

Nordisk deltakelse på EXPO 2005 i Aichi, Japan

Norge, Sverige, Danmark, Finland og Island deltok med en felles paviljong på verdensutstillingen i Japan 25. mars til 25. september 2005. Målet med den nordiske deltakelsen på EXPO 2005 var å skape en møteplass mellom de nordiske land og Japan, i en nordisk atmosfære. Norge hadde dessuten et mål om å bruke deltakelsen til å styrke det bilaterale forholdet til Japan langs flere dimensjoner.

Hovedtemaet for EXPO 2005 var "Nature's Wisdom". 120 land, 4 internasjonale organisasjoner og 10 kommersielle aktører hadde paviljonger på EXPO-området. I løpet av utstillingsperioden på 185 dager besøkte 22 millioner utstillingen. Dette gir et gjennomsnitt på 120 000 besøkende per dag, og var 50 prosent over det forventede antall besøkende. Av de som besøkte utstillingen var ca 95 prosent japanere.

Den felles nordiske deltakelsen

EXPO-prosjektet ble ledet av en felles nordisk generalsekretær og hans sekretariat med base i København, og etter hvert Nagoya (fra februar 2005). 22 unge guider med kjennskap til nordisk og japansk språk og kultur ble rekruttert til å arbeide i paviljongen under utstillingsperioden. Budsjettet på totalt 55 mill DKK ble overholdt, og budsjettreserven på overkant av 5 mill DKK vil tilbakeføres fra prosjektet til de enkelte land.

Den nordiske paviljongen bar navnet "Oasis in the North". Navnet skulle bygge opp under japanernes forestilling om de nordiske land og formidle atmosfæren i paviljongen. 2,3 millioner besøkte den nordiske paviljongen, dvs. 10 prosent av det totale antall besøkende. På forhånd var det estimert i overkant av 1 million besøkende.

67 private partnere var involvert i den nordiske deltakelsen. Partnerne bidro på ulike måter med bidrag til interiør og utstillingselementer, kontantinnbetalinger og sponing av kulturaktiviteter med mer. Norske samarbeidspartnere var Wallenius Wilhelmsen, Borregaard, Enova/NVE, Eksportutvalget for fisk (EFF) og Norsk Designråd.

Aktiviteter i den nordiske paviljongen:

- 42 nordiske bedrifter benyttet seg av VIP fasilitetene for til sammen 71 arrangementer.
- Norske bedrifter stod for 8 seminarer (Wallenius Wilhelmsen, Scan-Wafer, Dyno Nobel, Tomra, Elkem og Conpart).
- I løpet av utstillingsperioden ble det gjennomført 135 guidede VIP-turer
- Det var 40 kulturarrangementer knyttet til den nordiske paviljongen.
- Kaféen i paviljongen hadde ca 112 000 gjester og hadde sammen med butikken en omsetning på 15 mill. DKK.

En publikumsundersøkelse viser at mer enn 70 prosent av de besøkende satt igjen med et positivt inntrykk etter å ha besøkt den nordiske paviljongen. 3 prosent, eller 66 000 personer, hadde fått større interesse for å gjøre forretninger med de nordiske land. 59 prosent av de spurte hadde blitt mer interessert i å besøke de nordiske land som turister etter å ha sett utstillingen

Norges deltakelse

Norge bevilget ca 12 millioner NOK til den nordiske deltakelsen. Sju departementer bidro i finansieringen (Fiskeri- og kystdepartementet, Kunnskapsdepartementet (tidligere Utdannings- og forskningsdepartementet), Miljøverndepartementet, Landbruks- og

matdepartementet, Nærings- og handelsdepartementet, Olje- og energidepartementet og Utenriksdepartementet).

Norges dag ble arrangert 11. april med deltakelse fra HKH Kronprinsregenten og Nærings- og handelsministeren samt en næringslivsdelegasjon på ca 60 personer. Hovedtema for besøket var sjømat, miljøvennlig energi og design

I tillegg til Norges dag kan følgende politiske besøk knyttes opp mot den norske deltakelsen på EXPO:

- Nærings- og handelsministeren med fokus på maritime næringer og miljø (Miljøverndepartementet involvert i planleggingen)
- Utdannings- og forskningsministeren, forskningsseminar med tema hydrogen og materialteknologi grunnforskning
- Fiskeri- og kystministeren, seminar om trygg sjømat
- Barne- og familieministerens, Nordens Dag på EXPO, seminar om likestilling
- Statssekretær Olje- og energidepartementet, energiseminar med tema energiforsyning og deregulering av energimarkedet

Positive erfaringer

Det kom svært gode tilbakemeldinger fra de besøkende på å benytte personlig guiding fra japansktalende studenter.

Mediedekningen av den nordiske paviljongen inkluderte 27 TV show, 12 radio show og 37 avisartikler. Den nordiske paviljongen ble ranket som nummer seks av de mest omtalte paviljongene på EXPO 2005. Norge var det av de nordiske land som hadde hyppigst presseomtale i japanske medier.

Den norske finansieringsmodellen gjorde det lettere å ivareta ulike aspekter ved det norsk-japanske samarbeidet ved at de bidragsytende fagdepartementene følte eierskap til prosjektet. Grundig planlegging og koordinering av de mange politiske besøkene til Japan under verdensutstillingen styrket det eksisterende samarbeidet og ga en unik mulighet til å bygge videre på en langsiktig strategi for nærings- og forskningssamarbeid med Japan.

Ambassaden og Innovasjon Norge i Tokyo spilte viktige roller i gjennomføringsfasen. Både språkkunnskaper, lokalkunnskaper og kontakter var til meget stor nytte for gjennomføringen av store arrangementer

Innovasjon Norge Tokyo melder om økt oppdragsmengde som følge av EXPO, innen eksempelvis integrasjonsteknologi innen sykehusdrift, Naturgass/LNG, LDC-skjermteknologi, fornybar energi og kraftmarkedet.

Utfordringer

Den fellesnordiske deltakelsen gikk på bekostning av muligheten for nasjonal profilering. Beslutningen om deltakelse ble tatt for sent til å gjøre et grundig forarbeid og gjorde at viktige beslutninger ble tatt for sent.

Det var liten interesse fra norsk næringsliv for å bidra i finansieringen av Norges deltakelse og benytte paviljongen til bedriftsrettede aktiviteter. Det viste seg også vanskelig å få norske medier interessert i deltakelsen.

Det var en utfordring med mange interessenter i prosjektet, både på norsk og nordisk nivå. Forventningene om den enkelte aktørs synlighet i paviljongen vist seg i enkelte tilfeller være vanskelig å innfri. Tilbakemeldinger viser at norsk fiskerinæring og reiselivsvirksomhet ikke fikk den synlighet i utstillingen som var forventet.

Norge lyktes ikke med å skaffe til veie nok norske produkter i paviljongens butikk. Det var heller ikke avsatt midler til kulturarrangementer og arrangementer i regi av de medvirkende departementene. Her var det et sprik mellom forventninger og realiteter.

Konklusjon

Samtlige nordiske land har konkludert med at deltakelsen på EXPO 2005 i Japan var en suksess. Den nordiske paviljongen var populær blant publikum og prosjektet ble gjennomført med beskjedne midler uten budsjettoverskridelser. Dessuten var prosjektet et godt eksempel på vellykket nordisk samarbeid i praksis.