi, kus nad õpivad Eestist ning siis nad 5 aasta pärast räägivad vanematele ning nad tulevad siia.*

Tiit Riisalo: Rääkides viimasest asjast, siis väga tuttav tunne 2008. aastast – alustasime läbirääkimisi Lotte autoritega, et teha sellega baseeruvalt kogu Eesti paviljon, aga toona nad keeldusid sellest.

Füüsiline objekt, mis paviljonina kerkib on epitsenter või siis 1 osa loost, see, et kuskil näidatakse, kuidas tuludeklaratsiooni täidetakse või e-õpet, on üks osa programmist. Väga paljusid asju ei saa panna kokku, aga lugusid saab kokku panna. Vaevalt, et me saame paviljoni seeneks ehitada, aga *kogu see loodusest tulev toit on hea teema*, sest seal on kindlasti palju toiduainetetööstust. Kolmas osa on kultuuriprogramm. Shanghai tarvis tõlgiti muinasjutu kogu eesti keelest hiina keelde. Hõbevalge, kui see trükitakse, siis sellele peaks eessõna kirjutama Umberto Eco, Arvo Pärt kirjutab ooperi, keegi paneb kirja muusikali ja seda kõike esitleb Carmen Kass jne. Inimeste ja paari seoseid tuleb võimalikult palju otsida. Soome sauna ja Rootsi laua kõrvale võiks tekkida üks Eesti asi, see oleks ideaalne. Doris Kareva ütles, et Eesti paviljon peaks olema kui laudtee soos.