



**MILANON MAAILMANNÄYTTELY  
2015**

**Näyttelyn järjestäjien ennako-  
odotukset**

Senja Oksala

Opinnäytetyö  
Huhtikuu 2015  
Matkailun koulutusohjelma

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Matkailun koulutusohjelma

SENJA OKSALA

Milanon maailmannäyttely 2015  
Näyttelyn järjestäjien ennakko-odotukset

Opinnäytetyö 50 sivua, joista liitteitä 2 sivua  
Huhtikuu 2015

---

Tämä opinnäytetyö tutkii Milanon 2015 maailmannäyttelyä ja siihen kohdistuvia odotuksia matkailun näkökulmasta. Maailmannäyttely järjestetään Milanossa 1.5–31.10.2015, ja sen teema on ”Maapallon ruokkiminen – Energiaa elämään” eli ”Feeding the Planet, Energy for life”. Tavoitteena oli selvittää, kuinka paljon kävijöitä maailmannäyttelyn odotetaan tuovan Milanoon, mitkä ovat kaupungin matkailulliset tavoitteet, miten maailmannäyttely eroaa edellisistä maailmannäyttelyistä ja minkälaisia mahdollisia ongelmia suurtapahtuman järjestäminen kaupungissa voi aiheuttaa. Tutkimuksessa käsitellään myös yleisesti Milanoa matkailukohteena, maailmannäyttelyitä ja niiden historiaa, sekä niiden tyyppisten suurtapahtumien vaikutuksia kohdealueeseen.

Tutkimus on luonteeltaan kvalitatiivinen eli laadullinen. Työn empiirinen osuus toteutettiin haastattelumenetelmällä Milanossa syksyllä 2014. Alun perin tutkimuksen painoarvon piti olla kokonaan haastatteluissa, mutta kyseenalaistaessani niiden luotettavuuden, päätin painottaa muita aineistonkeruumenetelmiä. Työn teoriaviitekehitys muodostui suurtapahtumien järjestämisestä sekä niiden aiheuttamista sosiaali-kulttuurisista, ekonomisista sekä fyysisistä vaikutuksista.

Koska tutkittavaa tapahtumaa ei ole vielä järjestetty, ja tutkimuksessa käsitellään ainoastaan järjestäjien ennakko-odotuksia, hyvin konkreettisiin ja tarkkoihin tuloksiin tutkimuksessa ei päästy. Tulokset kuitenkin osoittavat, että maailmannäyttelyn tavoitteiden täytyessä järjestäjäkaupunki Milanolla on mahdollisuudet tavoittaa suuri määrä uusia turisteja ja nostaa kaupungin mainetta matkakohteena. Maailmannäyttelyllä on myös tilaisuus jättää kaupungille niin sanottu ”vihreä perintö” innovatiivisine ja uusine infrastruktuureineen.

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Tourism

SENJA OKSALA  
Milan Expo 2015  
The Organizers' Expectations of the Expo

Bachelor's thesis 50 pages, appendices 2 pages  
April 2015

---

This thesis focused on the upcoming Milan Expo 2015, with the theme “Feeding the Planet, Energy for Life”. The Expo will be held from 1<sup>st</sup> of May 2015 until 31<sup>st</sup> of October 2015. The thesis handled the expectations of and the questions about it, from the point of view of tourism. The study aimed at finding out how many people are expected to visit the Expo, what the touristic goals of the city of Milan are, how this particular expo stands out from the previous world exhibitions and what kind of problems the expo might cause for Milan. This thesis also dealt with world exhibitions and their history, Milan as a tourist destination and the effects of a mass event, such as a world exhibition, on the hosting area.

The study was made in a qualitative method. The empirical part of the thesis was carried out through interviews in Milan in the fall 2014. The interviews were supposed to be the main method of the survey, but after their reliability was challenged more value was put on other methods. The theoretical framework consisted of the strategy of organizing a mass tourist event and the socio-cultural, economic and physical effects of it.

Since the event has not been held yet and the study itself only focused on the organizers' expectations, the results were not concrete or detailed. Even so, the results show that if the Expo 2015 will be successful, the host city has a good chance to attract a great number of new tourists and increase Milan's reputation as a tourist destination. The Expo also has an opportunity to provide the city with a so-called “green heritage”, with its innovative and new infrastructure.

---

Key words: world exhibition, mass event, expo, Milan, tourism

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TUTKIMUSSUUNNITELMA .....	7
2.1	Tutkimuksen kohde.....	7
2.2	Teoriat ja käsitteet.....	7
2.3	Tutkimuskysymykset .....	11
2.4	Aineisto ja menetelmät .....	11
2.5	Tutkimuksen kulku .....	14
3	TIETOA MAAILANNÄYTTELYISTÄ .....	15
3.1	Maailmannäyttelyt ja turismi .....	16
3.2	Maailmannäyttelyiden tyypit .....	17
3.2.1	Rekisteröidyt maailmannäyttelyt .....	18
3.2.2	Tunnustetut maailmannäyttelyt.....	18
3.3	Maailmannäyttelyiden historiaa .....	19
3.4	Milanon maailmannäyttely 2015 .....	21
3.4.1	Näyttelyn aihe .....	22
4	MAAILMANNÄYTTELYIDEN VAIKUTUKSET KOHDEALUEESEEN .....	25
4.1	Sosio-kulttuuriset vaikutukset.....	25
4.2	Ekonomiset vaikutukset.....	27
4.3	Fyysiset vaikutukset.....	29
4	MILANO MATKAKOHTEENA .....	30
4.4	Yleistä .....	30
4.5	Tilastotietoa .....	32
5	TUTKIMUSTULOKSET.....	33
5.1	Taustatietoa tutkimuksesta.....	33
5.2	Tutkimusongelmat ja tutkimuskysymykset .....	33
5.3	Haastatteluiden ja tiedonhaun tulokset .....	34
5.3.1	Kuinka paljon kävijöitä maailmannäyttelyyn odotetaan tuovan Milanoon?.....	34
5.3.2	Miten Milanon kaupunki ja maailmannäyttelyyn järjestäjät ovat varautuneet kasvaviin turistimääriin?.....	35
5.3.3	Mitkä ovat Milanon matkailulliset tavoitteet maailmannäyttelyssä?.....	36
5.3.4	Mitkä Milanon maailmannäyttelyyn odotetaan eroavan edellisistä maailmannäyttelyistä ja kuinka näyttely pyrkii erottumaan edukseen?.....	37
5.3.5	Mitkä ovat mahdolliset ongelmat joita kasvavat turistimäärät voivat tuoda kaupungille?.....	39
6	POHDINTA.....	41

LÄHTEET .....	44
LIITTEET .....	49
Liite 1. Haastattelukysymykset .....	49
Liite 2. Sähköpostiviesti järjestäjille .....	50

## 1 JOHDANTO

Pohjois-Italiassa, Lombardiassa sijaitseva Milano on yksi Euroopan vilkkaimmista turistikeskuksista. Milanoa kuvataan usein sanoin ”fashion, football and finance”, eli muotia, jalkapalloa ja taloutta, mutta tämän lisäksi vuonna 2008 Milano valittiin vuoden 2015 maailmannäyttelyn järjestäjäkaupungiksi International Exhibitions Bureauun johdolla. Milanon maailmannäyttely järjestetään 1.5.–31.10.2015 ja sen teema on ”Maapallon ruokkiminen – energiaa elämää varten” eli ”Feeding the Planet, Energy for Life. Teema käsittelee maailman hupenevia luonnonvaroja sekä muita ravinnontuotantoon ja jakeluun liittyviä globaaleja ongelmia. Milanoon kokoontuu edustajia yli 140:stä maasta (Tammikuu 2015) ja 5000:sta yrityksestä. Tavoitteena on tavoittaa yli 20 miljoonaa kävijää, ja miljardi verkkovierasta, joista yli 30 prosenttia tulisi ulkomailta.

Koska maailmannäyttelyä ei ole vielä järjestetty ja siihen liittyy paljon kysymyksiä, tutkimus käsittelee sitä, miten maailmannäyttelyn järjestäjät ovat varautuneet kasvavaan turistivirtaan sekä minkälaiset odotukset maailmannäyttelyyn kohdistuu.

Opinnäytetyön empiirinen osuus muodostuu tutkimuksesta, jonka tein Milanossa 1.9.2014–31.1.2015. Aineiston keruun tein maailmannäyttelyn järjestäjätahoja haastatellen ja tutkien maailmannäyttelystä kertovaa kirjallisuutta ja Internet-sivustoja.

Koska maailmannäyttely käsitteenä ei ole kaikille tuttu, keskityn myös kertomaan maailmannäyttelyiden tyypeistä sekä historiasta yleensä ja Milanon maailmannäyttelystä erikseen. Näin lukijat saavat käsityksen siitä, millaisia tapahtumia maailmannäyttelyt ovat ja kuinka paljon niillä on merkitystä kohdemaan turismiin.

## 2 TUTKIMUSSUUNNITELMA

### 2.1 Tutkimuksen kohde

Tutkimuksessa tarkastellaan Milanon maailmannäyttelyn järjestäjien ennakko-odotuksia vuonna 2015 järjestettävästä tapahtumasta käyttäen kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Tutkin paljonko järjestäjät odottavat tapahtumaan kävijöitä ja miten niihin on varauduttu sekä sitä, miten Milanon maailmannäyttely pyrkii erottumaan aikaisemmin järjestetyistä näyttelyistä. Käsittelen myös suurtapahtuman mahdollisesti tuomia ongelmia sekä kaupungin matkailullisia tavoitteita maailmannäyttelyn suhteen. Maailmannäyttely on hyvin ajankohtainen aihe, jonka järjestelyjen toimivuudesta on esitetty paljon epäilyjä. Ollessani Milanossa työharjoittelussa keväällä ja kesällä 2014 aihe sai myös minun huomioni.

### 2.2 Teoriat ja käsitteet

Tutkimuksessani esiintyvät pääkäsitteet ovat suurtapahtuma, maailmannäyttely, tapahtuman järjestäminen, ennakko-odotukset, matkakohde ja kävijä.

Sovellan tutkimuksessa kansainvälisen tapahtuman järjestämisen teoriaa.

Kirjallisuus määrittelee **suurtapahtumiksi** infrastruktuurihankkeet, joiden arvo on yli 1 miljardia dollaria, ja ne ovat yleensä hallituksen tilaamia, mutta yksityisten yritysten toteuttamia. Tapahtumaan liittyy usein monenlaisia liikekumppaneita, teollisuuden aloja, poliitikkoja, ja sillä on vahva vaikutus kohdealueen talouteen ja ympäristöön pitkällä aikavälillä. Suurtapahtuma voidaan nähdä joukkona erillisiä pieniä ja suuria projekteja, jotka on koordinoitu saavuttamaan yhteisiä tuloksia.

Näille hankkeille tunnusomaisia elementtejä ovat monimutkaisuus, epävarmuus, eri taitojen ja tietojen integrointi organisaatiossa sekä eri toimijoiden yhteensovittaminen. (Locatelli, C. & Mancini, M. 2010. 236–253)

Kun otetaan huomioon suur tapahtumat kuten olympialaiset tai maailmannäyttelyt, näiden elementtien lisäksi pitää ottaa huomioon sosiaaliset intressit, jotka muuttuvat ja mukautuvat jatkuvasti lyhyellä ja pitkällä aikavälillä. Tämä voi muuttaa käsityksiä hankkeesta ja vaikuttaa sen toteutumiseen.

**Maailmannäyttelyllä** tarkoitetaan suurta yleismaailmallista messutapahtumaa, joita valvoo BIE, Bureau International des Expositions. BIE myös valitsee järjestäjämaan valintaprosessin kautta. Maailmannäyttelyiden perimmäinen tarkoitus on ollut levittää tietoa uusista keksinnöistä, innovaatioista ja aatteista sekä myös oman maan kulttuurista. Maailmannäyttelyihin valitaan aina jokin teema, johon jokaisen osallistujamaan tulisi ottaa kantaa. (Korhonen 2010, 7) Esimerkiksi Milanon maailmannäyttelyn teema on ”Feeding the Planet – Energy for Life” ja osallistujamaiden tulisi täten sisällyttää näyttelynsä viesti siitä, miten tulevaisuudessa ratkaistaan ravintoon ja sen tuotantoon liittyviä ongelmia, ja mitä konkreettisia tekoja aiotaan tehdä tai on jo tehty asian hyväksi.

Maailmannäyttelyitä luonnehditaan myös teknologian, tieteen, talouden ja kulttuurin Olympialaisiksi. Pää tarkoitukseltaan maailmannäyttelyt ovat kuitenkin samantyyppisiä kuin normaalit messutkin eli osallistujien tarkoituksena on tuoda uusia tuotteita tunnetuksi, kasvattaa myyntiään ja hankkia yhteistyökontakteja. (Korhonen 2010, 7)

**Tapahtuman järjestäminen** on suunniteltua, projektiluontoista työtä. Kun idea tapahtumasta on päätetty muuttaa ideasta tapahtumaksi, aletaan tutkia järjestämisen kannalta tärkeitä seikkoja. Onnistunut tapahtuma muodostuu kahdesta kolmiosta: strategisesta ja operatiivisesta. Molempien kolmioiden kolmeen kysymykseen tulee osata vastata ennen kuin tapahtumaa aletaan suunnitella. Strategisessa suunnittelussa vastataan kysymyksiin miksi tapahtuma järjestetään, kenelle tapahtuma järjestetään ja mitä järjestetään. (Vallo & Häyrinen 2008, 93; Joensuu 2009, 14–15 ) Vastattaessa kysymykseen miksi tapahtuma järjestetään, täytyy löytää tapahtuman tavoitteet sekä miettiä mitä tapahtumalla halutaan viestiä.

Operatiivisessa suunnittelussa taas vastataan kysymyksiin miten tapahtuma järjestetään, millainen tapahtuman ohjelma tai sisältö on ja kuka toimii isäntänä.



Miten tavoitteet saavutetaan ja halutut viestit välitetään? Näiden kysymysten avulla yritetään löytää tapahtuman punainen lanka, jonka ympärille tapahtumaa aletaan koota. (Joensuu 2009, 14–16)

Tapahtuman suunnittelun tulisi lähteä liikkeelle tapahtuman ideasta, joka on tapahtuman järjestäjän ensimmäinen hahmotelma tapahtuman kokonaisuudesta. Suunnitteluun osallistuvien henkilöiden näkökantojen erilaisuudet saattavat tulla esille varhaisessa vaiheessa tapahtuman suunnitteluprosessia ja omia ajatuksiaan tulevasta tapahtumasta joutuu arvioimaan ja perustelevaan. (Sutinen & Antikainen 1996, 3, Joensuun 2009, 14–16 mukaan)

Tapahtumaa suunniteltaessa ja myöhemmin toteutettaessa on ajan hallinta yksi tärkeimmistä taidoista, ja erityisesti Milanon maailmannäyttelyä järjestettäessä tämän taidon merkitys on korostunut viivästysten takia. Mitä tarkemmin tapahtuma ja sen suunnittelu onnistutaan aikatauluttamaan, sitä todennäköisemmin tapahtuma onnistuu myös järjestämisen kannalta. (Joensuu 2009, 17) Tapahtuman ajankohdan valitseminen on tärkeä tekijä tapahtuman onnistumisen kannalta. Ajankohta kannattaa valita siten, jos mahdollista, ettei se kilpaile samasta yleisöstä jonkin muun samaan aikaan tai lähiaikana järjestettävän tapahtuman kanssa. Kun ajankohta päätetään, täytyy määritellä myös takaraja, jolloin kaiken tulee olla kunnossa. Jos yleisölle ilmoitettua päivämäärää aletaan muuttaa, seuraukset saattavat olla tapahtuman kannalta katastrofaaliset. On suositeltavaa jättää tapahtuman kannalta vähempiarvoiset tehtävät viimeiseksi ja jos jotain asiaa ei ole saatu kuntoon on tapahtuma aloitettava ilman sitä. (Joensuu 2009, 17)

Myös liiallinen optimismi on pahasta järjestelyvaiheessa, koska se saattaa kostautua tapahtuman toteutusvaiheessa. Tapahtuman suunnitteluvaiheessa tulisi miettiä mahdollisia riskejä. Riskianalyyssissa pyritään ottamaan huomioon kaikki seikat jotka voivat vaikuttaa tapahtuman onnistumiseen tai epäonnistumiseen. (Joensuu 2009, 18) Riskianalyyssissä tulisi huomioida muun muassa taloudelliset ja turvallisuuteen vaikuttavat asiat sekä niistä koituvat seuraukset. Riskianalyyssia laatiessa pitäisi ajatella odottamatonta, ulkopuolisia tekijöitä joihin tapahtuman järjestäjät eivät voi itse vaikuttaa. Mahdollisia riskejä ja ongelmia pystyy ennakoimaan analysoimalla esimerkiksi menneitä tapahtumia.

**Ennako-odotuksella** tarkoitetaan henkilön tai henkilöiden odotuksia jotka kohdistuvat esimerkiksi johonkin tapahtumaan, tai sen onnistumiseen.

**Matkailukohde** on käsitteenä erittäin moninaisen ja siksi vaikea selittää. Yhtä määritelmää ei pystytä soveltamaan kaikkiin matkakohteisiin, mutta usein matkakohteella tarkoitetaan joko yksittäistä elementtiä, paikkaa tai selkeästi määriteltävää maantieteellistä aluetta, jonne voidaan matkustaa. Lisäksi kohde houkuttelee suuria määriä ihmisiä matkustamaan kohteeseen kotoaan, yleensä vapaa-ajallaan, lyhyeksi rajoitetuksi ajaksi (Swarbrooke 2002 4–5, Ala-Rantalan 2015, 7 mukaan).

Vaikka matkailukohdetta on vaikea määritellä, Swarbrooke on luokitellut matkailukohteet neljään osa-alueeseen:

1. Luontokohteet
2. Ihmisen rakentamat kohteet, joiden alkuperäinen tarkoitus ei ole houkuttaa matkailijoita
3. Ihmisen rakentamat kohteet, jotka ovat tarkoitettu matkailijoille
4. Eri tapahtumat

Esimerkiksi Milanon maailmannäyttely 2015 selkeästi kuuluu tapahtumien osa-alueeseen. Tärkeimmät erot osa-alueiden välillä on pysyvyys ja asenne matkailijoihin. Luontokohde on pysyvämpi kuin tapahtuma ja matkailijoille tarkoitettut kohteet koetaan yleensä mahdollisuutena kun taas kohteissa, joita ei ole tarkoitettu matkailijoille, matkailu koetaan usein uhkana ja ongelmana. Matkailukohde voi myös olla näiden osa-alueiden yhdistelmä. (Ala-Rantala 2015, 7)

**Kävijällä** (visitor) tarkoitetaan henkilöä, joka matkustaa tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelee siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan, ja jonka matkan tarkoituksena on muu kuin sellaisen toiminnan harjoittaminen, josta maksetaan korvausta, eli palkkaa tai verrattavaa korvausta, matkan kohteena olevassa paikassa. Matkailijan yleisnimike ”kävijä” kattaa sekä yöpyvät matkailijat (tourist, overnight visitor) sekä päiväkävijät (same-day visitor). (Suomen virallinen tilasto)

### 2.3 Tutkimuskysymykset

Koska opinnäyteö on tehty ennen itse maailmannäyttelyn alkua, oli ideani nimenomaan tutkia maailmannäyttelyn ennakko-odotuksia, vaikutusta Milanon turistimääriin sekä mahdollisia ongelmia. Keräsin tietoa seuraavien tutkimuskysymysten avulla:

1. Kuinka paljon kävijöitä maailmannäyttelyn odotetaan tuovan Milanoon?
2. Miten Milanon kaupunki ja maailmannäyttelyn järjestäjät ovat varautuneet kasvaviin turistimääriin?
3. Mitkä ovat Milanon matkailulliset tavoitteet maailmannäyttelyssä?
4. Miten Milanon maailmannäyttelyn odotetaan eroavan edellisistä maailmannäyttelyistä ja kuinka näyttely pyrkii erottumaan edukseen?
5. Mitkä ovat mahdolliset ongelmat joita kasvavat turistimäärät voivat tuoda kaupungille?

### 2.4 Aineisto ja menetelmät

Käytin tutkimusta tehdessäni kvalitatiivista, eli laadullista tutkimusta. Laadullisessa tutkimuksessa aineistonkeruumenetelminä käytetään usein kyselyä, havainnointia, haastattelua tai dokumentteihin perustuvaa tietoa. Riippuen tutkimuksesta, näitä tietoja voidaan käyttää joku yksin tai yhdistelemällä. (Tuomi & Sarajärvi 2009)

Itse vietin aikaa Milanossa työharjoittelu johdosta, ja tästä sain alun perin idean tutkimukseen. Tuleva maailmannäyttely näkyi katukuvassa selvästi. Aineiston keruu, tässä tapauksessa haastattelut ja muu tiedonkeruu tapahtui Milanossa syys-joulukuun välillä vuonna 2014. Aineiston analysoin tutkimuskysymysten pohjalta teemoittelemalla. Teemoittelussa tutkimustulokset ryhmitellään eri teemojen mukaan, eli tutkitaan mitä tietyistä teemoista on sanottu, toisin sanottuna mitä tiettyihin tutkimuskysymyksiin on vastattu.

Haastattelu on systemaattinen ja joustava tiedonkeruumenetelmä, ja on erityisen hyvä vaihtoehto silloin, kun aihe on monimutkainen tai vähän tutkittu. Haastattelutilanteen etuja ovat muun muassa mahdollisuus vaihtaa kysymysten järjestelyä, kysyä lisäkysymyksiä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 74)

Ongelma voi muodostua myös siitä, jos haastateltava ei osakaan vastata kysymyksiin riittävän tarkasti, jolloin tutkimus ei välttämättä kerro mitään ratkaisevaa tutkittavasta asiasta. Haastattelussa on kuitenkin toisaalta se hyvä puoli, että tällaisenkin tilanteen voi välttää valitsemalla haastateltavaksi asiantuntevat henkilöt. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 74)

Lähetin haastattelupyynnön (Liite 2.) muun muassa maailmannäyttelyn eri koordinoijille, pää- ja tapahtumajohtajalle, aluejohtajille ja työryhmävetäjille. Valitettavasti läheskään kaikki eivät halunneet osallistua haastatteluun, tai voineet kielimuurin ja rajallisen aikataulun takia järjestää tapaamista kanssani. Osa haastatteluista suoritettiin sähköpostitse ja puhelimitse. Osa haastateltavista halusi esiintyä nimettöminä.

Olin päättänyt jo aiemmin, etten ota työhöni suoria lainauksia haastatteluista, koska kirjoitan työni suomeksi ja haastatteluni olivat suoritettu englanniksi ja italiaksi. Tämän vuoksi minun oli järkevämpää purkaa haastattelut poimimalla niistä vain keskeisimmät asiat ja kirjoittaa ne ylös.

Tuomen ja Sarajärven mukaan kannattaa miettiä tarkasti, liittyykö haastateltavien alkuperäisiä ilmauksia eli lainauksia heidän puheistaan lopulliseen raporttiin, koska alkuperäisten ilmausten kertominen ei paranna tutkimuksen luetettavuutta, vaikka niin voisi helposti kuvitella. (Tuomi & Sarajärvi 2009)

Haastatteluilla halusin täydentää muun tiedonkeruun perusteella saamiani tietoja ja syventää ymmärtämystäni järjestäjien asenteista ja mielipiteistä. Haastattelut olivat teemahaastatteluja, joissa haastattelijana ohjasin keskustelua tiettyihin etukäteen määrättyihin teemoihin ja esitin tarpeen vaatiessa tarkentavia kysymyksiä. Valmista kysymysrunkoa ei teemahaastattelussa kuitenkaan yleensä käytetä, vaan pyritään siihen, että keskustelu sujuisi luontevasti. (Eskola & Suoranta 1999, 87) Kirjallisuudessa

teemahaastattelu luetaan usein puolistrukturoidun haastattelun muodoksi. Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset ovat kaikille samat, mutta haastateltava saa vastata niihin omin sanoin (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 195; Vanhamäki 2003). Teemahaastattelun kohdalla tämä kuitenkin lähinnä tarkoittaa sitä, että haastattelun aihepiirit ovat kaikille samat, mutta kysymysten muoto ja järjestys voivat vaihdella. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 48) Mietin etukäteen lisäkysymyksiä saadakseni varmasti tietää kaikkien näkemyksen tärkeimmistä teemoista. Kysymykset olivat suurin piirtein samat kuin sähköpostikyselyssä. (Liite 1.)

Haastatteluiden tukena käytin internetistä ja kirjallisista lähteistä etsimääni tietoa. Pyrin etsimään maailmannäyttelystä kertovia Internet-sivustoja, ja pyrin selvittämään, millaisen kuvan tulevasta maailmannäyttelystä nämä sivustot välittävät. Koska nykypäivänä Internet tarjoaa ennennäkemättömän laajan valikoiman erilaista lähdeaineistoa, on erityisen tärkeää muistaa tutkimusta tehdessä lähdekritiikki.

Asiallisesti sama ja yhtä pätevä tieto voi olla eriarvoista riippuen lähteestä. Esimerkiksi uutisessa siteerattu tutkimustieto ei ole lähteenä yhtä arvostettu kuin alkuperäinen tutkimus. Ammatillisten asiantuntijoiden haastatteluista tai raporteista kannattaa käyttää alkuperäistä versiota ennemmin kuin toisen tai kolmannen käden lähteitä mediasta.

On myös syytä valita tuoreempaa tietoa kuin vanhempaa, sillä tieto muuttuu koko ajan uusien tutkimusten korvattessa vanhat. (Haasio, A. 2003) Myös tiedon kirjoittajalla on merkitystä, koska kirjoittajan rooli voi vaikuttaa tekstin sisältöön silloinkin, kun hänen suhtautumisensa on asiaan neutraali.

Omassa tapauksessani hyödyllisimmiksi sivustoiksi osoittautuivat maailmannäyttelyiden omat sivustot, kuten expo2015.org sekä Bureau International des Expositions bie-paris.org. Näitäkin sivustoja tarkastellessa tulee olla kriittinen ja ottaa huomioon sivustojen kaupallisuus ja maailmannäyttelyiden mainostus. Sivustot kuitenkin myös tarjosivat reaaliaikaisia uutisia ja tutkimuksia koskien tulevaa maailmannäyttelyä.

## 2.5 Tutkimuksen kulku

Tutkimuksen kolmannessa luvussa perehdyn tarkemmin maailmannäyttelyihin, niiden eri tyyppeihin ja niiden historiaan. Kolmannessa luvussa käsitellään myös Milanon maailmannäyttelyä 2015, sen aihetta sekä näyttelyn yleisesti aiheuttamaa kritiikkiä.

Neljännessä luvussa käsittelen suurtapahtumien, kuten maailmannäyttelyn, vaikutuksia kohdealueeseen. Vaikutukset on jaettu sosio-kulttuurisiin, ekonomisiin sekä fyysisiin vaikutuksiin.

Tutkimuksen viidennessä luvussa perehdytään Milanoon matkakohteena. Käyn lyhyesti läpi sen suosituimpia nähtävyyksiä ja turistien kannalta kiinnostavia kohteita sekä tapahtumia. Luvussa käsittelen myös Milanon turismin liittyviä tilastotietoja.

Luvussa kuusi puran tutkimustuloksia tutkimuskysymysten avulla. Viimeisissä luvuissa kuusi ja seitsemän teen yhteenvedon ja pohdinnan tutkimustuloksista ja tutkimuksen luotettavuudesta

### 3 TIETOA MAAILANNÄYTTELYISTÄ

Maailmannäyttelyitä on järjestetty vuodesta 1851, ja ne ovat ei-kaupallisia tapahtumia. Maailmannäyttelyiden perimmäinen tarkoitus on ollut levittää tietoa uusista keksinnöistä, innovaatioista ja aatteista sekä myös oman maan kulttuurista. Järjestäjämää valitaan huolellisen valintaprosessin kautta. International Exhibitions Bureau (BIE) valitsee järjestäjämään hakemusten perusteella

Järjestäjämää saa hyvän tilaisuuden esitellä parhaita puoliaan kulttuuristaan, innovaatioistaan ja perinteistään sekä mahdollisuuden rakentaa vahvoja kansainvälisiä suhteita. Maailmannäyttelyyn järjestäminen tuo myös paljon maailmanlaajuista julkisuutta, unohtamatta maailmannäyttelyyn saapuvien turistien tuomaa liikevaihtoa. Olennaista on lisätä keskustelua ja ajatustenvaihtoa niin osallistujamaiden kuin myös kävijöiden välillä, sekä antaa mahdollisuus ottaa kantaa ajankohtaisiin ja tärkeisiin asioihin. (Korhonen 2010, 6)

Maailmannäyttelyihin osallistuminen pitää tehdä harkitusti ja huolellisesti. Koska maailmannäyttelyt ovat suhteellisen kalliita, täytyy yrityksen olla vakuuttunut, että osallistuminen on hyödyllistä. Osallistuminen on osa markkinointiviestintää, joten sen toteutus ja tavoitteet on suunniteltava huolellisesti. (Korhonen 2010, 7) Esimerkiksi yksikään Pohjoismaa ei ole osallistumassa Milanon 2015 maailmannäyttelyyn (Tammikuu 2015), koska kustannukset olisivat kasvaneet liian suuriksi. Suomen osallistumiskustannukset olisivat noin 15 miljoonaa euroa, josta valtion osuus olisi noin 11,2 miljoonaa. (Virtanen Sofia 5.3.2013 Tekniikka&Talous) "Shanghain maailmannäyttely vuonna 2010 oli kalliimpi ja siellä oltiin. Myös Milanoa pohdittiin tarkkaan elinkeinoelämän kanssa, ja päädyttiin siihen, että perusteita laittaa yli 10 miljoonaa euroa yhteen näyttelyyn ei tällä kertaa ollut. Muut Pohjoismaat päättivät samoin", teollisuusneuvos Severi Keinälä työ- ja elinkeinoministeriöstä muistuttaa. (Sirén, Vesa 9.6.2014 Helsingin Sanomat) Vaikka Suomi ei maana osallistu maailmannäyttelyyn, esimerkiksi Aalto-yliopiston arkkitehtuuriosasto on kutsuttu paviljonkien suunnitteluun.

Suomi on myös edustettuna Milanossa kansainvälisten organisaatioiden osastoilla ja Suomen elintarviketeollisuus näyttäytyy EU:n yhteisen keskusjärjestön kautta. Maataloustuottajain keskusliitto MTK puolestaan osallistuu Euroopan tuottajajärjestön Copa-Cocegan kautta. (Sirén 2014)

Maailmannäyttelyiden alkuaikoina ne toimivat innovaatioiden ja aatteiden sekä kulttuurien ja matkailun levittäjinä, tilaisuuksina joihin kuka tahansa saattoi osallistua ja oppia uutta. Nykypäivänä, television ja eritoten Internetin yleistyessä arkielämässä, maailmannäyttelyiden merkitys erityisesti matkailun saralla on heikentynyt. Jotkut ovat sitä mieltä, että maailmannäyttelyt ovat jo aikansa eläneitä, liikaa rahaa syöviä ilmiöitä, mikä näkyy vahvasti yritysten mukaan lähtemisessä. (Chappel, U. 2010; Korhonen 2010, 7)

Maailmannäyttelyt ovat myös kasvaneet valtaviin mittoihin. Ennen maailmannäyttelyissä oli mahdollista tehdä ”maailmanympärysmatka yhdessä päivässä”, mutta nykyajan massiivisista tapahtumista ehtii päivässä nähdä vain murto-osan jonottamisineen.



KUVA 1. Havainnekuva Decumanosta, näyttelyn pääkadusta. (Expo 2015: Decumano & Cardo)

### 3.1 Maailmannäyttelyt ja turismi

Vaikka maailmannäyttelyt eivät varsinaisesti ole matkailutapahtumia, on niillä kuitenkin suuri positiivinen vaikutus järjestäjämahan sekä osallistujamaiden turismiin. Kaikki turismin päätoimijat, kuten lentoyhtiöt ja majoituspalvelut sekä pienemmät tekijät, kuten paikalliset toimijat, hyötyvät maailmannäyttelyn tuomasta kävijävirrasta. Matkailumarkkinointi onkin siis edelleen suuressa roolissa näyttelyissä, koska kävijä voi olla potentiaalinen asiakas.



Järjestäjämää saa paljon maailmanlaajuista mediahuomiota, jolla maa voi levittää itsestään miellyttävää ja positiivista kuvaa, joka houkuttelee lisää kävijöitä myös maailmannäyttelyyn. Maailmannäyttelyn vieraat taas käyttävät rahaa kohteessa majoitus- ja liikennepalveluihin, ravintoloihin ja muihin viihdykkeisiin. Usein maailmannäyttely antaa lisäpotkua myös kohdealueen infrastruktuurin kehitykselle, joka voi vaikuttaa uuden turistikohteen syntymiseen. Esimerkiksi vuoden 2008 Zaragozan maailmannäyttelyä seurannut turismi tarjosi kaupungille kokonaan uuden tulonlähteen. Kun vuonna 2008 talouskriisin kynnyksellä kävijämäärät putosivat Espanjan suuremmissa kaupungeissa, kuten Madridissa (-3 % vuoteen 2007 verrattuna) ja Sevillassa (-5 % vuoteen 2007 verrattuna), Zaragozan kävijämäärät nousivat 15 %:lla. (Bureau International des Expositions 2015a.)

Matkailumarkkinointi ja maabrändäys ovat tärkeää myös osallistujamaille. Tarkoituksena ei ole myydä kävijälle konkreettista matkaa, vaan luoda mielenkiintoinen kuva edustetusta maasta ja herättää vierailijan mielenkiinto esimerkiksi oman paviljongin tai järjestetyn tapahtuman avulla.

Myös itse tapahtumajärjestäjillä, jotka saattavat työskennellä oman maansa tai yrityksensä paviljongilla, on merkitys kohteen turismille. Esimerkiksi Milanon 2015 maailmannäyttelyyn on osallistumassa yli 1000 ostajaa 64:stä eri valtiosta. He edustavat MICE-toimijoita ja matkanjärjestäjiä, eli hoitavat työntekijöilleen muun muassa majoituksen kohteesta. Lisäksi noin 5000 yritystä toimii näytteilleasettajina. Tämä tuo kohteeseen huomattavan määrän työturismia (Expo 2015; Bureau International des Expositions 2015b.)

### **3.2 Maailmannäyttelyiden tyypit**

Vuoden 1928 Pariisin maailmannäyttelyssä syntyi International Exhibitions Bureau (ranskaksi Bureau International des Expositions, BIE), jonka tehtävänä on valvoa ja luoda säännöt maailmannäyttelyille. Tämä vähensi hyväksyttävien maailmannäyttelyiden määrää, ja nykyään hyväksytyjä maailmannäyttelytyyppejä on kaksi: rekisteröidyt (registered) ja tunnustetut (recognized) näyttelyt. (Bureau International des Expositions 2015c.)

### 3.2.1 Rekisteröidyt maailmannäyttelyt

Rekisteröidyt (registered) maailmannäyttelyt ovat kooltaan huomattavasti tunnustettuja maailmannäyttelyitä suurempia, pidempikestoisia ja kalliimpia. Tällaisia maailmannäyttelyitä voidaan järjestää viiden vuoden välein 5:een tai 0:an päätyvinä vuosina (esimerkiksi Shanghain maailmannäyttely 2010 ja Milanon maailmannäyttely 2015). Rekisteröidyt maailmannäyttelyt kestävät kuusi kuukautta ja ovat massiivisia niin pinta-alaltaan kuin myös kävijämääriltään. Suurimpien näyttelyiden pinta-ala on jopa 300–500 hehtaaria. Koska osallistujamaat saavat rakentaa itse omat paviljonkinsa, suurimmat paviljongit ovat saattaneet olla kokonaisten kortteleiden suuruisia levittäytyen myös useampiin kerroksiin. (Bureau International des Expositions 2015d.)

Rekisteröidyt maailmannäyttelyt järjestetään yleensä keskeisillä paikoilla populaatioon nähden, keskimäärin ne ovat keränneet 200 000 kävijää päivittäin, ja jotkut jopa 50–70 miljoonaa kävijää kuuden kuukauden aikana. (Bureau International des Expositions 2015d.) Näyttelyiden aiheet ovat määriteltyjä, ja niiden täytyy liittyä maailmanlaajuiseen huolenaiheeseen tai ongelmaan.

### 3.2.2 Tunnustetut maailmannäyttelyt

Tunnustetut (recognized) maailmannäyttelyt järjestetään yleensä kahden rekisteröidyn maailmannäyttelyn välissä, ja ne kestävät kolmesta viikosta maksimissaan kolmeen kuukauteen. Näyttelyiden teemat käsittelevät maailmanlaajuisia huolenaiheita, mutta näyttelyn täytyy olla erikoistunut johonkin tiettyyn aiheeseen, eli aiheet ovat tarkemmin rajattuja kuin rekisteröidyissä näyttelyissä. (Bureau International des Expositions 2015d.) Tällaisia rajattuja aiheita ovat edustaneet esimerkiksi "The Living Ocean and Coast: Diversity of Resources and Sustainable Activities" (Yeosu Expo 2012) ja "Water and the Sustainable Development" (Zaragoza International Exhibition 2008).

Tunnustetut näyttelyt ovat myös huomattavasti halvempia, muun muassa koska järjestäjämaa rakennuttaa paviljongit. Osallistujamaat saavat vuokrata itselleen alueen, ja tehdä siitä omannäköisensä. (Bureau International des Expositions 2015d.)

### 3.3 Maailmannäyttelyiden historiaa

Ensimmäinen maailmannäyttely järjestettiin Lontoossa vuonna 1851. Lontoon maailmannäyttely oli erittäin menestyksellinen, se keräsi yli 6 miljoonaa kävijää. Tämän jälkeen näyttelyitä on järjestetty jo toista sataa. (Chappel 2010)

Maailmannäyttelyt jaetaan yleensä kolmeen eri aikakauteen tarkoituksiensa mukaisesti. Vuodesta 1852 vuoteen 1938 vallitsi teollistumisen aikakausi, ja näyttelyiden tärkein tarkoitus oli uusien keksintöjen esitleminen muille maille. Esimerkiksi nykypäivänä arkiset innovaatiot, kuten puhelin, hissi, elokuva ja jopa jäätelöpuikko esiteltiin aikoinaan ensimmäisen kerran maailmannäyttelyissä. Näyttelyt toimivat myös suunnannäyttäjinä niin taiteessa kuin arkkitehtuurissa. (Chappel 2010)

Kuuluisimpia arkkitehtuurisia innovaatioita ja tuotoksia tältä aikakaudelta ovat ikoninen, tänäkin päivänä miljoonamassoja keräävä Eiffel-torni Pariisiin maailmannäyttelystä 1889 sekä Chicagossa 1893 esitelty maailmanpyörä. (Niemi, P. 2010)

Ehkä kuuluisin tämän aikakauden maailmannäyttely oli Pariisissa vuonna 1900 järjestetty näyttely, johon osallistui yli 50 miljoonaa ihmistä. Se oli tuohon aikaan ennätyksellinen määrä. Tuolloin Suomi sai ensimmäistä kertaa esiteltävä kulttuuriaan suurelle yleisölle niin sanotulla ”Kansakuntien Kadulla”. Suomen paviljongissa esiteltiin tuolloin muun muassa Akseli Gallen-Kallelan taidetta. (Niemi, P. 2010)

Toisella aikakaudella eli vuosina 1939–1987 maailmannäyttelyiden tärkeimmäksi tavoitteeksi nousi kulttuurinen vuorovaikutus. Teemat alkoivat painottua erilaisiin ihmiskuntaa koskeviin kysymyksiin ja ongelmiin, keksinnöt ja innovaatiot saivat väistyä. Merkittävä käänne näyttelyhistoriassa oli New Yorkin vuoden 1939 maailmannäyttely, silloisista näyttelyistä suurin. Sen teemana oli seuraaviin vuosikymmeniinkin vaikuttava ”tulevaisuuden maailmaa rakentamassa” eli ”Building The World of Tomorrow”. (Bureau International des Expositions 2015a.)

Seuraavia teemoja olivat muun muassa 1964–65 New Yorkin maailmannäyttelyn "Peace Through Understanding", Montrealin maailmannäyttelyn vuonna 1967 "Man and His World". Montrealin maailmannäyttely oli myös ensimmäinen näyttely, joka käytti sanaa "expo", jonka jälkeen sana vakiintui ja korvasi nimen "world's fair". (Bureau International des Expositions 2015a.)

Kolmannen aikakauden katsotaan alkaneen vuoden 1988 Australian Brisbainen maailmannäyttelystä, kun monet maat alkoivat vahvistaa ja korostaa omaa kulttuuri-identiteettiään paviljongeissa. Brändäyksestä tuli olennainen osa maailmannäyttelyitä, ja sama suuntaus on korostunut vuosien myötä. Esimerkiksi vuoden 2000 Hannoverin maailmannäyttelyssä tehdyn tutkimuksen mukaan 73 prosenttia osallistujajamaista piti ensisijaisena tavoitteenaan mainostaa omaa maa-imagoa, kulttuuria ja brändiä, vaikka maailmannäyttelyn teemat käsittelivätkin vakavia aiheita, kuten tulevaisuuden työllisyystilannetta. (Korhonen 2010, 8)

Nykypäivänä maailmannäyttelyt ottavat vaikutteita kaikkien aikakausien tavoitteista. Vaikka kulttuuri- ja maabrändäys on edelleen nousussa, näyttelyssä tuodaan silti esille uusia innovaatioita ja keksintöjä. Samalla yritetään herättää keskustelua ja kanssakäymistä niin näytteilleasettajien kuin vierailijoiden välillä ja ottaa kantaa kansainvälisiin ja ajankohtaisiin asioihin. Lisäksi tavalliset kansalaiset ja matkailijat voivat kokea häivähdyksen erilaisista kulttuureista paviljonkien näyttelyissä, jotka on suunniteltu uusien ideoiden ja kansallisen identiteetin innostamina. (Korhonen 2010, 8)

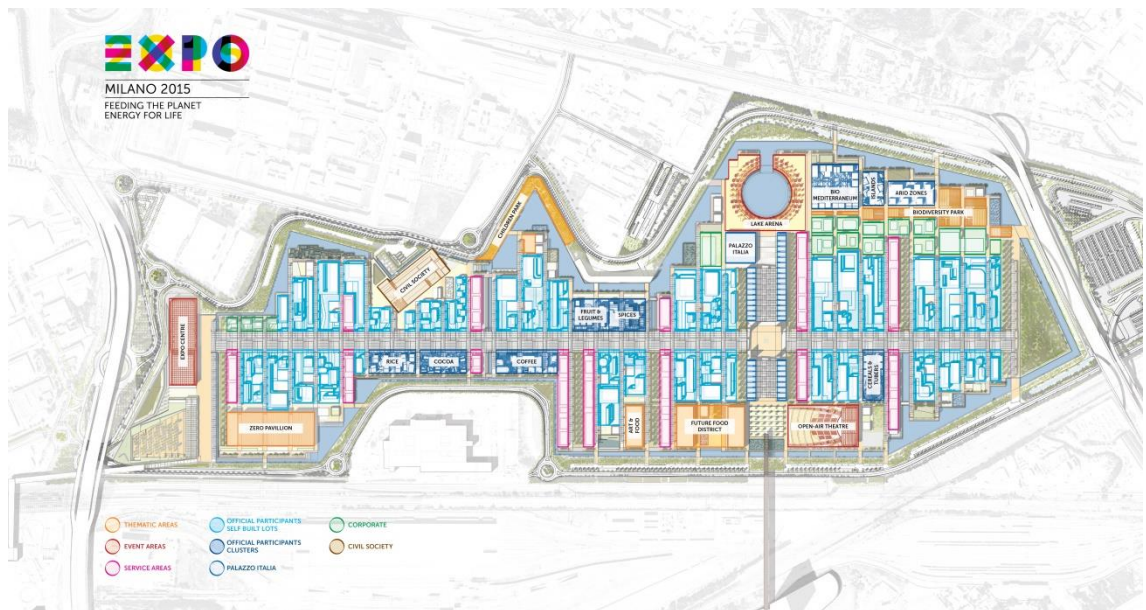


KUVA 2. Havainnekuva Italian paviljongista (Expo 2015: Italian Paviljong)

### 3.4 Milanon maailmannäyttely 2015

Milanon maailmannäyttely, Milan Expo 2015, järjestetään 1. toukokuuta 2015 – 31. lokakuuta 2015. Milano on toiminut järjestäjäkaupunkina kerran aikaisemmin, vuonna 1906. Päätös Milanon valinnasta tehtiin maaliskuussa 2008 Pariisissa International Exhibitions Bureau (BIE) toimesta. Italian kanssa järjestäjämaan paikasta kilpaili muun muassa Kazakstan. (International Exhibitions Bureau 2010b) Milanon maailmannäyttelyyn osallistuu yli 140 maata ja yli 5000 kansainvälistä yritystä. (Expo2015a; Expo2015d)

Alueen pääsuunnittelijana toimii Massimiliano Fuksas, ja näyttelyalue on 1,1 neliökilometrin suuruinen. Alueelle on suunniteltu muun muassa 50 000 neliömetrin suuruinen viherhuone, tekojärvi sekä ulkoilma-amfiteatteri. Muita kuuluisia arkkitehtejä, kuten Stefano Boeri, Jacques Herzog ja Ricky Burdett, osallistuu yksittäisten paviljonkien suunnitteluun. (Expo-masterplan; Expo2015b; Expo2015c)



KUVA 3. Expo Masterplan 2013 Executive Plan (Expo 2015 SpA Masterplan)

Näyttelyalue jaetaan viiteen ”polkuun”, joilla jokaisella on oma pääteema ja alateemoihin liittyvä aihe. Kaikkea yhdistää pääkäytävä, Decumanus, joka kokoaa yhteen ruoan ja energian kulutuksen (kaupungin) ja ympäröivän, tuottavan alueen (maaseudun) teemat.

Decumanuksen varrelle sijoittuvat maailmannäyttelyn osallistujamaat, jotka esittelevät oman maansa ruoka- ja tuottamiskulttuuria sekä innovaatioita. Ympäri Milanoa järjestetään myös tapahtumia, tapaamisia, konferensseja ja esityksiä. (Expo2015b; Expo2015c)

### 3.4.1 Näyttelyn aihe

Maailmannäyttelyn aihe on ” Feeding the Planet, Energy for Life”, eli ”Maapallon ruokkiminen - Energiaa elämää varten” (Suomennos EU komission tiedonannosta, 2013). Se keskittyy maapallon ravintotilanteeseen, sen resurssiongelmiin ja kestäväan kehitykseen. Aihe jatkaa aiempien maailmannäyttelyiden pohdintaa luonnonvarojen hupenemisesta ja nostaa samalla esiin uusia innovaatioita ja myös uusia uhkakuvia. Tavoitteena on synnyttää vuoropuhelua näytteilleasettajien sekä kävijöiden välille ja pohtia, miten olisi mahdollista tuottaa ravintoa tehokkaammin mutta samalla siten, että luontoa ja lajien monimuotoisuutta pystytään varjelemaan.

Maailmannäyttelyn on tarkoitus viedä kävijä aikamatkalle historiaan tutkien perinteisiä kulttuuriarvoja ja uuden teknologian käyttöä ravinnon tuotannossa, sekä sitä, kuinka sidoksissa nämä kaksi asiaa ovat toisiinsa. (Expo2015b)



KUVA 4. Havainnekuva kunnostetusta Cascina Triulza-maatilasta (Expo 2015: Civil Society Pavilion)



Aihetta tukee myös Milanon ja Lombardian alueen vuosisatainen maanviljely- ja ruokakulttuuriperinne. Alue on Italian ravinnerikkainta ja se soveltuu parhaiten maanviljelyyn. Alueella maatalous on tehokasta ja maatilat erittäin suuria. (Expo2015b)

Näyttelyssä on myös seitsemän alateemaa;

- Science for Food Safety, Security and Quality
- Innovation in the Agro Food Supply Chain
- Technology for Agriculture and Biodiversity
- Dietary Education
- Solidarity and Cooperation on Food
- Food for Better Lifestyles
- Food in the World's Cultures and Ethnic Group

Koska kaikki osallistujamaat eivät halua ottaa maailmannäyttelyyn osaa rakentamalla kokonaan omaa paviljonkia, näyttelyalue on jaettu myös ”expo clusters”- yhteisalueisiin, joissa teemoina ovat maantieteelliset identiteetit, kuten Välimeren alue, saaret ja kuivat alueet, sekä ravintoketjut. (Expo2015, clusters)

Ravintoketjuja edustavat muun muassa hedelmät ja palkokasvit, mausteet, riisi, kaakao, kahvi, viljat sekä mukulakasvit. Yhdistelmäalueiden tarkoituksena on tuoda yhteen maat, joilla on erityinen suhde tiettyihin raaka-aineisiin ja antaa osallistujamaiden esitellä omaa ruoka - ja ravintokulttuuriaan. (Expo2015, clusters)



KUVA 5. Expo Clusters- kartta (Expo 2015 Cluster guide)

## 2.4.2 Kritiikki

Milanon maailmannäyttely, kuten monet aiemmat näyttelyt, on saanut osakseen kritiikkiä monelta taholta. Kritiikki on kohdistunut sekä Milanon näyttelyyn ja sen järjestelyihin erityisesti että maailmannäyttelyiden järjestämisen mielekkyyteen yleisemmällä tasolla.

Milanossa järjestelyjä ovat varjostaneet useat selkkaukset, jotka liittyvät hankkeen epäilyihin mafiakytköksiin. Toukokuussa 2014 Expo-portin avajaisviikonloppuna seitsemän entistä kansanedustajaa pidätettiin epäiltynä maailmannäyttelyn rakennusurakoihin liittyvästä korruptiosta. Mukana oli muun muassa maailmannäyttelyn hankintajohtaja. (Sirén 2014 hs.fi)

Maailmannäyttelyä on myös kritisoitu aikataulujen pettämisestä. Lukuisat myöhästymiset ovat johtuneet muun muassa hallinnon rakennemuutoksista, poliittisista ristiriidoista sekä itse expo-alueen valinnan viivästymisestä, joka taas vaikutti koko alueen suunnitteluun ja toteutukseen. (Costa, 2014) Milanon kaupungilta ja Lombardian maakunnalta puuttui yhteinen kokonaisnäkemys sekä visio. Se määritettiin ensimmäisen kerran vasta vuonna 2008 maailmannäyttelyn toimeksiannon yhteydessä. On arvioitu, että kokonaisnäkemysten puute ja muut hankaluudet lykkäsivät rakentamisen aloitusta yli vuodella. (Costa 2014)

Ympäristöaktivistien kritiikki on kohdistunut siihen, että maailmannäyttelyn teema on ristiriidassa valitun toteutuksen eli urbanisoidun expo-alueen kanssa. Alue oli alun perin maatalousmaata.

Tämän lisäksi kriittisiä kysymyksiä ovat esittäneet monet tutkijat, joiden mukaan maailmannäyttelyyn kohdistuvat odotukset ovat liian positiivisia. Samoin tutkijoiden mukaan näyttelyn kustannukset on arvioitu liian pieniksi, ja he ennustavat niiden nousevan huomattavasti arvioitua suuremmiksi. Tutkijat moittivat Milanon kaupunkia myös siitä, että se panostaa tapahtumaan liikaa ja käyttää resursseja, jotka olisi pitänyt suunnata pikemminkin paikallisten asukkaiden sosiaalisiin hankkeisiin. Maailmannäyttelyn pelätään lisäävän sosiaalista epävarmuutta sekä eriarvoisuutta kaupungissa. (Costa, Cucca & Torri 2015).



## 4 MAAILMANNÄYTTELYIDEN VAIKUTUKSET KOHDEALUEESEEN

Suur tapahtumien isännöinti on usein toiminut maailman suurten keskusten keinona nopeuttaa urbaania uudistumista ja erottaa kansainvälisillä pääomamarkkinoilla. Esimerkiksi olympialaisia ja maailmannäyttelyitä on pidetty ”kultaisena mahdollisuutena” saavuttaa mainetta nopeasti. (Roche 2002) Toisaalta kilpailu pääsystä isäntämaaksi on ankaraa, ja se on nostanut esiin tapahtuman kohdemaahan kohdistuvat yhteiskunnalliset vaikutukset ja vaatimukset monella eri tasolla. Maailmannäyttelyä suunniteltaessa korostetaan tapahtuman vaikutusta infrastruktuuriin, talouteen ja, mutta huomioon tulisi myös ottaa aineettomat vaikutukset kohdemaan kulttuuriin ja väestöön sekä myös kävijöihin. Jotkut sosiokulttuuriset tai fyysiset vaikutukset voidaan huomata vasta vuosien päästä, esimerkkinä Pariisin 1898 maailmannäyttelyyn rakennettu Eiffeltorni, joka on muuttanut Pariisin kaupunkikuvaa ja josta on tullut eräänlainen Pariisin symboli. (Roche 2002)

Suur tapahtumien, kuten maailmannäyttelyiden, vaikutukset on yleensä jaoteltu samaan tapaan kuin turismin vaikutukset. Mathieson ja Wall (1982, 15, 24) jakavat suur tapahtuman kohdealueelle aiheuttamat vaikutukset taloudellisiin, fyysisiin ja sosiaalisiin. Borg (2000) sen sijaan yhdistää jaottelussaan sosiaalisen ja taloudellisen puolen. Hall ja Page (2002, 132) jakavat vaikutukset taloudellisiin, sosio-kulttuurisiin ja ympäristöllisiin. Rajat eri alueiden välillä eivät siis ole selvät, koska asioita voi tulkita eri tavoin ja moni asia vaikuttaa laajemmin kuin pelkästään yhdellä alueella. (Vanhamäki 2003) Tässä tutkimuksessa jako on tehty sosio-kulttuurisiin, ekonomisiin ja fyysisiin vaikutuksiin.

### 4.1 Sosio-kulttuuriset vaikutukset

Kohdealueen sosiaalisilla ja kulttuurisilla vaikutuksilla tarkoitetaan yksinkertaistetusti sitä, miten tapahtuma muuttaa paikallisväestön elämänlaatua. Tällaisia vaikutuksia voivat olla esimerkiksi arvomaailman ja käyttäytymisen muutokset. Toisin kuin esimerkiksi suur tapahtumien ekonomiset vaikutukset, sosiaaliset ja kulttuuriset vaikutukset koetaan tutkimuksissa usein kielteisinä.

On kuitenkin muistettava, että suur tapahtuman tuoman matkailun sosiaaliset vaikutukset eivät jakaudu tasaisesti, koska ihmiset kokevat vaikutukset eri tavoin. (Vanhamäki 2003, 18)

Vanhamäen (2003) mukaan matkailun vaikutusten jaottelussa on usein mukana erikseen myös kulttuurinen elementti, mutta monissa tapauksissa kulttuurinen puoli on yhdistetty sosiaalisiin vaikutuksiin. Murphyn (1985, 117) mukaan sosiaaliset ja kulttuuriset vaikutukset eroavat toisistaan siten, että sosiaaliset vaikutukset ovat luonteeltaan nopeammin ilmeneviä, kun taas kulttuuriset vaikutukset voivat näkyä vasta pidemmän ajan kuluttua.

Yksi suur tapahtumien tuoma positiivinen sosiaalinen vaikutus on uusien työpaikkojen syntyminen kohdealueelle. Suur tapahtuma luo suoria työpaikkoja majoitus- ja ravitsemus alalle sekä ohjelmapalvelutoimintaan, mutta myös epäsuoria työpaikkoja voimistamalla muuta toimintaa kuten rakennus alaa ja kauppaa. (Roche, 2002) Epäsuorien työpaikkojen määrä on sitä suurempi, mitä enemmän tapahtuma nivoutuu paikallistalouteen. (Mathieson & Wall, 1982) Mathiesonin ja Wallin (1982, 52) mukaan suur tapahtumat voivat myös kannustavat paikallisia asukkaita oma-aloitteiseen yritys- ja sijoitustoimintaan.

Sosiaalisten vaikutusten näkökulmasta matkailun mukanaan tuomat hyödyt liittyvät alueen erilaisten mahdollisuuksien ja palveluiden parantumiseen sekä kulttuurien vuorovaikutukseen. Mikäli suunnittelu on onnistunut hyvin, matkailu lisää hyödykkeiden ja palveluiden kysyntää ja yritysten kannattavuus kasvaa. Kysynnän lisääntymisen kautta myös paikallisväestön harrastusmahdollisuudet ja kulttuuritarjonta sekä muut palvelut, kuten joukkoliikenne, paranevat. (Inskeep 1994, 35; Silvestre 2009, 9)

Suur tapahtuman tuoma turistimäärä voi vaikuttaa myös positiivisesti kulttuurien vuorovaikutukseen sekä innovaatioiden leviämiseen, joka on yksi maailmannäyttelyiden perimmäisistä tarkoituksista. Keskinäistä ymmärrystä yritetään lisätä ja parhaimmillaan sekä oman että vieraiden kulttuurien erityispiirteitä aletaan arvostaa enemmän. Näin voidaan jopa kohottaa paikallisten asukkaiden itsetuntoa ja alueen imagoa, kun kohdealue nähdään positiivisessa valossa kehittyvänä ja elinvoimaisena. (Mathieson & Wall 1982, 162–164)

Suurtapahtumien negatiiviset sosiaaliset vaikutukset ovat usein helpommin havaittavissa kuin positiiviset vaikutukset. Ne ilmenevät välittömästi, kun taas positiiviset vaikutukset usein vasta myöhemmin. Siksi negatiivisiin vaikutuksiin myös tartutaan esimerkiksi julkisudessa herkemmin kuin positiivisiin. Jos tapahtumaa ei ole suunniteltu, kehitetty eikä johdettu huolellisesti ja paikallisväestön tarpeet huomioon ottaen, ongelmia voi muodostua paljon. (Vanhamäki 2003, 20)

Ongelmia syntyy esimerkiksi, jos matkailijamäärät kasvavat liikaa ja kohde ruuhkautuu. Tällöin paikallisväestö ei ehkä enää viihdy asuinalueellaan. Kohteet voivat ruuhkautua, koska niitä ei yleensä ole suunniteltu ”etukäteen” suur tapahtumaa silmälläpitäen. Infrastruktuuria voidaan toki myöhemmin täydentää niin, että se vastaisi paremmin suur tapahtuman tarpeita, mutta usein matkailijamäärien ennakoimaton kasvu johtaa palveluiden ylikansoittumiseen. Tämä aiheuttaa haittaa sekä matkailijoille että paikallisille asukkaille, koska matkailijoiden lomakokemus kärsii ja paikallisten arkielämä vaikeutuu. (Vanhamäki 2003, 20)

Kun infrastruktuurin rakentamista ja erilaisten palveluiden tuottamista suunnitellaan, toisessa vaakakupissa painaa suur tapahtuman kesto. Se tuo mukanaan kannattavuusongelman. Monissa kohteissa joudutaankin pohtimaan, kannattaako rakentaa puitteet suurten matkailijamäärien vastaanottamiselle, jos suur tapahtuma kestää vain pari kuukautta ja jos puitteet jäävät tyhjilleen tai puretaan heti tapahtuman jälkeen. Mikäli paikalliset asukkaat eivät koe viihtyvänsä, he voivat alkaa vastustaa tapahtumaa. Vastustusta voi ilmetä erityisesti silloin, jos paikallisväestö ei hyödy matkailusta taloudellisesti, vaan rahat kulkeutuvat alueen ulkopuolelle. (Inskeep 1994, 36.) Paikalliset voivat myös ajatella, että suur tapahtuman tuotto olisi pitänyt käyttää hyödyllisemmin eli kansan hyvinvointiin, koulutukseen tai epäkohtien korjaamiseen. (Silvestre 2009, 9)

## **4.2 Ekonomiset vaikutukset**

Ei ole epäilystäkään siitä, etteikö suur tapahtuman tuomalla matkailulla olisi tärkein vaikutus isäntäkohteen talouteen. Suur tapahtumien, kuten maailmannäyttelyiden, on katsottu vaikuttavan myönteisesti kansalliseen maksutaseeseen, ja tapahtuman aikana matkailuala tuottaa erittäin tehokkaasti muihin teollisuudenaloihin nähden. Myös ulkomaisen valuutan virtaus turistien mukana parantaa kohteen taloudellista tilannetta.

Kun vierailijoiden käyttämä raha lähtee kiertoon yrityksissä, se kasvattaa alueen liikevoittoa ja tuo alueelle edelleen uutta varallisuutta. Tätä kutsutaan matkailun kerrannaisvaikutukseksi. (Vanhamäki 2003, 12)

Sekä työllisyysvaikutusten että kerrannaisvaikutusten osalta on muistettava, että niiden määrä riippuu siitä, kuinka paljon alueen yrittäjät ostavat palveluita ja tuotteita toisiltaan. (Mathieson & Wall 1982, 64–65) Vierailijoiden alueella käyttämä rahamäärä ei kuitenkaan jää kokonaan alueen sisäiseen kiertoon, vaan osa siitä kulkeutuu ulkopuolelle. Jotta tämä minimoitaisiin, olisi tärkeää kytkeä alueen matkailuelinkeino mahdollisimman tiiviisti jo olemassa olevaan tuotantorakenteeseen. (Järviluoma 1993, 29; Vanhamäki 2003, 12) Itse matkailutoimintaan liittyvien tulojen lisäksi alueelle tulee myös verotuloja esimerkiksi kiinteistöverojen ja tuloverojen muodossa. (Silvestre 2009, 10)

Suurtapahtuman taloudelliset vaikutukset on yleensä luokiteltu ensisijaisiin ja toissijaisiin vaikutuksiin. Ensisijaisella vaikutuksella tarkoitetaan tapahtuman kohteeseen heti tuomaa suoraa vaikutusta. Se saadaan selville kartoittamalla osallistujien määrä ja mittaamalla liiketoiminnan tuottoa. (Janeczko, B., Mules, T., & Ritchie, B. 2002)

Toissijaisia taloudellisia vaikutuksia ovat ne, jotka ovat seurausta ensisijaisista vaikutuksista. Toissijaista taloudellista voidaan kuvata metaforalla, jossa kivi heitetään lampeen. Veteen osuva kivi on ensisijainen vaikutus ja kivistä aiheutunut aaltoilu kuvaa toissijaista vaikutusta. (Janeczko, B., Mules, T., & Ritchie, B. 2002) Toissijaisten vaikutusten arviointi tarjoaa usein tarkemman tuloksen, koska se tuo esille eri alojen keskinäisen riippuvuuden tietyillä alueilla ja sen, kuinka riippuvainen alue on tavaroiden ja palveluiden maahantuonnista. Toissijaista vaikutusta tutkiessa voidaan myös selvittää, kuinka suuri osa tuloista on jäänyt kiertoon ja kuinka suuri osa on kulkeutunut kohdealueen ulkopuolelle.

Vanhamäen (2003) mukaan matkailijat luovat paikallistasolla merkittävän myönteisen taloudellisen vaikutuksen, koska matkailu lisää alueen palveluiden ja tavaroiden kysyntää. Samalla se kompensoi paikallisen kysynnän mahdollista vähäisyyttä. Näin suur tapahtumasta aiheutuva matkailu voi auttaa turvaamaan haja-asutusalueiden peruspalveluita ja lisäämään ja ylläpitämään yllä infrastruktuurin tasoa. Suur tapahtuman aiheuttamiin taloudellisiin vaikutuksiin voidaan lisätä myös hintojen nousu kohdealueella. Tätä paikallisväestö pitää yleensä negatiivisena seurauksena.

### 4.3 Fyysiset vaikutukset

Suurtapahtumasta aiheutuvilla fyysisillä muutoksilla tarkoitetaan yleensä ihmisen rakentamaa muokattua maisemaa, rakennelmia, uutta julkista kulkureittiä, kulkuvälinettä jne. Fyysiset infrastruktuurin muutokset mainitaan usein suur tapahtumien keskeisimpänä etuna. Tyypillisintä on suurten stadionien ja messualueiden rakentaminen, kuten maailmannäyttelyiden tapauksessa, sekä liikenneinfrastruktuurin parantaminen, maisemaparannukset ja uusien asuinalueiden rakentaminen. Kaupungit niin sanotusti ”lavastetaan” suur tapahtumaa ja kasvavia turistimääriä varten; rakennetaan paljon ”symbolisia” rakennuksia, kuten suuria ostoskeskuksia, monumentteja, pilvenpiirtäjiä ja jopa kokonaisia kortteleita, jotta kohteesta tulisi mahdollisimman myyvän näköinen. Tällä strategialla on tarkoitus näkyvyyttä. Näin turistit ja esimerkiksi sijoittajat saadaan kuluttamaan lisää rahaa kohteessa, ja näillä tuloilla yritetään kattaa uudistumisesta aiheutuneet kulut. (Beioley, 2002; Judd & Fainstein 1999; Smith 2003)



KUVA 6. Suunnitelma uudesta Darsena – laiturialueesta (Expo 2015:Water Ways)

Ennen suur tapahtuman alkua kohteessa aloitetaan yleensä ”lippulaivahankkeita”, joilla pyritään elvyttämään tiettyjä kaupungin ongelma-alueita osaksi toimivaa kaupunkirakennetta. Tällaisia paikkoja voivat olla esimerkiksi hylätyt keskusta-alueet, niin sanotut ”slummit” kaupungin ympärillä, huonokuntoiset jätemaat sekä huonosti toimivat teollisuuskompleksit. (Silvestre 2009, 4) Tilanne on juuri tällainen myös Milanossa, joka uudistaa Rhon teollisuus- ja maatalousalueen maailmannäyttelyn päätapahtumapaikaksi.

## 4 MILANO MATKAKOHTEENA

### 4.4 Yleistä

Milano on yksi Euroopan vilkkaimmista turistikeskuksista, ja matkailualalla on hyvin tärkeä taloudellinen rooli Milanolle ja koko Italialle. Milano tuhoutui toisessa maailmansodassa, ja uudelleenrakentamisen jälkeen sitä on kutsuttu yhdeksi Italian modernimmista kaupungeista. Silti kaupungista löytyy yhä myös perinteistä italialaista arkkitehtuuria, joten kaupunki tarjoaa niin sanotusti jokaiselle jotakin.

Milano on suosittu myös helppoutensa takia. Milanon lähellä on kolme kansainvälistä lentoasemaa, Malpensen kansainvälinen lentoasema, Linaten lentoasema ja Orio al Serion lentoasema Bergamossa. Nämä yhdessä muodostavat yhden Italian liikenteen tärkeimmistä solmukohtista. Milanon päärautatieasemalta on junayhteyksiä joka puolelle Italiaa ja myös useisiin muun Euroopan kaupunkeihin. (Forsberg, Peter 2011)



KUVA 7. Expo Gate ja Sforzesco-linna taustalla. ( Expo 2015 Milano)

2000-luvun alussa kiihtynyt turismisektorin kasvu on stimuloinut palvelujen kysyntää ja luonut Milanoon paljon uusia työpaikkoja. Milano on suuri, laajalle levinnyt kaupunki, ja Milanon metropolialue (Area metropolitana di Milano) on väkiluvultaan Italian suurin. OECD:n tilastossa sen asukasluku on noin 7,4 miljoonaa, eli se muodostaa noin kahdeksasosan Italian väestöstä. Niin kutsuttu suur-Milano (Grande Milano) käsittää Milanon naapurikunnat ja ulottuu varsinkin pohjoisen ja idän suuntaan. Turistit viihtyvät kuitenkin suhteellisen pienellä alueella niin sanotun centro storicon eli vanhan keskustan kaduilla. Nämä monipuoliset ja viehättävät kadut ovat Duomo-katedraalin läheisyydessä, muutaman sadan metrin säteellä Milanon pääkirkosta.

Tälle alueelle sijoittuvat myös ns. Kultainen Neliö eli Milanon muodin keskus, La Scala, joka on yksi maailman tunnetuimmista ja arvostetuimmista oopperataloista, Sforzescon linna ja Brera, joka on oma vilkas alueensa, heti vanhan ydinkeskustan vieressä. (Forsberg, Peter 2011)

Turistille näiden lisäksi merkittävä alue on Navigli, Milanon vanha kanava-alue, joka on tunnettu vilkkaasta yöelämästään, kuuluisista ravintoloistaan ja pienistä putiikeistaan. Mihinkään ei Milanossa ole kovin pitkä matka, ja esimerkiksi Navigli sijaitsee vain muutaman metropysäkin päässä Duomosta. (Forsberg, Peter 2011)

Milanossa matkustaminen julkisilla liikennevälineillä on suhteellisen halpaa ja helppoa. Kolme metrolinjaa kattaa koko kaupungin. Kaupungissa on myös laaja bussija raitiovaunuverkosto. Hyvästä julkisesta liikenteestä huolimatta Milanossa on paljon yksityisautoja ja ruuhkat, pysäköinti ja ilmansaasteet ovat olleet ongelmana 1980-luvun alusta asti. Kun ilmanlaatu on huonoimmillaan, yksityisautoilu joudutaan kieltämään kokonaan. (Foot, J. 2015)

Vaikka varsinaista turismisesonkia ei ole, Milanossa riittää aina vierailijoita. Ajoittain, kuten muotiviikkojen, huonekalunäyttelyiden tai urheilutapahtumien aikaan, Milano on suurempien turistivirtojen kohteena. (Forsberg 2011)

Milano on onnistuttu brändäämään maailman muotipääkaupunkina, ”shoppailijan paratiisina”, ja suurin osa turisteista tulee nimenomaan tekemään ostoksia tai osallistumaan kaupungissa järjestettäviin muotitapahtumiin. Kaupungissa järjestettiin 1970-luvulla ensimmäinen pret-à-porter tapahtuma, sen jälkeen Milanosta on tullut kansainvälisen muotimaailman keskus. Italian muotiteollisuudessa työskentelee 800 000 työntekijää 80 000 yrityksessä. Huippusuunnittelijoiden toimistot sijaitsevat kaikki Milanossa, esimerkkeinä mainittakoon Armani, Prada, Versace, Dolce & Gabbana, Missoni ja Ferré. Neljästi vuodessa Milanon muotiviikkojen aikaan kaupungin valtaavat muodin ammattilaiset, mallit, toimittajat ja valokuvaajat. Tuolloin voi vaatimattomammankin majapaikan löytäminen kaupungista olla vaikeaa. (Forsberg 2011)

Milano on tunnettu myös urheilukaupunkina. Pääurheilulajeja ovat jalkapallo, jota pelataan ympäri vuoden, sekä Formula 1, vaikkakin sitä ajetaan vain yhtenä viikonloppuna vuodessa Monzan radalla 20 kilometrin päässä Milanosta.

Milanon jalkapallojoukkueet AC Milan ja Inter Milan ovat maailmankuuluja. Joukkueiden legendaarisella kotistadionilla San Sirolla järjestetään myös eurooppalaisia huippuotteluita, jotka keräävät muualta Euroopasta tulevia turisteja. (Forseberg 2011)

#### 4.5 Tilastosietoa

Vuonna 2009 tehdyn tutkimuksen mukaan (university of IULM) suur-Milanon alueella vieraillee vuosittain 5 miljoonaa kävijää, joista 56 % on Italian ulkopuolelta ja 44 % italialaisia. Yli puolet ulkomaalaisista kävijöistä on eurooppalaisia, kuten saksalaisia, brittejä sekä ranskalaisia. Loput ovat suurimmaksi osaksi amerikkalaisia, japanilaisia ja kiinalaisia. Samasta tutkimuksesta käy ilmi, että noin 60 % vierailijoista on miehiä ja 40 % naisia. Yli 58 % vierailijoista saapuu maahan lentäen, 26 % autolla ja loput junilla ja lautoilla. Vapaa-ajan turisteista suurin osa matkustaa ystävien (55%) tai perheen (24%) kanssa. Business-matkaajista osa matkustaa kollegojen kanssa (50%) ja osa yksin (41%).

Kaupunki on yleiseltä hintatasoltaan kalliimpi kuin muut italialaiset kaupungit, joten hotellien hintataso on myös keskimääräistä kalliimpi. Turistit viettävät Milanossa keskimäärin 3,34 yötä, mutta ulkomaalaiset turistit viiptyvät keskimäärin 2-5 yötä. 75 prosenttia kaikista vierailijoista majoittuu hotelleissa. 4 tähden hotellit majoittavat 47 % turisteista, 5 tähden hotellit 11 % ja alle 3, 2 ja 1 tähden hotellit yhteensä 15 %.

Vuonna 2010 suur-Milanon alueella sijaitsevien hotellien ja muiden majoitusliikkeiden yhteenlaskettu lukumäärä nousi 697:än ja niissä oli yhteensä 41 425 huonetta ja 80 550 sänkyä. 60 prosenttia majoitusliikkeistä on tasoltaan keskivertoja tai korkeita (3–5 tähteä). (Provincia di Milano)



## 5 TUTKIMUSTULOKSET

### 5.1 Taustatietoa tutkimuksesta

Sain idean tutkimukseeni ollessani Milanossa työharjoittelussa keväällä ja kesällä 2014, jolloin tuleva maailmannäyttely näkyi jo vahvasti katukuvassa. Maailmannäyttely ja sen vaikutukset jo tuttuun kaupunkiin kiinnostivat heti kovasti, mutta valmistumiseni kannalta en voinut odottaa varsinaisen näyttelyn alkua, joten päädyin tutkimaan sen ennako-odotuksia. Samanlaista opinnäytetyötä ei ole tehty aikaisemmin ja maailmannäyttelyt olivat minulle itselleni aiheena vieras, joten haastetta löytyi sopivasti, niin kuin halusinkin.

Aiheen rajaus ja tutkimuskysymysten laatiminen ole tutkimuksen vaikein osa, sillä maailmannäyttelyn kokoisesta hankkeesta saa helposti liiaksikin materiaalia.

Tutkimuksella haluan avata lukijoille millainen tapahtuma maailmannäyttelyn itsessään on, ja millainen merkitys sillä voi olla kaupungille ja sen turismille. Varsinaiset ja korrektilä tulokset olisi mahdollista saada vasta loppuvuonna 2015, kun maailmannäyttely on ohitse ja varsinaiset jälkimainingit alkaisivat näkyä, ja niitä olisi myös hyvin mielenkiintoista tutkia.

### 5.2 Tutkimusongelmat ja tutkimuskysymykset

1. Kuinka paljon kävijöitä maailmannäyttelyä odotetaan tuovan Milanoon?
2. Miten Milanon kaupunki ja maailmannäyttelyä järjestäjät ovat varautuneet kasvaviin turistimääriin?
3. Mitkä ovat Milanon matkailulliset tavoitteet maailmannäyttelyssä?
4. Miten Milanon maailmannäyttelyä odotetaan eroavan edellisistä maailmannäyttelyistä ja kuinka näyttely pyrkii erottumaan edukseen?
5. Mitkä ovat mahdolliset ongelmat joita kasvavat turistimäärät voivat tuoda kaupungille?

### 5.3 Haastatteluiden ja tiedonhaun tulokset

#### 5.3.1 Kuinka paljon kävijöitä maailmannäyttelyn odotetaan tuovan Milanoon?

Pietro Galli, yksi maailmannäyttelyn pääjärjestäjistä, uskoo 20 miljoonan kävijän tulevan helposti täyteen maailmannäyttelyn kuuden kuukauden aikana kiinnostuksen kasvaessa vielä ennen näyttelyn alkua. Keskimäärin tämä tarkoittaisi 60 000–70 000 kävijää/päivässä. 6–8 miljoonan kävijän uskotaan tulevan Italian ulkopuolelta, ja 12–14 miljoonan kävijää Italiasta. (Expo 2015a)

Kiinasta odotetaan tulevan miljoona kävijää, sillä sinne on myyty ennakkoon yli puoli miljoonaa lippua (tammikuu 2015). Toisen miljoonan odotetaan tulevan muualta Euroopan ulkopuolelta, kuten Pohjois-Amerikasta, Kanadasta, Venäjältä, Intiasta, Japanista ja ennen kaikkea Etelä-Koreasta, jonka on ennustettu tuovan yli 400 000 kävijää maailmannäyttelyyn. (Haastateltava 1, 2014)

Euroopasta Italian ulkopuolelta odotetaan tulevan noin 4 miljoonaa vierailijaa, ja suurimpien kävijämäärien odotetaan tulevan Sveitsistä (n. 2 miljoonaa ihmistä), Saksasta (800 000 ihmistä) sekä Ranskasta. Trenitalia, Italian kansallinen junayhtiö pyrkii laajentamaan kalustoaan ja reittien määrää maailmannäyttelyn alla kyseisten maiden kävijöitä varten. (Haastateltava 1, 2014)

Suurin kävijämääriin vaikuttava tekijä on ennakko-oletusten mukaan se, mitkä maat rakentavat oman paviljongin. Ennätyselliset 60 maata on rakentamassa maailmannäyttelyyn paviljonkia (tammikuu 2015), esimerkiksi 2010 Shanghain maailmannäyttelyyn osallistui 42 maata omalla paviljongilla. Toisaalta kaiken kaikkiaan Milanon maailmannäyttelyyn odotetaan noin 140 osallistujamaata kun taas 2010 maailmannäyttelyyn osallistui 194 maata, vielä ei siis tiedetä onko paviljonkien määrällä paljon merkitystä kävijämääriin, vai vaikuttaako kokonaisosallistujamäärä enemmän. (Costa 2014)

Näyttelyalue on avoinna päivittäin klo 10.00–23.00, mutta osa tapahtumista järjestetään myös ilta- ja yöaikaan. Kävijämäärien odotetaan olevan korkeimmillaan viikonloppuisin, jolloin tavoitteena on ylittää 250 000 kävijään, ja muina päivinä tavoite on noin 90 000 ihmistä. Virtuaalikävijöitä odotetaan noin 80 miljoonaa. (Expo 2015c)

Tarkastellessa aikaisempia maailmannäyttelyitä voidaan huomata, että kävijämäärät ovat yleensä etukäteen joko ali - tai yliarvioitu huomattavasti. Erityisesti eurooppalaiset maailmannäyttelyt ovat arvioitu kävijämääriltään liian suuriksi (Hannover -53 % ja Lissabon -33 %) Sen sijaan Aichin maailmannäyttely 2005 oli suuri menestys, jonka kävijämäärät aliarvioitiin 46 %:lla. Shanghain maailmannäyttelyllä oli 70 miljoonaa kävijää, joka oli Shanghain kokoiselle kaupungille odotettava määrä. Tarkastellessa Aichin ja Shanghain näyttelyitä voidaan huomata kävijämäärien riippuvan kohdealueen paikallisväestön määrästä, joka on suoraan verrannollinen kotimaisten näyttelykävijöiden määrään. Shanghain maailmannäyttelyn kotimaisten kävijöiden määrä oli nelinkertainen verrattuna Aichin näyttelyyn, mutta kummankin tapahtuman ulkomaiset kävijämäärät pysyivät suurin piirtein samoina. (Locatelli, G., Mancini, M. 2010, 236–253)

Milanon odotetaan ylittävän 20 miljoonan kävijän määrä, mutta ottaen huomioon aikaisemmat Euroopan maailmannäyttelyn ja niiden kävijämäärien yliarviointi, tämä määrä tuntuu kuitenkin liian optimistiselta. BIE osoittaa, että vastaavanlainen kävijämäärien yliarviointi tehtiin muun muassa Sevillan maailmannäyttelyssä 1992 sekä Torinon talviolympialaisissa 2006. Molempia viittauksia on kuitenkin vaikea verrata Milanon maailmannäyttelyyn, koska Sevillan näyttelystä on 23 vuotta aikaa, ja talviolympialaiset itsessään ovat hyvin erilainen tapahtuma maailmannäyttelyihin verrattuna. Myös Sevillan maailmannäyttelyn kävijämäärä oli poikkeuksellisen runsas (41 miljoonaa) verrattuna aikaisempiin ja sen jälkeisiin maailmannäyttelyihin. (Locatelli, G., Mancini, M. 2010, 236–253)

### **5.3.2 Miten Milanon kaupunki ja maailmannäyttelyn järjestäjät ovat varautuneet kasvaviin turistimääriin?**

Maailmannäyttelyn on tarkoitus luoda 84 000 uutta työpaikkaa turismisektorille. Lombardian alueen hallitus on määrännyt 100 miljoonan euron apupaketin alueen turismisektorin toimijoille, jotta palveluita voidaan muokata ja kehittää eteenpäin maailmannäyttelyä varten. (Haastateltava 2, 2014)

Milanoon on kaavailtu useita uusia metrolinjoja, joiden on määrä valmistua ennen maailmannäyttelyä, ne todistaisivat Milanon olevan muuntautumiskykyinen, business-orientoitunut ja moderni suurkaupunki. (Haastateltavat 1 & 2, 2014)

Tämänhetkisten kolmen metrolinjan lisäksi on suunnitteilla linja numero 4 joka operoisi Linaten lentokentän ja kantakaupungin välillä, linja numero 5 Monzan kaupungin sekä San Siron jalkapallostadionin välillä sekä jatketta linjalle numero 3 etelään. Viivästyksistä johtuen metrolinjoja ei saada otettua käyttöön ennen maailmannäyttelyn alkua. (Tammikuu 2015) Uudet metrolinjat on tarkoitus ottaa käyttöön vuoden 2015 aikana. (Expo 2015c)

Suurimman osan kansainvälisistä vierailijoista, noin 7,6 miljoonan vierailijan, on ennustettu matkustavan Milanoon ilmateitse. Tästä syystä Milanon päälentokenttää Malpensaa, uudistetaan parhaillaan rajusti. Lentokentän kunnostamiseen on investoitu 30 miljoonaa euroa. Yksi muutoksista on uusi ostosalue ”Luxury Square”, joka tulisi pitämään sisällään tunnetuimpien italialaisten brändien liikkeet, kuten Armanin, Bulgarin sekä Guccin liikkeet. (Haastateltava 2, 2014)

### **5.3.3 Mitkä ovat Milanon matkailulliset tavoitteet maailmannäyttelyssä?**

Michele Perini, Fieran talousalueen presidentti uskoo maailmannäyttelyn tuovan aivan uudenlaisen matkailullisen aseman Milanon kaupungille ja koko Italialle. Maailmannäyttelyn tarkoituksena on ”tuoda koko maailma Italiaan” ja tavoittaa uusia potentiaalisia matkailijoita, eritoten Aasian maista. Tällä hetkellä turismi muodostaa 10 % maan bruttokansantulosta, mutta maailmannäyttelyn johdosta luvun odotetaan kasvavan huomattavasti 2020 luvulle mennessä. Maailmannäyttelyn ja sen jälkivaikutusten odotetaan tuovan Italian valtiolle yli viiden miljardin euron tulot vuoteen 2020 mennessä, sillä turismista saatujen tulojen lisäksi sijoittajat ovat expon johdosta sijoittaneet italialaisiin firmoihin. (EU-komissio 2013; haastateltava 3, 2014)

Tällä hetkellä Italia on Euroopan kolmanneksi vetovoimaisin turistikohde Espanjan ja Ranskan jälkeen, mutta vuonna 2015 Italian uskotaan kirivän Ranskan edelle expon johdosta. (EU komission tiedonanto 2013; Haastateltava 3, 2014)



KUVA 8. Havainnekuva paviljonkialueesta. (Expo 2015: Self-Build Pavilions)

### **5.3.4 Mitkä Milanon maailmannäyttelyn odotetaan eroavan edellisistä maailmannäyttelyistä ja kuinka näyttely pyrkii erottumaan edukseen?**

Milanon maailmannäyttely 2015 tulee erottumaan erityisesti sosiaalisen median käytössä. Jo Shanghain 2010 maailmannäyttelyn aikana käytettiin esimerkiksi Facebookia maailmannäyttelyn osallistujamaiden matkailumarkkinoinnissa, mutta tänä päivänä sosiaalisen median näkyvyys ja käytettävyys ovat eri luokkaa. Kävijämassat saadaan kytkettyä tapahtumaan sosiaalisen median applikaatioiden avulla, kuten Facebookin, Twitterin ja Instagramin avulla. Tällöin kävijät voivat helpommin saada uutisia itse tapahtumasta, jakaa kokemuksia ja kuvia sekä kommunikoida esimerkiksi muiden kävijöiden kanssa. (Haastateltava 4, 1.12.2014)

Maailmannäyttelyä varten on myös kehitetty erilaisia interaktiivisia alustoja, kuten reaaliaikainen uutishuone, joka seuraa maailmannäyttelyn tapahtumia ja reaaliaikaisesti ilmoittaa kävijöille muutoksista, tulevista tapahtumista ja niin edelleen. Uutishuone koostuu eri alojen ammattilaisista, kuten journalisteista, taide asiantuntijoista ja promoottoreista, kertoo Peter Tou, (2014) yksi maailmannäyttelyn koordinoijista.

Myös kävijäsegmentiltään Milanon maailmannäyttelyn odotetaan olevan sijaintinsa takia erilainen kuin aiemmat maailmannäyttelyt. Milano sijaitsee hyvin keskeisellä paikassa Euroopassa hyvien kulkuyhteyksien äärellä. Tämän pitäisi houkuttaa tapahtumaan enemmän kansainvälisiä vierailijoita. Shanghain 2010 näyttelyssä huimat 90 % kävijöistä oli kiinalaisia, ja näyttely keskittyi paljon maabrändäykseen sekä matkailuun. (Haastateltava 4, 2014)

Milanon maailmannäyttelyllä on hyvin monitulkintainen konsepti, ja paljon alateemoja, näyttely pyrkii tarjoamaan ”jokaiselle jotain” pääteeman, Feeding the Planet – Energy for life” puitteissa. Koska käsitteitä on paljon, tämä voi olla kävijöille kuitenkin hieman hämmentävää ja sekavaa. Siksi paviljonkien tulisi olla tarkkoja viestinnästään ja mainonnastaan, jotta eri paviljonkien ja näytteilleasettajien ajama viesti saataisiin paremmin esille. Suur tapahtuma, kuten maailmannäyttely, saatetaan helposti ylikuormittaa tarjonnalla, jolloin kävijöiden sitominen tiettyyn tapahtumaan saattaa olla hyvin vaikeaa. (Haastateltava 5, 2014)

Expo in città – eli expo kaupungissa - konseptilla tarkoitetaan Milanon maailmannäyttelyn levittäytymistä myös virallisen näyttelyalueen ulkopuolelle. Mallina on toiminut Milanon huonekalunäyttely, Salone Internazionale del Mobile, joka levittäytyy keväisin eri puolille kaupunkia, muun muassa kauppoihin, studioihin, ateljeihin kuin myös institutionaalsiin tiloihin. Milanon maailmannäyttelyn ajatuksena on jäljitellä kyseistä tapahtumaa. Maailmannäyttelyn virallinen järjestäjätoimikunta voi myöntää Expo città – logon käytön erilaisiin yksityisten tai julkisten tahojen järjestäjien tapahtumiin, jolloin tapahtumasta tulee virallisesti osa maailmannäyttelyä. Tapahtumat päivittyvät Internetissä toimivaan kalenteriin. Tapahtumien määrän odotetaan nousevan maailmannäyttelyn aikana yli 7000 tapahtumaan, jotka voivat olla esimerkiksi konsertteja, esityksiä, urheilutoimintaa sekä näyttelyitä. (Expo2015c; Haastateltava 5, 2014)



KUVA 9. Navigli eli Milanon kanava. (Expo 2015: Città in Expo)

### **5.3.5 Mitkä ovat mahdolliset ongelmat joita kasvavat turistimäärät voivat tuoda kaupungille?**

Yleisesti ottaen megatapahtumat, kuten olympialaiset ja maailmannäyttelyt aloittavat kohdemaassaan tai kaupungissa merkittävän teollisen ja ekonomisen kehityksen, sillä voidaan parantaa kohteen kaupunkikuvaa, vahvistaa kansainvälistä imagoa ja niin edelleen. Milanon maailmannäyttely ei ole tässä tapauksessa poikkeus. Mietittäessä ehdolle asettumista tällaisen tapahtuman kohdemaaksi on punnittava tarkkaan tapahtuman tuomat hyödyt ja mahdollisuudet, mutta myös haitat ja se, onko maailmannäyttelyn saaminen kaupunkiin pidemmällä tähtäimellä hyväksi kaupungin kansalaisille. Maailmanlaajuisen talouskriisin puhkeamisen jälkeen vuonna 2008 suurtapahtumien ja kaupunkien kehitystä ei ole voitu pitää itsestäänselvyytenä. Myös Ateenan olympialaisten tuoma konkurssi vuonna 2004 on muistutus mahdollisista taloudellisista, sosiaalisista ja fyysisistä ongelmista, joita Milanon kaupunki voi kohdata maailmannäyttelyyn liittyen. (Costa 2014)

Yksi huolenaiheista on Milanon alueen ruuhkautuminen. Tämän kokisivat haitalliseksi sekä kävijät että paikalliset asukkaat, koska kävijöiden messu- ja matkakokemus kärsii ja paikallisten arkielämä vaikeutuu. Maailmannäyttelyä varten suunnitellaan erilaisia vaihtoehtoisia, vihreitä kulkuvälineitä ja -reittejä, kuten uusi pyöräilytie ja venereittinäyttelyalueen ja keskustan välille. Vaihtoehtoisten kulkureittien on tarkoitus kannustaa vierailijoita sekä paikallisia ekologiseen liikkumiseen ja autojen käytön vähenemiseen. Jos nämä hankkeet eivät kuitenkaan valmistu ennen maailmannäyttelyä, on täysin varmaa, että julkinen liikenne kuten metrot ja paikallisjunat tulevat ruuhkautumaan. (Haastateltava 3, 2014)

Mafia on luonut uhkakuvia maailmannäyttelyn ylle. Mafian pelätään saavan jalansijaa maailmannäyttelyn suunnittelussa, esimerkiksi manipuloimalla työsopimuksia ja näin vaikuttavan enemmän Milanon talouselämään. Hallitus julkaisi ”Expo 2015 Mafia-Free” toimintasuunnitelman tammikuussa 2014. Siitä huolimatta mafiaskandaalit ovat jo ravistelleet maailmannäyttelyn mainetta, kun 2014 keväällä seitsemän kansanedustajaa pidätettiin korruptioepäilyistä liittyen tapahtuman järjestämiseen. (Sirén 2014)

Suurtapahtumaa järjestettäessä ei voida myöskään sulkea pois kasvanutta terrorismin uhkaa. Esimerkiksi kesäkuussa 2010, kuukausi Shanghai maailmannäyttelyn avaamisen jälkeen, kolme henkilöä pidätettiin Norjassa ja Saksassa. Syytettyjen epäillään kuuluneen Al Qaedaan linkitettyyn separatistiseen ryhmään, ja väitetään, että ryhmä suunnitteli iskua Kiinan Norjan suurlähetystöön. (Barigazzi, J. 2015) Milanon maailmannäyttely on tiukentanut turvatoimiaan jatkuvasti ja uusimmat 7,2 miljoonan euron turvallisuusinvestoinnit sisältävät muun muassa valvontalennokkeja (drones), ammattisotilaita sekä videokameroita. Näyttelyaluetta ympäröi 3,15 metriä korkeat muurit ja verkot ja neljää sisään - ja ulospääsyaluetta vartioidaan seitsemälläsadalla vartijalla sekä 108 metalli – ja räjähdepaljastimella. Turvallisuus pyritään turvaamaan yhteensä 2600 vartijalla, joista 1300 on poliiseja, 700 on puolisoitilaallisia karabiniereja ja tullivirkailijoita sekä 600 on sotilaita. (Expo2015)

Mitä tulee terrorismiin, ihmisiä on kehoitettu ”ajattelemaan odottamatonta”, eli sitä, että mitä vain voi tapahtua, kaikkeen pitäisi olla valmistauduttu. Osa italialaisista osaa kuitenkin vitsailla aiheesta ja sosiaalinen media kuhisee erilaisia toivotuksia mahdollisille terroristeille, kuten ”Italia ei voi olla todellinen terrorismin kohde, lakot ja viivästyksset tekisivät terroristien elämästä sietämätöntä.” (Barigazzi 2015) Tästä pääsemme seuraavaan mahdolliseen ongelmaan, viivästymisiin. Maailmannäyttelyn suunnittelu ja järjestäminen aloitettiin alun perin myöhässä ja viivästyksset ovat jatkuneet koko projektin ajan. Jos maailmannäyttelyä ei saada auki ajoissa tai se avataan täysin keskeneräisenä, kaupunki sekä maailmannäyttely voi menettää maineensa ja sen myötä kävijänsä. (Barigazzi 2015)



## 6 POHDINTA

Maailmannäyttely on vasta suunnitteluvaiheessa, ja aiheesta löytyy hyvin vaatimattomasti kirjallisuutta. Kukaan päteväkään alan asiantuntija ei voi ennustaa miten maailmannäyttely etenee, kuinka suuren suosion se saavuttaa, minkälaisia ongelmia se saattaa kohdata tai aiheuttaa. Voimme kuitenkin yrittää tunnistaa joitakin kriittisiä näkökohtia ja vahvuuksia jotka ovat tulleet esille ja voidaan huomata jo maailmannäyttelyn suunnitteluvaiheessa. Kriittiset kohdat voidaan tunnistaa muun muassa hallintoprosesseista, jotka koskevat alueen maankäyttöä, taloutta ja sosiaalisia valintoja sekä tuloksia. (Costa 2014)

Vahvuksiakin on kuitenkin monia. Ensimmäkin maailmannäyttelyn aihe, joka keskittyy ruokaan ja ravitsemukseen sekä elämisen energiaan. Elintarviketurva, johon liittyy nälänhätä ja aliravitsemus, on ratkaisevan tärkeä aihe erityisesti kehitysmaissa, mutta myös Euroopassa on ruokaan liittyvä ongelma: yhä lisääntyvä väestön liikalihavuus ja sairaudet, jotka liittyvät liikasyöntiin ja tietämättömyydestä johtuviin vääränlaisiin ruokailutottumuksiin. (EU komission tiedonanto 2013) Kaikki nämä ovat erittäin tärkeitä ja strategisia teemoja planeettamme tulevaisuuden ja sen väestön turvaamiseksi. Maailmannäyttelyllä on mahdollisuus jättää Milanon kaupungille ns. ”vihreä perintö” ja innovatiivinen uusi infrastruktuuri.



KUVA 10. Havainnekuva Italian paviljongin edustalle suunnitellusta järviolueesta. (Expo 2015: Lake Arena)

Maailmannäyttely on herättänyt hyvin paljon keskustelua eri poliittisten ja kulttuuristen sidosryhmien kesken kestävydestä, esikaupunkialueen maataloustilanteesta ja on aktivoinut eri toimijoita kehittämään uusia toimivampia ratkaisuja.

Maailmannäyttely tuo kaupunkiin paljon uutta osaamista eri aloille, joka voi muun muassa poikia poliittista, sosiaalista ja taloudellista yhteistyötä, koordinoita kulttuurin ja matkailun tarjontaa, tehostaa teknologisia taitoja, maatalouden innovaatioita sekä parantaa maiseman ja ympäristön laatua. Näistä asioista vastaa paikallishallinto, taloudelliset toimijat ja yhteiskunnalliset järjestöt. Erityisen tärkeää olisi, että nämä toimijat yhdessä pysyisivät aktiivisina myös maailmannäyttelyn jälkeen.

Maailmannäyttelyistä on tehty aiemmin tutkimuksia, joissa tutkitaan menneitä tapahtumia ja sitä, mikä niissä on mennyt oikein ja mikä väärin, jotta oppeja voitaisiin hyödyntää tulevaisuudessa. Useat tutkimukset osoittavat, että suurtapahtumien kustannukset ja kysyntä arvioidaan hyvin optimistisesti. Tämä johtuu yleensä vallitsevasta opportunistista, jota tavoitellaan niin henkilökohtaisista syistä ja yleisen edun kannalta, koska ennen tapahtuman toteutumista on houkuteltava projektiin esimerkiksi insinöörejä ja rakennusalan yrityksiä. (Locatelli, G., Mancini, M. 2010, 236–253)

Usein järjestäjät aliarvioivat tapahtuman kustannuksia ja yliarvioivat tapahtuman kysyntää, jotta hanke vaikuttaisi houkuttevalta yksityisille sijoittajille ja hyväksyttävältä yhteiskunnalle. Yksi Milanon maailmannäyttelyn heikkouksista on sen rahoitussuunnitelma. Tutkimuksesta selviää, että 60 % tuotoista odotetaan tulevan lipunmyynnistä. Koska lipunmyynti riippuu kävijämäärästä, sitä voidaan pitää maailmannäyttelyn onnistumisen kannalta kaikista merkittävimpänä tekijänä. Jos lipunmyynti ei kuitenkaan yllä odotettuihin tuloksiin, tuloksena on kaupungin velkaantuminen.



KUVA 11. Tree of Life, Italian paviljongin edessä oleva monumentti. (Expo 2015: Tree of Life)

En päässyt tutkimuksessani niin tarkkoihin tuloksiin, kuin alun perin oli tarkoitus, koska en pystynyt tekemään osaa haastatteluista tai osa haastatteluista jäi vajaaksi kielimuurin sekä ajanpuutteen vuoksi. Tulosten luotettavuutta heikensi myös se, että haastateltavien tietojen taso saattoi vaihdella huomattavasti, riippuen siitä, mikä oli heidän asemansa organisaatiossa.

Kulttuurierona huomasin haastatteluja tehdessä italialaisten tavan liioitella, suurennella sekä parannella asioiden todellista laitaa. Opin tutkimusta tehdessäni punnitsemaan lähteeni moneen kertaan ja etsimään tuloksia mahdollisemman monesta paikasta ja huomioimaan haastateltavien omien mielipiteiden vaikutuksen heidän vastauksiinsa. Alun perin haastatteluilla piti olla suurin painopiste tutkimusta tehdessä, mutta niiden laadun kyseenalaisuudesta johtuen en halunnut antaa niille liikaa painoarvoa, jotta tutkimustulokset pysyisivät realistisina.

Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa tietenkin myös sen konkreettisuus tai sen puute. Koska tutkimuksessa käsitellään vielä järjestelyvaiheessa olevaa tapahtumaa, kenelläkään ei ole sataprosenttisesti luotettavaa tietoa.

Minun olisi kannattanut selvittää etukäteen paremmin, ketkä olisivat osanneet kertoa parhaiten maailmannäyttelyn tilanteesta ja ennako-odotuksista.

## LÄHTEET

Ala-Rantala, Sofia 2015. Messuilla on tunnelmaa. Kävijähallinta-analyysi Suomen Kädentaidot 2014 – messuista. Opinnäytetyö. Matkailun koulutusohjelma. Tampereen ammattikorkeakoulu, Tampere.

Barigazzi, Jacopo 2015. Keeping visitors safe adds to the cost of Milan Expo. Verkkodokumentti. Luettu 7.2.2015

<http://www.thenational.ae/business/economy/keeping-visitors-safe-adds-to-the-cost-of-milan-expo>

Beioley 2002. Metroland – The Urban Tourism Market. Insights, B1-B18.

Bureau International des Expositions (BIE) 2015a Past Expos-A Short History of Expos. Verkkodokumentti. Luettu 22.10.2014

<http://www.bie-paris.org/site/en/expos/past-expos/past-expos-a-short-history-of-expos>

Bureau International des Expositions (BIE) 2015b Who are we? Verkkodokumentti. Luettu 11.10.2014.

<http://www.bie-paris.org/site/en/bie/who-we-are>

Bureau International des Expositions (BIE) 2015c What is an EXPO? Verkkodokumentti. Luettu 11.10.2014

<http://www.bie-paris.org/site/en/expos/about-expos/what-is-an-expo>

Bureau International des Expositions (BIE) 2015d International Specialized Expos. Verkkodokumentti. Luettu 23.10.2014

<http://www.bie-paris.org/site/en/expos/about-expos/expo-categories/international-specialized-expos>

Chappell, U. 2010. Expomuseum. Verkkodokumentti. Luettu 11.9.2014.  
<http://www.expomuseum.com>

Costa, Giuliana 2014. Expo 2015 – governance, projects and potential legacies for the Milan Metropolitan Region. Politecnico di Milano, Dipartimento di Architettura e Studi Urbani Verkkodokumentti. Luettu 20.2.2015

[http://www.academia.edu/8109399/Expo\\_2015\\_governance\\_projects\\_and\\_potential\\_legacies\\_for\\_the\\_Milan\\_Metropolitan\\_Region](http://www.academia.edu/8109399/Expo_2015_governance_projects_and_potential_legacies_for_the_Milan_Metropolitan_Region)

David Lorant 2009. Events and Tourism: An Environmental Approach and Impact Assessment, Journal of Tourism Challenges and Trends , Vol. 2, No. 2

Enkelberg, Ilkka 2012. Suomi Pariisiin maailmannäyttelyssä. Verkkodokumentti. Luettu 13.9.2014

<http://maailmanhistoria.net/artikkelit/suomi-pariisin-maailmannayttelyssa-1900/>

Eskola, Jari & Juha Suoranta 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino, Tampere

EU-komission tiedonanto Euroopan parlamentille, neuvostolle, Euroopan talous ja sosiaalilautakunnalle ja alueiden komitealle, 2003. EU osallistuminen Milanossa vuonna 2015 järjestettävään maailmannäyttelyyn ”Maapallon ruokkiminen – Energiaa elämää varten” Bryssel 3.5.2013. Verkkodokumentti. Luettu 24.11.2014

[www.ipex.eu/IPEXL-WEB/.../082dbcc53dbcb74e013e69aaaafa278f.doc](http://www.ipex.eu/IPEXL-WEB/.../082dbcc53dbcb74e013e69aaaafa278f.doc)

Expo 2015a Feeding the Planet –Energy for Life. Verkkodokumentti. Luettu 2.9.2014

<http://www.expo2015.org/en/learn-more/the-theme>

Expo 2015b Thematic Routes. Verkkodokumentti. Luettu 2.9.2014

<http://www.expo2015.org/en/learn-more/the-theme/thematic-routes>

Expo 2015c Exhibition Site. Verkkodokumentti. Luettu 3.9.2014

<http://www.expo2015.org/en/explore/exhibition-site>

Expo 2015d Participants. Verkkodokumentti. Luettu 20.10.2014

<http://www.expo2015.org/en/participants>

Expo Milano 2015e Sustainability Report, 2013. Verkkodokumentti. Luettu 23.1.2015.

<http://www.expo2015.org/en/learn-more/sustainability>

Forsberg, Peter 2011. Milano Pieni matkaopas. Verkkodokumentti. Luettu 17.9.2014

<http://www.pienimatkaopas.com/milano/>

Foot, John 2015. Milan Italy. Encyclopedia Britannica. Verkkodokumentti. Luettu 3.1.2015

<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/382069/Milan>

Gabriel Silvestre 2009. The Social Impacts of Mega-Events: Towards a Framework, University of Westminster. Verkkodokumentti. Luettu 23.10.2014

<http://www.uff.br/esportesociedade/pdf/es1010.pdf>

Haasio, Ari 2007, Internetin ei-käytön määritelmät ja käyttämättömyyden syyt, Haaga-Helia University of Applied Sciences

Hall, Michael C., 1992 Hallmark Tourist Events: Impacts, Management, and Planning, Belhaven Press. Lontoo.

Hall, Michael C. & Stephen J. Page 2002. The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space. 2. painos. Routledge, Glasgow.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Tammi. Hämeenlinna

Inskeep, Edward 1994. National and Regional Tourism Planning. World Tourism Organization. Routledge, Chatham

Janezko Ben, Mules Trevor ja Ritchie Brent 2002. Estimating the economic impacts of festivals and events: a research guide. National Library of Australia Cataloguing in Publication Data. Luettu 2.12.2014

[http://www.crctourism.com.au/wms/upload/resources/bookshop/Mules\\_EcoImpactsFestivals\\_v6.pdf](http://www.crctourism.com.au/wms/upload/resources/bookshop/Mules_EcoImpactsFestivals_v6.pdf)

Joensuu, Jarno 2009. Tapahtuman järjestäminen: Case Challenge Tour. Opinnäytetyö. Liiketalouden koulutusohjelma. Laure-ammattikorkrakoulu, Laurea-Lohja

Judd, D. & Fainstein 1999. The Tourist City. Yale University Press. New Haven

Järviluoma Jari 1993. Paikallisväestön asennoituminen matkailuun ja sen seurausvaikutuksiin – esimerkkinä Kolarin kunta. Research Institute of Northern Finland, Research Reports 110, Oulu.

Korhonen, Tiina 2010. Pohjoismaiden matkailumarkkinointi Shanghai EXPO 2010 – maailmannäyttelyssä. Opinnäytetyö. Matkailu- ja vapaa-ajan palvelujen liikkeenjohto ja yrittäjäys. Savonia-ammattikorkeakoulu, Kuopio

Locatelli, G., Mancini, M. 2010. “Risk management in a mega-project: the Universal EXPO 2015 Case” International Journal of Project Organisation and Management. 2010, Vol. 2, No.3, 236-253

Mathieson, Alister & Geoffrey Wall 1982. Tourism: economic, physical and social impacts. Longman, Singapore.

Milano Metropolitana EXPO 2015. Verkkodokumentti. Luettu 13.12.2014

<http://www.metropolitana-milano.it/expo-2015.htm>

Murphy Peter 1985. Tourism, a Community Approach. University press, Cambridge.

Niemi, P. 2010. Maailmannäyttelyiden pitkä matka Lontoosta Shanghaihin. Verkkodokumentti. Luettu 11.9.2014.

<http://www.radio86.fi/shanghai-expo-2010/16259/maailmannayttelyiden-pitka-matka-lontoosta-shanghaihin>

Provincia di Milano. Verkkodokumentti. Luettu 3.9.2014

<http://www.cittametropolitana.mi.it/international/en/index.html>

Roche M. 2000. Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture, Routledge, Lontoo

Shanghai Manual – A Guide for Sustainable Urban Development in the 21st Century. Verkkodokumentti. Luettu 23.11.2014.

[http://www.un.org/esa/dsd/susdevtopics/sdt\\_pdfs/shanghaimanual/Chapter%2010%20-%20Mega%20events.pdf](http://www.un.org/esa/dsd/susdevtopics/sdt_pdfs/shanghaimanual/Chapter%2010%20-%20Mega%20events.pdf)

Silvestre, G. 2009. The Social Impacts of Mega-Events: Towards a Framework. University of Westminster, Lontoo

Sirén, Vesa 2014. Tuhoaako mafia Milanon maailmannäyttelyn? Helsingin Sanomat. Verkkodokumentti. Luettu 21.9.2014

<http://www.hs.fi/kulttuuri/a1402194910634>

Smith, M. 2003. Issues in Cultural Tourism. Routledge. Lontoo

Swarbrooke, J. 2002. The Development and Management of Visitor Attractions. Oxford: Butterworth-Heinemann

Tourist Characteristics and the Perceived Image of Milan, 2009. Master in Tourism Management, vol. 4, Universita IULM, Milano

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Jyväskylä.

United Nations Environment Programme, Negative Economic Impacts of Tourism. Verkkodokumentti. Luettu 24.1.2015.

<http://www.unep.org/resourceefficiency/Business/SectoralActivities/Tourism/FactsandFiguresaboutTourism/ImpactsofTourism/EconomicImpactsofTourism/NegativeEconomicImpactsofTourism/tabid/78784/Default.aspx>

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus. 2. painos. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Vanhamäki, Susanna 2003. Voiko matkailu olla sosiaalisesti kestävä? Pro gradu-tutkielma. Maantieteellinen laitos. Joensuun yliopisto, Joensuu

Virtanen, Sofia 2013. Säästölinjalla: Suomi ei aio osallistua Milanon maailmannäyttelyyn 2015. Tekniikka & Talous. Verkkodokumentti. Luettu 21.9.2014

<http://www.tekniikkatalous.fi/innovaatiot/saastolinjalla+suomi+ei+aio+osallistua+milanon+maailmannayttelyyn+2015/a899294>



## KUVIEN LÄHTEET

KUVA 1. Decumano-pääkatu <http://www.expo2015.org/en/cardo-e-decumano>

KUVA 2. Italian paviljonki <http://www.expo2015.org/en/explore/exhibition-site/italian-pavilion>

KUVA 3. Expo Masterplan 2013 <http://www.expo2015.org/it/esplora/sito-espositivo>

KUVA 4. Cascina Triulza-maatila <http://www.expo2015.org/en/the-triulza-farmhouse>

KUVA 5. Expo Clusters-kartta <http://www.expo2015.org/en/explore/clusters>

KUVA 6. Darsena-laiturialue <http://www.expo2015.org/en/milan-s-darsena>

KUVA 7. Expo Gate <http://www.expo2015.org/en/learn-more/expo-gate>

KUVA 8. Paviljonkialue <http://www.expo2015.org/en/self-build-pavilions>

KUVA 9. Navigli-kanava <http://www.expo2015.org/en/news/all-news/the-tree-of-life-has-been-raised--a-contemporary-work-that-has-its-roots-in-the-renaissance>

KUVA 10. Järivialue <http://www.expo2015.org/en/explore/exhibition-site/lake-arena>

KUVA 11. Tree of Life <http://www.expo2015.org/en/news/all-news/the-tree-of-life-has-been-raised--a-contemporary-work-that-has-its-roots-in-the-renaissance>

## JULKAISEMATTOMAT LÄHTEET

Haastateltava 1. Galli, P. 2014. Näyttelyn järjestäjä. Puhelinhaastattelu 30.10.2014. Oksala. Milano

Haastateltava 2. Projektipäällikkö. 2014. Haastattelu 4.11.2014. Oksala. Milano

Haastateltava 3. Perini, M. Fieran talousalueen presidentti. 2014. Puhelinhaastattelu 17.11.2014. Oksala. Milano

Haastateltava 4. Tou, P. Näyttelykoordinoija. 2014. Haastattelu 1.12.2014. Oksala. Milano

Haastateltava 5. Tapahtumavastaava. 2014. Haastattelu 16.12.2014. Oksala. Milano.



## **LIITTEET**

### Liite 1. Haastattelukysymykset

1. How many tourists are you expecting Expo to bring to Milan?
2. How has the city prepared for the growing tourist masses and what aspects have been notified, i.e. public transportation, hotel capacities?
3. What are the tourism goals of the Expo?
4. How does the Milano Expo 2015 stand out from the previous world fairs?
5. Have you come up with any possible problems that can come up with the growing tourist masses and the expo?

Liite 2. Sähköpostiviesti järjestäjille

Dear...

My name is Senja Oksala, and I am studying Tourism in Tampere University of applied sciences, but currently living in Milano. In Milan I'm doing research for my thesis, which topic is "Upcoming Milan Expo 2015 and its effects on the local tourism". I want to find out how city of Milan and the people organizing the expo are estimating the effects on tourism and what kind of preparations must be done before the beginning of the expo.

I have done research of Milan as a touristic destination, its numbers and figures, and also about the expo itself, but I would like to ask you, if it's possible to arrange a short interview about the expectations about the expo in touristic point of view.

Best regards,

Senja Oksala