duiding

Expo Milaan

duiding

"Expo is prachtig podium voor exportbedrijven"

9 NOVEMBER 2015 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:54



Toen de Wereldexpo op 1 mei met veel bombarie, vuurwerk en tromgeroffel zijn deuren opende was de sfeer rond de vierendertigste universele wereldtentoonstelling enigszins gespannen. Het paviljoen van gastheer Italië was nog niet af, de voorbereiding werd overschaduwd door corruptieschandalen en in de straten van Milaan ontaardde een protestbetoging in een explosieve confrontatie met de ordetroepen. Zes maanden en ruim 21,5 miljoen bezoekers later lijkt die onzekere start helemaal vergeten. “Missie volbracht”, klonk het opgelucht bij de Italiaanse president Sergio Mattarella tijdens de afsluitende ceremonie. VILT ging tijdens de laatste week van de Expo nog snel een kijkje nemen en nam poolshoogte bij het Belgisch paviljoen. Een sfeerverslag.

Vanaf het moment dat je uit het vliegtuig stapt in één van de twee luchthavens rond Milaan is de Expo alomtegenwoordig. Nog voor je de terminal uit bent, geven grote affiches, wegwijzers en een bemande infostand je al een eerste indruk van de gigantische logistieke organisatie die zo’n massa-evenement met zich meebrengt. De Italiaanse luchtvaarmaatschappij Alitalia en de MSC Cruises-rederij waren officiële partners van de Expo, en ook de Italiaanse spoorwegen pasten hun aanbod aan om de Rho Fiera-exposite zo optimaal mogelijk te bedienen. Rechtstreekse lijnen vanuit Rome leverden dagelijks duizenden bezoekers af op een steenworp van de ingang, en ook de reisschema’s van de internationale treinen werden afgestemd op het grote feest in de noordwestrand van Milaan.

Expo-Milaan-NH_gevilt.jpg

Als je in het centrum van Milaan de vlagmasten langs de Via Dante volgt, kom je bij de Expo Gate, een spectaculaire constructie aan de voet van het Sforzesco-kasteel die dienstdoet als ticket- en infobalie. Her en der in de stad zien we het logo van de Expo opduiken. Op grote billboards, op gebouwen van officiële instanties, in restaurants, hotellobby’s en in vitrines van winkels die op één of andere manier partner zijn van de expositie, of gewoon graag hun wagonnetje aan de hype rond de Expo hangen. Voor onze eerste stop blijven we nog even in het centrum hangen. We hebben een afspraak met Marleentje Verstreken, hoofd van de Flanders Investment & Trade-delegatie in Italië en San Marino. Vanuit de zakenhoofdstad van het land faciliteert haar kantoor contacten tussen de Belgische en de Italiaanse bedrijfswereld.

Zwitserse chocolade

“Jammer dat jullie niet langer in de stad kunnen blijven”, nodigt Verstreken ons meteen uit, “want België is het eerste land op de Expo dat toelating heeft gekregen om insecten te serveren. Ik verwacht elk moment een telefoontje van de Italiaanse voedselveiligheid met de definitieve bevestiging.” In juni kreeg het Belgisch paviljoen de voedselinspectie nog over de vloer toen er proefsessies met insectenpasta georganiseerd werden. “Het heeft inderdaad lang geduurd, maar nu mogen we dus naar alle waarschijnlijkheid insecten aanbieden aan het brede publiek”, klink het enthousiast. “Gedroogde krekels, pasta op basis van meelwormen en kroketten op basis van kaas, groenten, meelwormen en sprinkhanen.”

Hoe blikt FIT terug op zes maanden Expo? “Wij zijn tevreden als onze Vlaamse bedrijven tevreden zijn”, aldus Verstreken. “En ik denk wel dat dat het geval is. Hoogtepunt voor ons was de Vlaamse week (1-5 juni, red.). We hadden een multisectorale zending op bezoek, er was een businesslunch met Vlaams minister-president Geert Bourgeois, seminaries van verschillende sectorfederaties en optredens van Vlaamse muzikanten.” FIT was onder meer co-organisator van het ‘Life sciences in the food chain’-seminarie, samen met essenscia Vlaanderen, Bio.Be, FlandersBio, FEVIA Vlaanderen, Flanders’FOOD en Food.be. “Zo’n seminarie moet internationale investeerders duidelijk maken dat onze rijke culinaire traditie – naast bier, wafels, chocolade en frieten – bovenal innoverend en duurzaam is”, aldus Cathy Plasman, secretaris-generaal essenscia/Bio.be. “En de Expo is een uitgelezen podium om die boodschap in de verf te zetten, het paste perfect in het thema over de uitdagingen om onze wereld te voeden.”


Expo-Milaan-JB_Gevilt.jpg

“Daarnaast hebben ook de provincies heel wat activiteiten georganiseerd”, gaat Verstreken verder. “Dat was bij momenten minder evident, omdat we na verloop van tijd steeds bij dezelfde Italiaanse bedrijven moesten aankloppen om voor B2B-contacten te zorgen. Italië is met zijn 60 miljoen inwoners natuurlijk China niet, waar je een veel grotere poel hebt om in te vissen. Bovendien waren we uiteraard niet de enige regio die dat soort activiteiten heeft georganiseerd, waardoor de Italiaanse bedrijven totaal overbevraagd waren. Maar goed, uiteindelijk denk ik dat onze acties succesvol zijn geweest, we hebben heel veel tevreden reacties gekregen.”

Hoe overtuig je een bedrijf om mee in zo’n Expo-verhaal te stappen, aangezien daar toch ook een financiële inspanning aan vasthangt? “Wel, over het algemeen draaien die bedrijven hier toch een mooie omzet”, verzekert Verstreken ons. “Je mag ook niet onderschatten hoeveel naambekendheid zo’n deelname oplevert. En dat kan voor bedrijven die nog niet op de Italiaanse markt aanwezig zijn, maar dat wel willen, een mooie boost zijn. Denk bijvoorbeeld aan de vermelding van hun deelname op de verpakking van hun producten. Voor bedrijven die een internationaal profiel willen uitbouwen is dat zeker een toegevoegde waarde. De speculoos van Lotus is een goed voorbeeld, of de chocolade van Neuhaus. Italianen denken bij chocolade al snel aan buurland Zwitserland, en met pralines zijn ze niet zo vertrouwd. Maar dit soort acties maakt die praline wel bekend bij een breder publiek.”

Vlaamse parmaham en azalea’s voor moederdag

De Expo zorgt op de kantoren van FIT voor extra drukke maanden, maar wat moeten we ons voorstellen bij de ‘basisactiviteiten’ van het Italiaanse kantoor? “Italië beleeft niet zijn beste economische periode, zoveel is duidelijk”, aldus Verstreken. “Vanuit Vlaanderen is de interesse om hier te leveren de laatste jaren lichtjes afgenomen, en dat heeft met de crisis te maken. Als het minder gaat, dan ben je als leverancier minder zeker dat je facturen ook betaald zullen worden. In absolute getallen is chemie hier veruit onze sterkst vertegenwoordigde industrietak, maar omdat het vaak over hele grote bedrijven gaat, zijn wij als tussenschakel minder belangrijk. Voor de agrovoeding en andere sectoren zoals bijvoorbeeld de design- en meubelsector ligt dat helemaal anders.”


Expo-Milaan-B_Gevilt.jpg

“Dat betekent concreet dat we Vlaamse agrovoedingsbedrijven die willen exporteren naar Italië ondersteunen”, gaat Verstreken verder. “Dat kan bijvoorbeeld via beursdeelnames zoals uiteraard nu tijdens de Expo, maar begin mei was er ook Tutto Food, een voedingsbeurs waar we samen met enkele bedrijven een stand hebben bemand. Daarnaast ondersteunen we al onze events met Vlaamse producten. Een voorbeeld is onze samenwerking met Be Delicious. Sinds de Ruslandcrisis wordt er vaak gepraat over verre afzetmarkten, maar we mogen uiteraard het belang van onze traditionele afzetmarkten niet verwaarlozen. Zo is Italië de zesde exportmarkt voor Vlaanderen.”

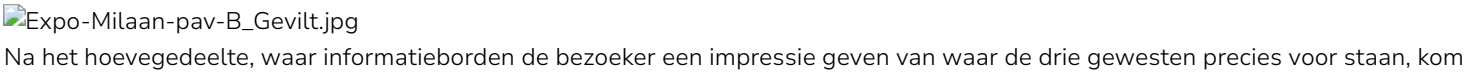
“We hebben hier gezocht naar alternatieven voor onze Vlaamse peren en appels”, geeft Verstreken aan, “maar ze zitten zelf met een hele grote binnenlandse fruitproductie. Ook Italië stond als Europese lidstaat op de zwarte lijst, waardoor het al snel duidelijk werd dat we onze producten hier niet kwijt zouden geraken. Maar ons varkensvlees doet het hier bijvoorbeeld wel goed. Italianen horen dat niet graag, maar de meeste parmahammen komen van Vlaamse biggen. Dat vlees wordt hier natuurlijk wel verwerkt, maar het bronmateriaal is niet zelden Vlaams. Een ander voorbeeld: rond moederdag worden hier heel veel azalea’s verkocht, en die zijn bijna allemaal afkomstig uit Vlaanderen. Maar je moet de Italianen een beetje kennen. Ze hebben niet graag dat je dat te veel in de verf zet, want dat kan soms een contraproductief effect hebben.”

Volwaardig businessevent

Hoog tijd om het circus met onze eigen ogen te aanschouwen, en dus springen we op een metro richting Rho Fiera. Ook hier kan je niet naast het Expo-logo kijken, dat op alle metroplannen en in alle treinstellen meer dan aanwezig is. We wandelen langs een brede passerelle tot bij de ingang van de Expo-site, laten onze rugzak inspecteren door het veiligheidspersoneel en drijven mee met de meute tot we plots aan het begin van een gigantisch, overkapt gangpad staan. Dit moet de Decumanus zijn, de centrale as die zijn naam ontleent aan het Romeinse urbanisme. Rechts van mij ligt het Pavilion Zero, waar de Verenigde Naties de bezoeker duidelijk wil maken hoeveel voeding er wereldwijd verspild wordt, en hoe voedselverspilling mee verantwoordelijk is voor de honger die op deze wereldbol nog steeds door honderden miljoenen mensen wordt geleden.

Ik waag me tussen de massa en zet koers richting het Belgisch paviljoen, dat een geweldig plaatsje heeft weten te veroveren: helemaal in het begin van de centrale gang. Bovendien verdubbelde de breedte van het paviljoen – van 20 naar 40 meter – door de

afzegging van Oekraïne. Het paviljoen is opgebouwd rond twee kernbegrippen: technologische innovatie en ‘Belgische hartelijkheid’ en bestaat uit drie centrale ruimtes, samen goed voor 2.717 vierkante meter. Architecten Patrick Genard en Marc Belderbos laten de bezoekers binnenwandelen langs een lange gang die met zijn klassieke houtskelet knipoogt naar de Belgische hoevearchitectuur. In de wanden en de doorschijnende dakplaten zijn mozaïekschermen en fotovoltaïsche panelen verwerkt. Die panelen leverden het paviljoen, samen met de windmolen, de warmtepompen, de afvalwaterzuivering en de recycleerbare bouwmaterialen, zelfs een onderscheiding op van de Expo-organisatie.


Expo-Milaan-pav-B_Gevilt.jpg

Na het hoevegedeelte, waar informatieborden de bezoeker een impressie geven van waar de drie gewesten precies voor staan, kom je in een donkere kelder terecht. De kelder doet dienst als een soort laboratorium waar gewerkt wordt aan de toekomst van onze voedselproductie. Hoe die toekomst eruit ziet? Grote, ronde aquariums met daarbovenop een draaiend rad dat langs de buitenkant water opzuigt en waarop langs de binnenkant sla groeit. Hydroponie dus. Verder zien we animaties van verschillende eetbare insectensoorten die onze bevolking (en onze veestapel) in de toekomst van eiwitten moeten voorzien, en mobiele champignonkwekerijen op basis van koffiegruis.

Het derde gedeelte, het atrium, staat symbool voor ‘culinair plezier’ en heeft voor de bezoeker – u raadt het al – chocolade en Belgisch bier in de aanbieding. Het is er drummen om een artisanaal Belgisch biertje te bemachtigen, en ook het restaurant zit afgeladen vol. Op een totaalbudget van 13 miljoen euro heeft het paviljoen zo’n 8 miljoen euro gekost. De Vlaamse overheid nam daarvan 2,1 miljoen euro voor zijn rekening en hoopt in ruil op economische succesverhalen. “Heel wat Belgische bedrijven kregen dankzij hun deelname aan de Wereldexpo in Shanghai, vijf jaar geleden, toegang tot de Chinese markt”, brengt gedelegeerd FIT-bestuurder Claire Tillekaerts in herinnering. “Wereldexpo’s worden sinds 1851 georganiseerd en zijn al meer dan anderhalve eeuw een prominent internationaal forum waar de deelnemende landen hun economische, sociale, culture en technologische ontwikkeling presenteren. De laatste edities zijn uitgegroeid tot volwaardige business events.”

Het Vlaamse gedeelte van het paviljoen wordt bestierd door een taskforce met partners uit het bedrijfsleven en de overheid. Samen met zo’n 200-tal sponsors – een record – zorgen ze voor de Vlaamse invulling van het centrale thema, ‘Feeding the Planet, Energy for Life’. En die invulling valt – letterlijk – in de smaak. Elke bezoeker krijgt bij het binnenwandelen een speculoos-koekje, waardoor ook de bezoekersaantallen vrij nauwkeurig kunnen worden bijgehouden. “In het begin waren dat er 8 à 9.000 per dag, maar de laatste weken zitten we telkens aan gemiddeldes van 20.000”, zegt Marleentje Verstreken daarover. “Dat geeft ook goed weer hoe de Expo langzaam maar zeker op kruissnelheid is gekomen. In het begin geloofden de Italianen er zelf eigenlijk niet echt in. Dat hun eigen paviljoen nog niet klaar was, had daar allicht iets mee te maken. Maar ondanks een enorm hete zomer met temperaturen tot 42 graden, is de bezoekersstroom vanaf eind juli volop op gang gekomen.”

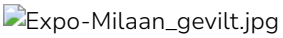
Tot in Dubai?

We banen ons een weg naar buiten en zien hoe de wachtrij aan het Belgische frietkraam ondertussen dubbel zo lang is geworden. Elke dag wordt hier meer dan twee ton Belgische aardappelen verkocht, zo vernemen we. We wandelen langs de thematische paviljoenen rond rijst, cacao, koffie, fruit, groenten en kruiden tot bij het Nederlandse paviljoen, dat een soort foodtruckfestival blijkt te zijn. “En dat heeft zijn redenen”, aldus paviljoenverantwoordelijke Evelien Bijl. “De Nederlandse overheid heeft pas eind vorig jaar de knoop doorgehakt om deel te nemen aan de Expo, en dus hebben we alles op enkele maanden in elkaar moeten boksen. We hebben uit een honderdtal kandidaten een handvol voedselkraampjes gekozen die het beste van Nederland uitdragen. Denk aan traditionele lekkernijen als poffertjes, maar ook onze Dutch Weed Burger die van algen gemaakt is.”


Expo-Milaan-NL_gevilt.jpg

Iets verderop wurmen we ons langs de honderden wachtenden voor de ingang van het Duitse paviljoen. “Op drukke dagen als vandaag zijn wachtrijen van meerdere uren geen uitzondering”, zo verzekert Marion Conrady, de persverantwoordelijk van het Duitse paviljoen ons. Ze neemt ons mee naar de welkomstruimte, waar een twintigtal bezoekers via verschillende videoschermen instructies krijgt over een kartonnen bordje waar binnen in het paviljoen via projectoren in het plafond informatie in verschillende talen op zal worden geprojecteerd. Knap staaltje technologie. Doorheen het paviljoen leren we op welke manier Duitsland oplossingen bedenkt voor de grote uitdagingen die onze voedselproductie te wachten staat. Via een interactieve supermarkt wordt de consument op zijn verantwoordelijkheid gewezen, en – opvallend – nergens worden hier producten aan de man gebracht. Ook naar merknamen of referenties naar Duitse bedrijven is het zoeken.

“Die opmerking hoor ik vaak”, antwoordt Conrady. “Blijkbaar is het bedrijfsleven in andere paviljoenen toch een stuk nadrukkelijker aanwezig, al heeft dat allicht met de financiering te maken. De Duitse overheid dekt het volledige kostenplaatje van dit paviljoen en staat erop dat we onafhankelijk van welke economische actoren dan ook een verhaal brengen dat het imago van Duitsland als innovatief en dynamisch land in de verf zet. Met een knipoog. Vandaar ook dat we hier afsluiten met een korte muzikale show: we willen een totaalervaring aanbieden.” Zo rustig het in het Duitse paviljoen is, zo chaotisch gaat het er aan toe ter hoogte van de Coca-Cola- en McDonalds-paviljoenen, waar een groep gillende schooljongeren zich voor de ingang verdringt om enkele gadgets te pakken te krijgen. Langs de Tree of Life, die symbool staat voor de levenskracht van de aarde, keren we terug richting de uitgang van de 11 vierkante kilometer-grote site.


Expo-Milaan_gevilt.jpg

Op de volgende Expo, die al over twee jaar doorgaat in Astana, zal België niet aanwezig zijn. De Kazachse hoofdstad haalde het van Luik in de strijd om de organisatie binnen te halen. “Dit is een keuze uit budgettaire overwegingen”, zo liet minister van Economie Kris Peeters weten. Wel wil de ministerraad deelnemen aan de wereldtuinbouwtentoonstelling van volgend jaar in Antalya in Turkije, en de wereldtuinbouwtentoonstelling van 2019 in Peking. Of we ook op de grote wereldtentoonstelling van 2020 in Dubai aanwezig zullen zijn, wordt volgend jaar pas beslist. “Uiteindelijk denk ik dat deze Expo de stad Milaan en Italië als land veel heeft opgeleverd”, maakt Verstreken de balans op. “Ik denk dat de Italianen spijt hebben dat het nu al voorbij is.” Het feit dat zowat een vierde van de 21,5 miljoen bezoekers tijdens de laatste 30 dagen van de Expo werd geteld, lijkt die stelling te bevestigen. En op de metro richting het centrum van Milaan zien we alleen maar vermoeide, maar blije gezichten.

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada