

بخشی از داده‌های نقشه جهانی مراکز نمایشگاهی در سال ۲۰۲۵ میلادی – UFI

گزیده مقالات برون مرزی پیرامون تأثیر جنگ تحمیلی آمریکایی – صهیونیستی علیه ج.ا.ایران بر

صنعت نمایشگاهی منطقه و جهان

از هوش مصنوعی تا ارزش آفرینی در صنعت نمایشگاهی

گزیده خبرهای

اکسیپو ۲۰۲۷ میلادی بلگراد – صربستان

اکسیپو ۲۰۳۰ ریاض – عربستان

اکسیپو باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما – ژاپن

دفتر بین‌المللی نمایشگاه‌ها BIE

با استفاده از خبرنامه‌های شماره ۳ و ۷ و ۱۵ می سال ۲۰۲۶ میلادی BIE، وبسایت UFI و مقالات و گزارش‌های منتشره

برون مرزی – بین‌المللی

خبرنامه شماره ۳

۲۹ اردیبهشت ماه – سال ۱۴۰۵



انتخاب مطلب و ترجمه:

مریم محمدی سرشت ، کارشناس مسئول بازاریابی و پژوهش های نمایشگاهی

بخشی از داده‌های نقشه جهانی مراکز نمایشگاهی – UFI

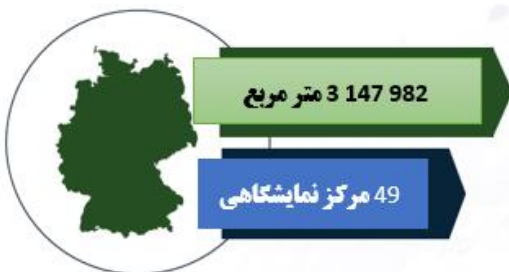
پروفایل نمایشگاهی کشور آلمان

نقشه جهانی مراکز نمایشگاهی
پروفایل کشور آلمان



UFI | jwc

TOTAL VENUE SPACE AVAILABLE



TOP 10 VENUES

10 مرکز نمایشگاهی برتر آلمان

		Indoor exhibition space (sqm)
1	Hanover	Messe Hannover (Deutsche Messe) 392,453
2	Frankfurt/Main	Messe Frankfurt 372,073
3	Cologne	Koelnmesse 285,000
4	Duesseldorf	Messe Duesseldorf 262,727
5	Munich	Messe Muenchen 200,000
6	Berlin	Messe Berlin 190,000
7	Nuremberg	Nuernberg Messe 180,000
8	Stuttgart	Messe Stuttgart 119,800
9	Leipzig	Leipziger Messe 111,300
10	Essen	Messe Essen 110,000

درصد سهم فضای مراکز نمایشگاهی آلمان



VENUE MARKET SEGMENTATION



UFI/jwc World Map of Exhibition Venues 2025 - Gross indoor exhibition space, venues over 5,000 sqm, data as of 31/12/2024.

This document and the information it contains may not be copied, reproduced or redistributed in full or in part by any organisation without the express written permission of UFI/jwc.

October 2025

26

بخشی از داده‌های نقشه جهانی مراکز نمایشگاهی – UFI

۱۰ مرکز نمایشگاهی برتر آلمان

۱۰ مرکز نمایشگاهی بزرگ آلمان

رتبه	شهر	نام مرکز نمایشگاهی	مساحت فضای نمایشگاهی (سرپوشیده) (متر مربع)
1	هانوفر	مِسه هانوفر (دویچه مِسه)	۳۹۲،۴۵۳
2	فرانکفورت/ما ین	مِسه فرانکفورت	۳۷۲،۰۷۳
3	کلن	کَلن مِسه	۲۸۵،۰۰۰
4	دوسلدورف	مِسه دوسلدورف	۲۶۲،۷۲۷
5	مونخ	مِسه مونخ	۲۰۰،۰۰۰
6	برلین	مِسه برلین	۱۹۰،۰۰۰
7	نورنبرگ	نورنبرگ مِسه	۱۸۰،۰۰۰
8	اشتوتگارت	مِسه اشتوتگارت	۱۱۹،۸۰۰
9	لاپزیگ	لاپزیگر مِسه	۱۱۱،۳۰۰
10	اسن	مِسه اسن	۱۱۰،۰۰۰

OP 10 VENUES

			Indoor exhibit space (sq)
1	Hanover	Messe Hannover (Deutsche Messe)	392,453
2	Frankfurt/Main	Messe Frankfurt	372,073
3	Cologne	Koelnmesse	285,000
4	Duesseldorf	Messe Duesseldorf	262,727
5	Munich	Messe Muenchen	200,000
6	Berlin	Messe Berlin	190,000
7	Nuremberg	Nuernberg Messe	180,000
8	Stuttgart	Messe Stuttgart	119,800
9	Leipzig	Leipziger Messe	111,300
10	Essen	Messe Essen	110,000

**خلاصه نکات مهم‌ترین مقالات و گزارش‌های
بین‌المللی سال ۲۰۲۶ میلادی**

پیرامون

آثار جنگ تحمیلی - صهیونیستی بر صنعت

نمایشگاهی منطقه و جهان

خلاصه نکات مهم‌ترین مقالات و گزارش‌های بین‌المللی سال ۲۰۲۶ میلادی پیرامون آثار جنگ تحمیلی - صهیونیستی بر صنعت نمایشگاهی منطقه و جهان

▶ گزارش رویترز درباره اختلال در تجارت و رویدادهای جهانی



▶ مقاله:

«How US-Israeli war on Iran is upending global business»

منتشر شده در مارس ۲۰۲۶ میلادی

▶ نکات کلیدی:

- تعطیلی بخش بزرگی از حریم هوایی خاورمیانه سبب لغو ده‌ها هزار پرواز شد .
- فرودگاه‌های دبی و دوحه که هاب اصلی نمایشگاه‌ها و کنگره‌های بین‌المللی هستند، با اختلال جدی مواجه شدند .
- هزینه‌های حمل‌ونقل کالاهای نمایشگاهی، تجهیزات غرفه‌سازی و لجستیک رویدادها افزایش یافتند و با تأخیر مواجه شد .
- شرکت‌های بین‌المللی، مشارکت در نمایشگاه‌های منطقه را کاهش دادند .

خلاصه نکات مهم‌ترین مقالات و گزارش‌های بین‌المللی سال ۲۰۲۶ میلادی پیرامون

آثار جنگ تحمیلی - صهیونیستی بر صنعت نمایشگاهی منطقه و جهان

تحلیل انجمن جهانی صنعت نمایشگاهی UFI ▶

«Five Key Trends Shaping the Exhibitions Industry in 2026»

مهم‌ترین یافته‌ها: ▶

- نااطمینانی ژئوپلیتیکی مهم‌ترین عامل تغییر مدل‌های کسب‌وکار نمایشگاهی معرفی شده است .
- برگزارکنندگان نمایشگاه‌ها به سمت «مدیریت ریسک منطقه‌ای» و «تنوع‌بخشی جغرافیایی» حرکت کرده‌اند .
- سرمایه‌گذاری در رویدادهای خاورمیانه به دلیل نگرانی‌های امنیتی کند شده است .
- افزایش هزینه بیمه رویدادها و حمل تجهیزات نمایشگاهی، ثبت شده است .



خلاصه نکات مهم‌ترین مقالات و گزارش‌های بین‌المللی سال ۲۰۲۶ میلادی پیرامون
آثار جنگ تحمیلی - صهیونیستی بر صنعت نمایشگاهی منطقه و جهان

گزارش South China Morning Post درباره نمایشگاه جواهرات هنگ کنگ ▶

Hong Kong Trade Development Council ▶

گزارش ▶

«10 exhibitors and Iranian buying mission miss Hong Kong jewellery fair amid war»

مهم‌ترین یافته‌ها: ▶

- هیئت‌های تجاری ایران و چندین غرفه‌گذار خاورمیانه‌ای به دلیل اختلال پروازی نتوانستند شرکت کنند .
- برگزارکنندگان مجبور به اجرای برنامه‌های اضطراری لجستیکی شدند .
- فروش شرکت‌های منطقه‌ای تا ۲۵٪ کاهش یافت .



خلاصه نکات مهم‌ترین مقالات و گزارش‌های بین‌المللی سال ۲۰۲۶ میلادی پیرامون آثار جنگ تحمیلی - صهیونیستی بر صنعت نمایشگاهی منطقه و جهان

گزارش Euro news درباره بحران گردشگری و رویدادها

World Travel & Tourism Council ▶

گزارش: ▶

«Iran conflict costs Middle East travel and tourism industry €515 million a day»

نتایج: ▶

- **صنعت گردشگری و نمایشگاهی خاورمیانه روزانه صدها میلیون یورو زیان متحمل شده است .**
- کاهش سفرهای تجاری مستقیماً بر نمایشگاه‌ها و کنفرانس‌های بین‌المللی اثر گذاشته است .
- بسیاری از شرکت‌ها سفرهای کاری به منطقه را تعلیق کرده‌اند .



خلاصه نکات مهم‌ترین مقالات و گزارش‌های بین‌المللی سال ۲۰۲۶ میلادی پیرامون
آثار جنگ تحمیلی - صهیونیستی بر صنعت نمایشگاهی منطقه و جهان

تحلیل Financial Times درباره اقتصاد جنگ و نمایشگاه‌ها ▶



گزارش: ▶

«Fuel, munitions and food: Trump's Iran war rips across US economy» ▶

نکات مهم: ▶

- افزایش شدید قیمت سوخت هوایی و حمل‌ونقل موجب افزایش هزینه برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی شده است .
- شرکت‌های برگزارکننده رویدادها با کاهش رزروهای بین‌المللی مواجه شدند .
- هزینه لجستیک نمایشگاهی و حمل‌ونقل‌ها رشد چشمگیری داشته است.

خلاصه نکات مهم‌ترین مقالات و گزارش‌های بین‌المللی سال ۲۰۲۶ میلادی پیرامون آثار جنگ تحمیلی - صهیونیستی بر صنعت نمایشگاهی منطقه و جهان

گزارش Heathrow درباره افت سفرهای بین‌المللی ▶

London Heathrow Airport ▶

گزارش: ▶

«Heathrow passenger numbers dip as demand for international travel ebbs amid Iran war fallout»

یافته‌ها: ▶

- افت محسوس سفرهای تجاری بین اروپا و خاورمیانه ثبت شد .
- نمایشگاه‌ها و کنگره‌های بین‌المللی وابسته به پروازهای ترانزیتی دچار کاهش بازدیدکننده شدند .



خلاصه نکات مهم‌ترین مقالات و گزارش‌های بین‌المللی سال ۲۰۲۶ میلادی پیرامون آثار جنگ تحمیلی - صهیونیستی بر صنعت نمایشگاهی منطقه و جهان

جمع‌بندی آثار مستقیم بر صنعت نمایشگاهی ▶

۱- کاهش مشارکت بین‌المللی ▶

- کاهش حضور غرفه‌گذاران اروپایی و آسیایی در نمایشگاه‌های خاورمیانه
- لغو هیئت‌های تجاری و مأموریت‌های خرید

۲- افزایش هزینه‌های برگزاری نمایشگاه‌ها ▶

- رشد هزینه بیمه
- افزایش قیمت حمل‌ونقل هوایی و دریایی
- افزایش هزینه امنیت رویدادها

۳- تغییر جغرافیای صنعت نمایشگاهی ▶

- انتقال بخشی از رویدادها از خاورمیانه به: سنگاپور، استانبول، وین و بارسلون

۴- رشد نمایشگاه‌های مجازی و نمایشگاه‌های ترکیبی مجازی - حضوری "Hybrid" ▶

- افزایش استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال
- رشد مدل‌های B2B آنلاین برای کاهش ریسک سفر

۵- اختلال در زنجیره تأمین نمایشگاهی ▶

- تأخیر در ارسال تجهیزات غرفه‌سازی
- کمبود برخی مواد اولیه و تجهیزات فنی ▶

مقاله:

از هیاهوی هوش مصنوعی تا ارزش آفرینی نمایشگاهی

خودکارسازی، توانمندسازی و بازیگر بندی

(منبع: وب سایت انجمن جهانی صنعت نمایشگاهی)

از هیاهوی هوش مصنوعی تا ارزش آفرینی نمایشگاهی

نویسنده: Enrico Gallorini، شریک بنیان‌گذار و مدیرعامل GRS Research & Strategy و نایب‌رئیس گروه کاری نوآوری دیجیتال UFI Digital

Innovation Working Group



۶ می ۲۰۲۶ | نوآوری دیجیتال
منبع: سایت UFI

هوش مصنوعی قرار نیست تجربه‌های زنده و حضوری را از میان ببرد؛ اما بهره‌گیری نادرست از آن می‌تواند به این تجربه‌ها آسیب جدی وارد کند. در صنعت نمایشگاه‌ها و رویدادهای تجاری، «هوش مصنوعی» به یکی از پرتکرارترین واژگان در اسناد راهبردی تبدیل شده، اما در عین حال، اجرای مسئولانه و مؤثر آن همچنان یکی از دشوارترین چالش‌ها به شمار می‌رود. پرسشی که امروز — چه به صورت مستقیم و چه به طور ضمنی — بارها مطرح می‌شود این است: **آیا هوش مصنوعی نمایشگاه‌ها را نابود خواهد کرد؟** پاسخ روشن است: **خیر**. برعکس، در جهانی که به طور فزاینده‌ای از صفحه‌نمایش‌ها و محتوای مصنوعی اشباع شده است، نمایشگاه‌ها و رویدادهای حضوری به نوعی «کالای لوکس آینده» تبدیل می‌شوند؛ تجربه‌هایی کمیاب، فراگیر، عاطفی و معنادار که از همین روارزش و جایگاه ممتازتری خواهند یافت. **با این حال، بخش مهم‌ترین بحث از منظر اجرایی آن است که استفاده ناصحیح از هوش مصنوعی می‌تواند به طور مستقیم کیفیت تجربه نمایشگاهی را تضعیف کند؛ نه در سطحی انتزاعی، بلکه در عمل و به صورت ملموس: از طریق افزایش پیچیدگی و اصطکاک، پراکندگی توجه مخاطبان، ایجاد بی‌اعتمادی و سوق دادن صنعت به سمت «نمایش فناوری» به جای خلق ارزش واقعی و قابل سنجش.**

در ادامه، چارچوبی عملی ارائه می‌شود که می‌تواند به حفظ واقع‌گرایی، مقیاس‌پذیری و هم‌سویی ابتکارات هوش مصنوعی با مأموریت اصلی نمایشگاه‌ها کمک کند.

از هیاهوی هوش مصنوعی تا ارزش آفرینی نمایشگاهی

دو مخاطره اصلی: «نمایش زندگی هوش مصنوعی» و «خودکارسازی صوری»

پیش از پرداختن به موضوع پذیرش فناوری، لازم است به دو آسیب رایج در این حوزه اشاره شود.

۱. نمایش زندگی هوش مصنوعی (AI Theatre)

این وضعیت زمانی رخ می‌دهد که هوش مصنوعی به «عنصر نمایشی اصلی» تبدیل شود؛ وضعیتی که در قالب تعداد داشبوردها، اپلیکیشن‌ها، اعلان‌ها، پرامپت‌ها و صفحه‌نمایش‌های مختلف بروز می‌یابد. بازدیدکنندگان و مشارکت‌کنندگان برای تعامل با زیرساخت فناوری به نمایشگاه مراجعه نمی‌کنند؛ آن‌ها به دنبال تجربه‌ای انسانی هستند: ملاقات، کشف، یادگیری و اعتمادسازی.

هرگاه هر تعامل نیازمند واسطه‌ای دیجیتال شود، مخاطب از «حضور واقعی» فاصله می‌گیرد.

۲. خودکارسازی صوری (Faux Automation)

در برخی بازارها، فشار برای «هوشمند» جلوه‌دادن خدمات، به توسعه راهکارهایی منجر می‌شود که ظاهری مبتنی بر هوش مصنوعی دارند، اما در واقع چیزی فراتر از پردازش‌های ساده اکسل، مدیریت ابتدایی پایگاه‌های داده، یا حتی فرایندهای کاملاً دستی در پشت صحنه نیستند.

این مسئله نه تنها از منظر اخلاق حرفه‌ای و اعتبار سازمانی چالش برانگیز است، بلکه از نظر مقیاس‌پذیری نیز ناپایدار خواهد بود؛ زیرا چنین مدل‌هایی معمولاً در برابر رشد دوام نمی‌آورند و در بلندمدت به افت کیفیت خدمات منجر می‌شوند.

اگر سازمانی واقعاً در مسیر بلوغ هوش مصنوعی حرکت می‌کند، شاید نخستین گام نوآورانه آن این باشد که به جای طراحی برای «دیده‌شدن هوش مصنوعی»، بر طراحی برای «دستاوردهای واقعی نمایشگاهی» تمرکز کند.

از هیاهوی هوش مصنوعی تا ارزش آفرینی نمایشگاهی

چارچوبی برای ارزیابی

خودکارسازی، توانمندسازی و بازیگر بندی

بسیاری از سازمان‌ها به صورت پیش فرض این پرسش را مطرح می‌کنند:

کدام فعالیت را می‌توان جایگزین کرد؟ اما در صنعت نمایشگاهی، این نگاه به تنهایی کافی نیست. مدل مؤثرتر آن است که فرصت‌های هوش مصنوعی از سه

منظر مورد ارزیابی قرار گیرند:

۱. خودکارسازی (Automation)

تعریف: جایگزینی یک وظیفه انسانی با هوش مصنوعی.

خودکارسازی زمانی ارزشمند است که بتواند بدون آسیب زدن به تجربه بازدیدکننده، مشارکت‌کننده یا برگزارکننده، هزینه‌ها و اصطکاک‌های اجرایی را کاهش دهد.

با این حال، اگر فرایندی ناکارآمد به درستی بازطراحی نشده باشد، خودکارسازی صرفاً به تسریع همان ناکارآمدی خواهد انجامید.

در محیط‌های زنده نمایشگاهی نیز خودکارسازی بیش از حد می‌تواند تجربه‌ای سرد و غیرانسانی ایجاد کند.

۲. توانمندسازی یا تقویت (Augmentation)

تعریف: همکاری انسان و ماشین، در حالی که کنترل نهایی همچنان در اختیار انسان باقی می‌ماند.

این حوزه غالباً بالاترین بازدهی را برای نمایشگاه‌ها و رویدادهای تجاری به همراه دارد؛ زیرا تیم‌های اجرایی و عملیاتی می‌توانند از سطح بالاتری از آگاهی موقعیتی بهره‌مند شوند، از جمله:

- پشتیبانی تصمیم‌گیری
- شناسایی رخدادهای اختلالات
- پیش‌بینی ازدحام و صف‌ها
- تشخیص ناهنجاری‌ها
- پیشنهاد مسیرها
- پشتیبانی زبانی
- بازیابی و مدیریت دانش

در اینجا، مخاطب لزوماً نیازی به مشاهده مستقیم هوش مصنوعی ندارد تا از مزایای آن بهره‌مند شود.

از هیاهوی هوش مصنوعی تا ارزش آفرینی نمایشگاهی

۳. بازپیکربندی (Reconfiguration)

تعریف: بازطراحی خود تجربه یا خدمت؛ شامل محصولات، جریان‌ها و مدل‌های عملیاتی جدید. در این مرحله، هوش مصنوعی از یک «ویژگی فناورانه» به یک «توانمندی راهبردی» تبدیل می‌شود. بازپیکربندی می‌تواند شامل بازاندیشی در طراحی مسیر بازدیدکننده، مدیریت جریان نمایشگاه، تولید و ارائه محتوای برنامه‌ها، شیوه‌های شبکه‌سازی و تطبیق مخاطبان بدون وابستگی افراطی به نمایشگرها، و همچنین بازتعریف شیوه خلق ارزش در مراحل پیش از برگزاری، حین برگزاری و پس از نمایشگاه باشد.

اصل پسا دیجیتال

جایگاه هوش مصنوعی در پشت صحنه است، نه روی صحنه **یکی از مفاهیم کلیدی در آینده نمایشگاه‌ها، مفهوم «پسادیتال» است؛ یعنی استفاده از فناوری‌های پیشرفته به گونه‌ای روان، ظریف و تا حد امکان نامرئی.** در این نگاه، فناوری هدف نیست؛ بلکه زیرساختی برای خلق تجربه‌ای انسانی‌تر است. بر این اساس، می‌توان هر ابتکار مبتنی بر هوش مصنوعی را با دو پرسش ساده ارزیابی کرد:

- ▶ اگر هوش مصنوعی به تعمیق حضور و معنا کمک کند، احتمالاً در مسیر صحیح قرار دارد.
- ▶ اگر موجب افزایش حواس پرتی و بار ذهنی شود، احتمالاً از مسیر اصلی فاصله گرفته است.

پنج اصل کاربردی برای به‌کارگیری هوش مصنوعی در نمایشگاه‌ها

۱. حذف اصطکاک، نه حذف حضور انسانی

هوش مصنوعی باید مسیر را تسهیل کند، نه آنکه جایگزین تعامل انسانی شود.

۲. نامرئی نگاه داشتن فناوری تا حد امکان

داشبوردها و سامانه‌های تحلیلی باید در پشت صحنه عمل کنند؛ تجربه مخاطب باید روان و طبیعی باقی بماند.

از هیاهوی هوش مصنوعی تا ارزش آفرینی نمایشگاهی

۳. تقویت قضاوت انسانی همراه با حفظ کنترل انسانی

هوش مصنوعی می تواند پیشنهاد ارائه دهد، اما تصمیم نهایی، به ویژه در موقعیت های وابسته به احساس، زمینه و اعتماد، باید در اختیار انسان باقی بماند.

۴. اولویت معنا بر کارایی

نمایشگاه ها کارخانه نیستند؛ آن ها بستر تولید معنا، ارتباط و اعتماد هستند. کارایی اهمیت دارد، اما هدف نهایی نیست.

۵. حفاظت از توجه به عنوان یک دارایی ارزشمند

از هوش مصنوعی نباید برای انبوه سازی پیام ها و افزایش مزاحمت های ارتباطی استفاده شود؛ بلکه باید از آن برای کاهش نویز، وقفه و پیام های نامرتب بهره گرفت.

از هیاهوی هوش مصنوعی تا ارزش آفرینی نمایشگاهی

نتیجه، هوش مصنوعی نمایشگاه‌ها را نابود نخواهد کرد؛ بلکه احتمالاً ارزش آن‌ها را افزایش خواهد داد، زیرا «حضور واقعی» در آینده به تجربه‌ای کمیاب‌تر و ارزشمندتر تبدیل می‌شود. با این حال، صنعت نمایشگاهی باید ازدو افراط پرهیز کند:

- ▶ نمایش‌زدگی فناوریانه
- ▶ و نگاه صرفاً مبتنی بر خودکارسازی

برندگان واقعی آینده، سازمان‌ها و برگزارکنندگانی خواهند بود که هوش مصنوعی را نه به‌عنوان ابزاری نمایشی، بلکه به‌عنوان قابلیت نامرئی برای حفاظت از توجه انسان و تعمیق معنا به کار گیرند.

▶ **منبع:**

- ▶ Ref: <https://www.ufi.org/from-ai-hype-to-exhibition-value-automation-augmentation-reconfiguration>

اخبار اکسپو ۲۰۲۷ میلادی بلگراد - صربستان



اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد



۱۵ می ۲۰۲۶ میلادی

انتشار خبر انتخاب بهترین طرح‌های مفهومی پايون ج.ا.ایران در اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد در وبسایت رسمی اکسپو بلگراد

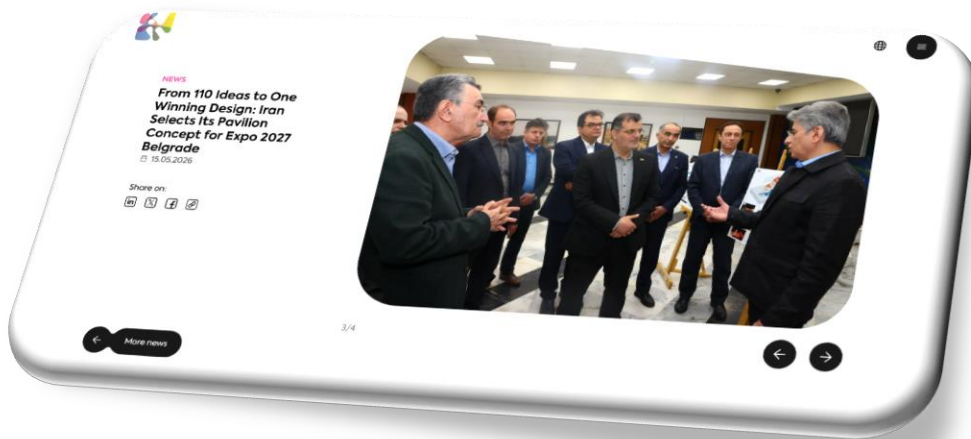
۱۵ می ۲۰۲۶ وبسایت رسمی اکسپو بلگراد خبر انتخاب برترین طرح‌های مفهومی پايون ج.ا.ایران در اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد را منتشر کرد. ترجمه این خبر به شرح زیر است:

از ۱۱۰ ایده تا یک طرح برنده: ایران مفهوم پايون خود را برای اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد انتخاب می‌کند

جمهوری اسلامی ایران گامی مهم برای حضور در نمایشگاه اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد برداشته است. موضوع این دوره از اکسپو «بازی برای بشریت: ورزش و موسیقی برای همه» نام دارد. ایران به عنوان بخشی از تلاش‌های خود برای ایجاد حضوری متمایز و مؤثر در این رویداد جهانی، یک مسابقه ملی طراحی معماری برای انتخاب ایده و طرح پايون ملی خود سازماندهی کرده است.

این مسابقه با استقبال گسترده معماران و طراحان ایرانی روبرو شد و طرح‌هایی که ارسال گردیدند، تلاش داشتند تا هم میراث فرهنگی غنی ایران و هم چشم‌انداز رو به آینده کشور را منعکس کنند. از میان ۱۱۰ طرح ارسالی، ۵۸ طرح به مرحله ارزیابی راه یافتند. پس از یک فرآیند بررسی جامع، ۱۰ طرح برجسته به جمع طرح‌های نهایی راه یافتند و در نهایت ۵ پروژه به عنوان برترین‌های نهایی شناخته شدند. در این میان، «استودیو معماری چامه» به دلیل ایده طراحی نوآورانه و آینده‌نگر خود، مقام اول را کسب کرد.

اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد



▶ (ادامه صفحه قبلی)

- ▶ مراسم اهدای جوایز در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد و مقامات ارشد مرتبط با حضور ایران در اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد در آن حضور داشتند. از جمله شرکت‌کنندگان در این مراسم می‌توان به دکتر صدیف بیک‌زاده، کمیسرکل ایران، و محمدمهدی تندگویان، معاون کمیسرکل، همچنین شخصیت‌های برجسته‌ای از حوزه معماری و طراحی اشاره کرد.
- ▶ سخنرانان این رویداد بر اهمیت حضور پرمعنای ایران در اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد تأکید کردند و نقش این نمایشگاه را در تقویت دیپلماسی فرهنگی و اقتصادی و هم‌زمان پرورش خلاقیت و نوآوری معماری برجسته ساختند. این مسابقه ملی، نقطه عطف مهمی در آمادگی ایران برای این نمایشگاه جهانی به شمار می‌رود. ایران با انتخاب طرح پاییونی که با موضوع «بازی برای بشریت: ورزش و موسیقی برای همه» هماهنگ است، تعهد خود را برای ارائه پاییونی پویا، جذاب و از نظر فرهنگی هماهنگ، که قادر به برقراری ارتباط با بازدیدکنندگان از سراسر جهان در اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد باشد، بار دیگر تأیید کرد.

اکسیو ۲۰۲۷ بلگراد



۷ می ۲۰۲۶

حضور «موزه جهانی اکسیو» در اکسیو ۲۰۲۷ بلگراد، صربستان

- ▶ موزه جهانی اکسیو (WEM) در مراسمی در شانگهای، تفاهم‌نامه‌ای برای مشارکت در اکسیو تخصصی ۲۰۲۷ بلگراد امضا کرد. هدف این مشارکت، «حفظ میراث» این رویداد و «مستندسازی» دستاوردهای آن برای نسل‌های آینده است.
- ▶ اهداف: این تفاهم‌نامه زمینه‌ساز ایجاد پايون اختصاصی موزه در اکسیو بلگراد و جمع‌آوری نمایشگاه‌ها و یادگاری‌های ارزشمند از این رویداد خواهد شد.
- ▶ موقعیت و اعتبار موزه: موزه جهانی اکسیو که در محل سابق اکسیو ۲۰۱۰ شانگهای قرار دارد، تنها موزه و مرکز اسناد رسمی جهان است که به اکسیوها اختصاص داشته و از سوی دفتر بین‌المللی نمایشگاه‌ها (BIE) تأیید شده است.
- ▶ به گفته دبیرکل BIE، آقای دیمیتری کرکنتزس: موزه جهانی اکسیو با الهام از موفقیت خود در اکسیو ۲۰۲۵ اوزاکا، نه تنها داستان‌ها، نوآوری‌ها و تجربیات اکسیو بلگراد را شکل می‌دهد، بلکه آن را ماندگار و قابل مطالعه می‌کند و به اشتراک می‌گذارد. او گفت که این موزه، اکسیوها را به گذشته و آینده پیوند می‌زند.

اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد



▶ ۱۵ می ۲۰۲۶ میلادی

▶ ایالات متّحده آمریکا قرارداد مشارکت خود را امضا کرد.

▶ سارا بی. راجرز، معاون وزیر امور خارجه ایالات متحده در امور دیپلماسی عمومی، برای امضای قرارداد مشارکت این کشور در اکسپوی تخصصی ۲۰۲۷ بلگراد به بلگراد سفر کرد. یاگودا لازارویچ، کمیسر اکسپو، اعلام کرد که ایالات متحده "پایونی بزرگ در مکانی فوق العاده" خواهد داشت.

اکسیو ۲۰۲۷ بلگراد

تصویری از هنر برش کاغذ



۱۵ می ۲۰۲۶ ▶

▶ **رونمایی از لوگوی پویون ژاپن**

▶ لوگوی پویون ژاپن در اکسیوی تخصصی ۲۰۲۷ بلگراد، یک سال پیش از افتتاح این رویداد، رونمایی شد. این لوگو که با الهام از سنت قلمزنی روی کاغذ (برش کاغذ) و از سوی «ایکی کوبایاشی» طراحی شده، بازتاب موضوع «بازی و ارتباط با هم، روحیه بازیگوش ژاپن» است و ارزش بازی را بیان می‌کند.

اکسپو ۲۰۳۰ میلادی ریاض – عربستان سعودی



RIYADH
KINGDOM OF SAUDI ARABIA
EXPO 2030

اکسیو ۲۰۳۰ ریاض - عربستان سعودی



۳ می ۲۰۲۶ میلادی

همکاری اکسیو ۲۰۳۰ ریاض و ذخیره‌گاه امام عبدالعزیز برای رهاسازی حیوانات و افزایش تنوع زیستی

«سازمان توسعه منطقه حفاظت‌شده سلطنتی امام عبدالعزیز بن محمد» با همکاری اکسیو ۲۰۳۰ ریاض، تعداد ۸۰ عدد بز مچه (سوسمار خاردار) را در این ذخیره‌گاه رهاسازی کرد. این اقدام در چارچوب طرح‌های نظارت محیط‌زیستی مرتبط با ساخت‌وساز محل برگزاری اکسیو انجام شده و نشان می‌دهد که پروژه‌های بزرگ عمرانی با حفظ تنوع زیستی و محیط زیست عجین شده‌اند.

بر اساس گزارش خبرگزاری عربستان، مکان رهاسازی حیوانات با مطالعات دقیق میدانی انتخاب شده و تیم‌ها با استفاده از فناوری‌های مختلف، رفتار و سازگاری آن‌ها را رصد می‌کنند. هدف این پروژه، بازگرداندن تعادل اکولوژیک و حمایت از اهداف زیست‌محیطی «چشم‌انداز ۲۰۳۰» عربستان است. به گفته مقامات، ریاض اکسیو ۲۰۳۰ بار دیگر تأکید کرده که تعهدش به حفظ محیط زیست، تنها محدود به زیرساخت‌ها نبوده و شامل مدیریت مسئولانه اکوسیستم و حفاظت از حیات وحش بومی نیز می‌شود.

طبق گزارشی که ماه پیش منتشر شد، تا نیمه سه‌ماهه دوم سال ۲۰۲۶، در مجموع ۵۵ تولد حیات وحش در دو ذخیره‌گاه امام عبدالعزیز و ملک خالد ثبت شده که ۴۰ مورد مربوط به ذخیره‌گاه امام عبدالعزیز بوده است. این تولدها شامل بزکوهی عربی (آریکس) و غزال شنی بوده و نشان می‌دهد که تلاش‌ها برای بازگرداندن گونه‌های در حال انقراض موفقیت‌آمیز بوده است. سازمان توسعه ذخیره‌گاه اعلام کرد که این آمار، اثربخشی برنامه‌های میدانی آن سازمان را در جهت افزایش تعادل اکولوژیک و پایداری تنوع زیستی نشان می‌دهد.

اخبار اکسپوی باغبانی ۲۰۲۷ میلادی یوکوهاما-ژاپن



EXPO
2027

YOKOHAMA JAPAN

اکسپوی باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما



▶ **بیش از ۳۰،۰۰۰ درخواست برای مشاغل داوطلبانه**

▶ برگزارکننده اکسپوی باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما در مجموع ۳۲،۶۷۹ درخواست برای داوطلبی دریافت کرده است که تقریباً سه برابر تعداد مشاغل موجود است. به متقاضیانی که برای داوطلبی در بخش عملیاتی یا مدیریت گیاهان انتخاب می‌شوند، حدوداً در ژوئن ۲۰۲۶ اطلاع‌رسانی خواهد شد.

اخبار دفتر نمایندگان بین‌المللی



Bureau
International
des Expositions

دفتر نمایشگاه‌های بین‌المللی BIE



۱۵ می ۲۰۲۶ میلادی

برگزاری برنامه توانمندسازی در تونس

دفتر بین‌المللی نمایشگاه‌ها (BIE) با همکاری دولت تونس، وزارت بازرگانی و توسعه صادرات و مرکز ارتقای صادرات (CEPEX)، در تاریخ ۲۰-۲۱ می یک دوره «برنامه توانمندسازی» را در شهر تونس برگزار می‌کند. این جلسه آموزشی چندجانبه، نمایندگان از کشورهای مختلف منطقه را گرد هم می‌آورد و بر اهمیت همکاری و اشتراک دانش در زمینه شرکت در اکسپوها و برگزاری آنها تأکید دارد.

▶ **Capacity Building Programme**

برنامه توانمندسازی

IRAN



✓ از توجه مخاطبین محترم به مطالب ارائه شده در این مجموعه متشکریم