



۷ سی و هفتمین شماره گزارش شاخص جهانی (بارومتر) صنعت نمایشگاهی انجمن جهانی صنعت نمایشگاهی UFI - ژوئن ۲۰۲۶

گزیده خبرهای

۷ اکسپو ۲۰۲۷ بلغراد - صربستان

۷ اکسپو باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما - ژاپن

۷ اکسپو ۲۰۳۰ ریاض - عربستان

۷ دفتر نمایشگاه‌های بین‌المللی BIE

با استفاده از خبرنامه شماره ۱۸ سپتامبر سال ۲۰۲۶ میلادی دفتر BIE، وبسایت UFI و نشریه جهان نمایشگاه‌ها

خبرنامه شماره ۱۰

۱ مهر ماه - سال ۱۴۰۵

مدیریت بازاریابی و امور مشارکت‌ها



شرکت سهامی نمایشگاه های بین المللی جمهوری اسلامی ایران

السلامة

انتخاب مطالب و ترجمه:

مریم محمدی سرشت، کارشناس مسئول بازاریابی و پژوهش های نمایشگاهی

UFI Global Exhibition Barometer

سی و هفتمین شماره
گزارش شاخص جهانی صنعت نمایشگاهی
انجمن جهانی صنعت نمایشگاهی
نتیجه نظرسنجی ژوئن 2026

37TH Edition

Report based on the results of a
survey concluded in June 2026



Global



South Korea



Malaysia



Greece



Southern Africa



Mexico



Myanmar



Thailand



Australia



Argentina



Saudi Arabia



Türkiye



Brazil



Panama



Singapore



France



Italy



Indonesia



US



United Kingdom



Uruguay



Spain



Hong Kong



Asia



India



Peru



Japan



Central &
South America



Macau



Colombia



The Global
Association of the
Exhibition Industry

تأثیر وضعیت بحران خاورمیانه بر کسب و کارها

سی و هفتمین «بارومتر» UFI از شرکت کنندگان خواست تا میزان تأثیر بحران خاورمیانه بر کسب و کار خود را ارزیابی کنند. پاسخ دهندگان می توانستند یکی از پنج گزینه زیر را انتخاب کنند:

- تأثیر شدید منفی
- تأثیر متوسط منفی
- تاکنون بدون تأثیر یا با تأثیر محدود
- تأثیر ترکیبی یا مثبت
- برای ارزیابی هنوز زود است / نمی دانم

همان گونه که در صفحه بعد نشان داده شده است، نتایج نظرسنجی انجام شده در ماه مه ۲۰۲۶ نشان می دهد که وضعیت خاورمیانه در سطح **جهان** تأثیر محدودی بر کسب و کارها داشته است: تنها ۱۴ درصد از شرکت ها در سراسر جهان و ۱۰ درصد از شرکت های خارج از شورای همکاری خلیج فارس اعلام کرده اند که وضعیت موجود تأثیر شدید منفی بر کسب و کارشان داشته است.

در حالی که، همان طور که انتظار می رود، **در منطقه خلیج فارس بیش از نیمی از پاسخ ها (۵۵ درصد)** حاکی از «تأثیر شدید منفی» بوده است، ۹۰ درصد از شرکت های خارج از این منطقه یا تأثیر منفی ای مشاهده نکرده اند یا تنها تأثیری منفی متوسطی را گزارش کرده اند.

نمودار بعدی، در صفحه بعد، این نتایج را با بررسی تکراری ترین پاسخ در سطح هر کشور با جزئیات بیشتری نشان می دهد. **این تحلیل تفصیلی، بازارها را به سه گروه تقسیم می کند:**

- **گروه اول: کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس:** همان گونه که انتظار می‌رود، این منطقه بیشترین تأثیرپذیری را داشته است؛ به‌طوری که ۵۵ درصد شرکت‌ها از تأثیر شدید منفی و ۳۶ درصد از تأثیر متوسط منفی خبر داده‌اند.
- **گروه دوم: کشورهایی که تکراری‌ترین پاسخ آن‌ها «تأثیر متوسط منفی» بوده است.** این گروه شامل چند بازار بزرگ اروپا، از جمله آلمان (۶۰ درصد)، فرانسه و ترکیه (هر کدام ۵۰ درصد) و ایتالیا (۴۵ درصد)، همچنین ایالات متحده آمریکا (۴۴ درصد) و تمامی بازارهای بررسی شده در منطقه آسیا-اقیانوسیه، به جز چین، است: هند (۵۶ درصد)، تایلند (۵۳ درصد)، استرالیا (۴۳ درصد) و مالزی (۴۰ درصد).
- **گروه سوم: کشورهایی که تکراری‌ترین پاسخ آن‌ها «تاکنون بدون تأثیر یا با اثر محدود» بوده است:** برزیل (۴۱ درصد، در حالی که ۳۵ درصد نیز «تأثیر متوسط منفی» را انتخاب کرده‌اند)، چین (۴۵ درصد)، آفریقای جنوبی (۴۲ درصد)، چند بازار اروپایی از جمله یونان و اسپانیا (هر کدام ۴۲ درصد؛ بریتانیا ۵۰ درصد) و کشورهای آمریکای لاتین شامل مکزیک (۳۷ درصد)، کلمبیا (۵۳ درصد) و آرژانتین (۶۹ درصد).
همچنین، اگر دو گزینه «تاکنون بدون تأثیر یا با اثر محدود» و «تأثیر متوسط منفی» را با یکدیگر ترکیب کنیم، اکثریت بزرگی از شرکت‌ها – به جز شرکت‌های فعال در کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس – در این وضعیت قرار دارند:
- ۹ شرکت از هر ۱۰ شرکت در آرژانتین؛
- ۸ شرکت از هر ۱۰ شرکت در استرالیا، برزیل، فرانسه، آلمان، یونان، ایتالیا و بریتانیا؛
- ۷ شرکت از هر ۱۰ شرکت در چین، کلمبیا، هند، آفریقای جنوبی، اسپانیا، تایلند و ایالات متحده آمریکا؛
- و ۶ شرکت از هر ۱۰ شرکت در مکزیک.

ماهیت تأثیر بحران خاورمیانه بر رویدادها

سی‌وهفتمین «بارومتر» از شرکت‌کنندگانی که تحت تأثیر وضعیت خاورمیانه قرار گرفته بودند، خواسته تا ماهیت این تأثیر را از میان پنج گزینه از پیش تعیین‌شده انتخاب کنند:

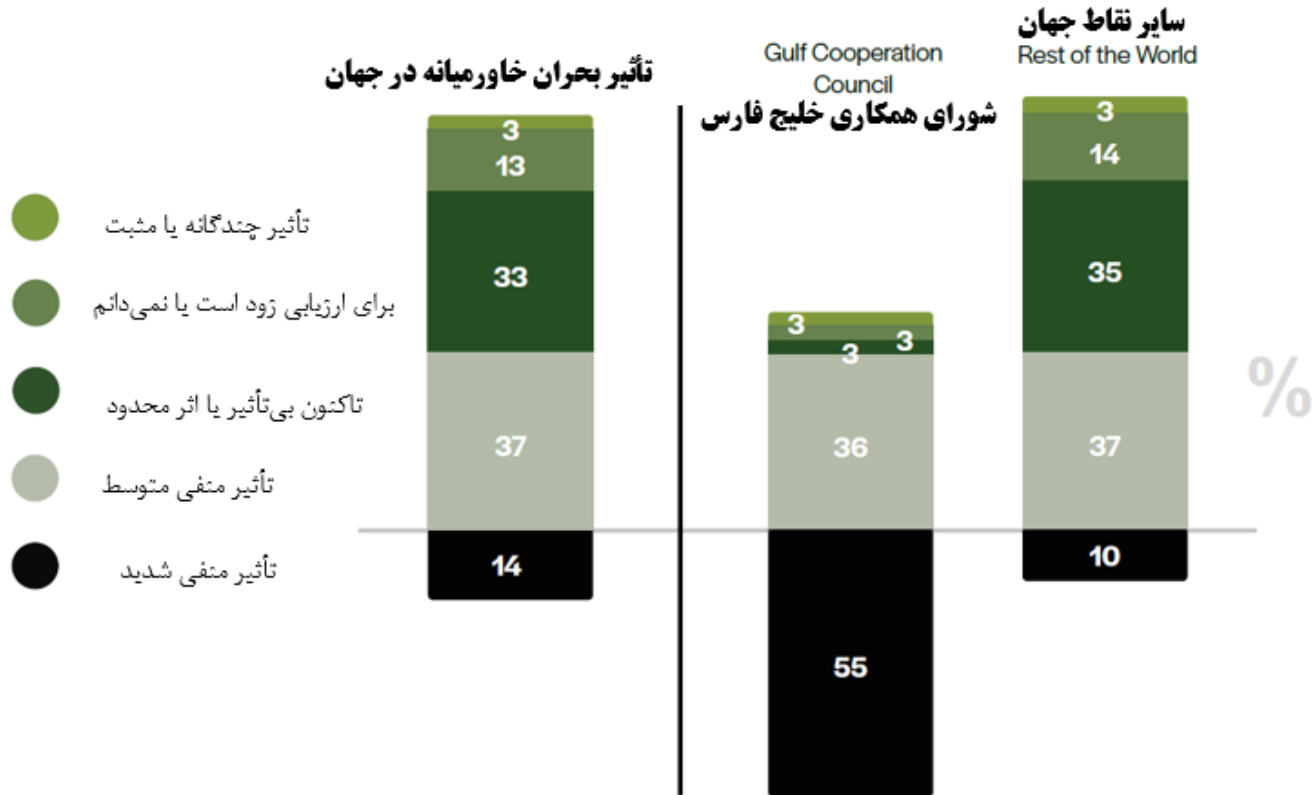
- لغو رویداد
 - تعویق رویداد
 - انتقال رویداد به مکان دیگری
 - کاهش مشارکت در رویدادهای تأییدشده
 - افزایش تقاضا، به دلیل انتقال رویدادها از خاورمیانه به مناطق دیگر
- پاسخ‌دهندگان همچنین می‌توانستند گزینه «سایر» را انتخاب و توضیح دهند.

برای شرکت‌هایی که تحت تأثیر قرار گرفته‌اند، مهم‌ترین پیامد در منطقه خلیج فارس، تعویق یا تغییر زمان برگزاری رویدادها بوده است؛ در حالی که در سایر مناطق، مهم‌ترین پیامد، کاهش مشارکت در رویدادها بوده است. نمودار صفحه پایانی این بخش از گزارش، جزئیات نتایج را نشان می‌دهد:

- در منطقه خلیج فارس: ۸۲ درصد شرکت‌ها با تعویق رویدادها، ۴۸ درصد با کاهش مشارکت در رویدادهای تأییدشده و ۳۹ درصد با لغو رویدادها مواجه شده‌اند.
- در تمامی مناطق دیگر: اکثریت بزرگی از شرکت‌ها، بین ۶۳ تا ۷۶ درصد، با کاهش مشارکت در رویدادهای خود مواجه شده‌اند. پس از آن، تعویق و لغو رویدادها به ترتیب دومین و سومین پیامدهای مهم بوده‌اند که بسته به منطقه، بین ۱۷ تا ۳۷ درصد شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار داده‌اند.
- همچنین ۱۴ درصد شرکت‌ها به پیامدهای دیگری (یا هم‌زمان چندپیامد دیگر) اشاره کرده‌اند؛ از جمله افزایش هزینه‌ها، اختلال در سفر و اتخاذ رویکردهای محتاطانه‌تر.

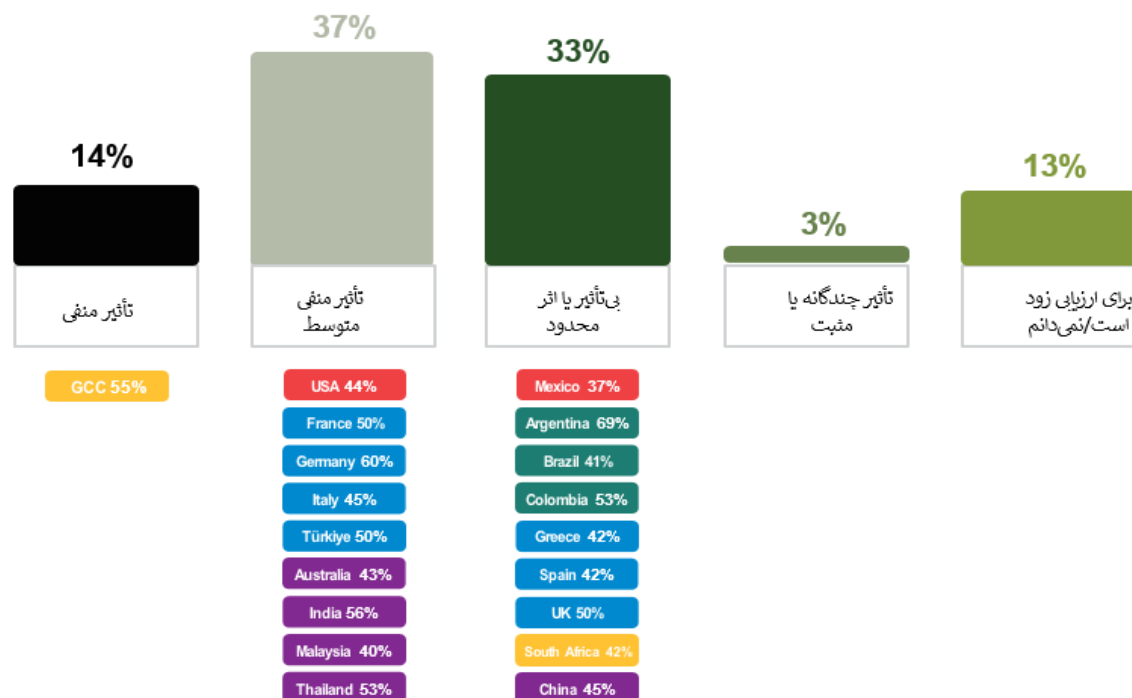
Impact of the Situation in the Middle East

تأثیر شرایط بحران در خاورمیانه



نتایج در سطح جهان و تکراری‌ترین پاسخ در بازارهای اصلی مورد بررسی

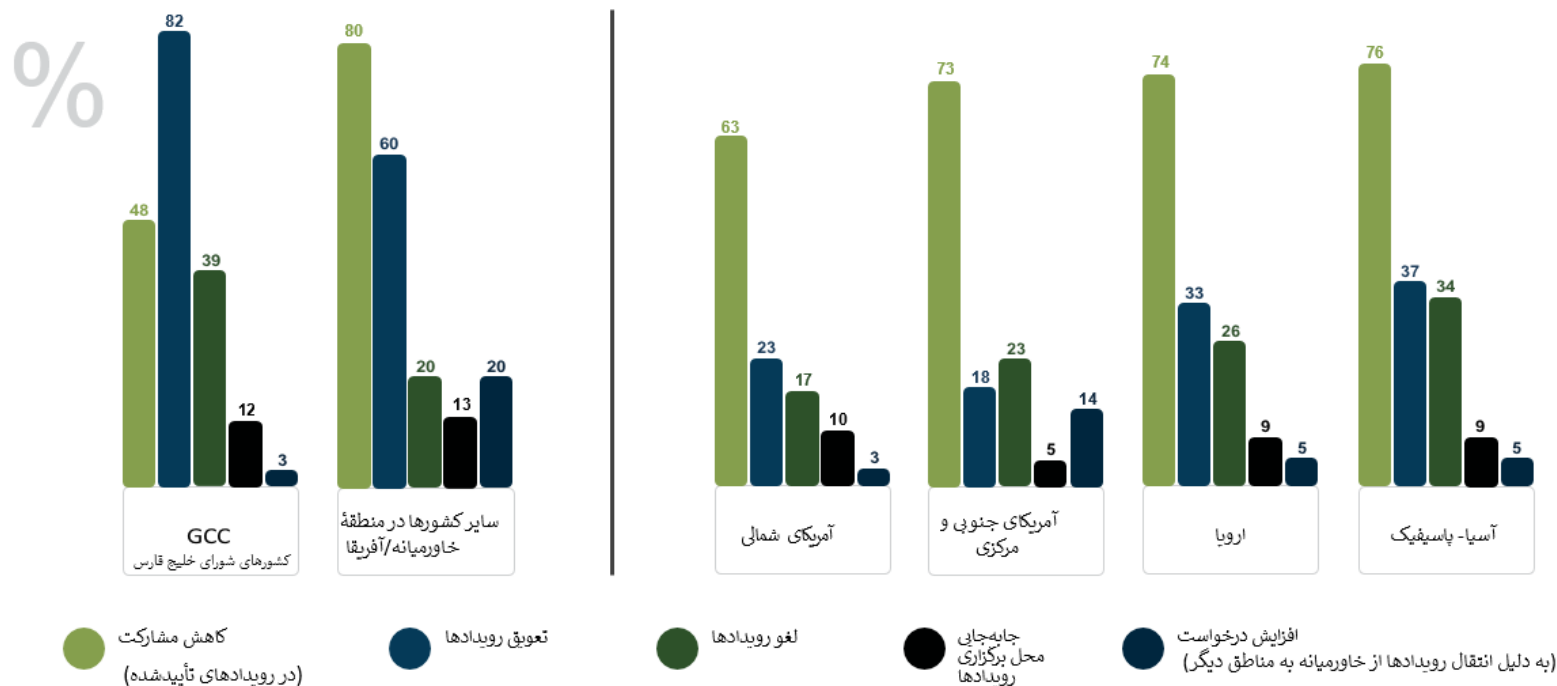
Global results and predominant answer for the main markets analysed



مدیریت بازاریابی و امور مشارکت‌ها

ماهیت تأثیر بحران بر شرکت‌هایی که تحت تأثیر قرار گرفته‌اند

Nature of the impact on the companies that are impacted



مدیریت بازاریابی و امور مشارکتها

گزیده خبرهای نشریه جهان نمایشگاه ها

EXHIBITION WORLD



<https://exhibitionnews.uk/europes>

خبرهای نمایشگاه‌های جهان

۱۸ سپتامبر ۲۰۲۶



بازگشت T3 Expo به پیاچنزا در اکتبر ۲۰۲۶

نمایشگاه تخصصی T3 Expo کامیون، لاستیک و تریلر از ۲۲ تا ۲۴ اکتبر ۲۰۲۶ در مرکز نمایشگاهی پیاچنزا در ایتالیا برگزار می‌شود. تاکنون حضور ۷۰ شرکت در نمایشگاه تأیید شده و برگزارکنندگان انتظار ۴ هزار بازدیدکننده دارند. این نمایشگاه تولیدکنندگان کامیون، تریلر و نیمه‌تریلر، لاستیک، قطعات و فناوری‌های پیشرفته حمل‌ونقل را گرد هم می‌آورد. در دوره جدید، سالن خودروهای برقی به فناوری‌های حمل‌ونقل سبز، خودروهای برقی باتری‌محور و زیرساخت‌های شارژ اختصاص یافته است. سالن جدید امداد و یدک‌کشی نیز فناوری‌ها و تجهیزات مربوط به امداد جاده‌ای و اسقاط خودرو را ارائه خواهد کرد. برای نخستین بار، AGV Expo هم‌زمان با T3 Expo برگزار می‌شود و بر وسایل نقلیه هدایت‌شونده خودکار، ربات‌های متحرک خودران و فناوری‌های هوشمند لجستیکی تمرکز دارد. برنامه نمایشگاه شامل کنفرانس‌هایی درباره آینده بدنه‌سازی کامیون، فناوری حمل‌ونقل و نوآوری در خودروهای تجاری است.

مدیریت بازاریابی و امور مشارکت‌ها

خبرهای نمایشگاه‌های جهان

۱۶ سپتامبر ۲۰۲۶

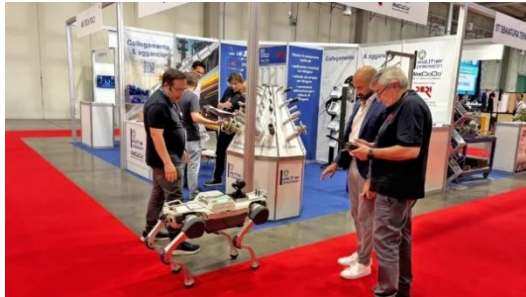


استفاده از اتوبوس‌های شاتل با سوخت کم‌آلاینده در نمایشگاه نورنبرگ

مرکز نمایشگاهی نورنبرگ-آلمان *Nürnberg Messe* برای نخستین بار چهار دستگاه اتوبوس شاتل با سوخت *HVO100* را در محل برگزاری نمایشگاه‌ها به کار گرفته است. این اتوبوس‌ها در نمایشگاه *Gala Bau 2026*، که ۱۵ تا ۱۸ سپتامبر برگزار شد، برای جابه‌جایی بازدیدکنندگان استفاده شدند. *HVO100* نوعی سوخت زیستی است که از مواد باقیمانده و ضایعاتی مانند روغن پخت‌وپز مصرف‌شده تولید می‌شود و در بسیاری از خودروهای دیزلی معمولی قابل استفاده است. هدف از این اقدام، کاهش مصرف سوخت‌های فسیلی و کاهش انتشار دی‌اکسید کربن و ذرات معلق در عملیات حمل‌ونقل نمایشگاه‌ها است. به گفته مسئولان، این سوخت می‌تواند کاهش قابل توجهی در انتشار CO_2 و ذرات معلق ایجاد کند.

خبرهای نمایشگاه‌های جهان

۱۵ سپتامبر ۲۰۲۶



برگزاری نخستین نمایشگاه تخصصی وسایل نقلیه خودران اروپا در ایتالیا

نمایشگاه AGV Expo، نخستین نمایشگاه تجاری اروپا است که به‌طور اختصاصی به وسایل نقلیه هدایت‌شونده خودکار AGV، ربات‌های متحرک خودران AMR و فناوری‌های لجستیک خودکار اختصاص دارد. قرار است این نمایشگاه در ایتالیا و از ۲۲ تا ۲۴ اکتبر ۲۰۲۶ در مرکز نمایشگاهی Piacenza Expo برگزار شود. این رویداد در پاسخ به رشد سریع اتوماسیون در بخش‌های تولید، انبارداری و لجستیک ایجاد شده و تولیدکنندگان وسایل نقلیه، تأمین‌کنندگان فناوری، توسعه‌دهندگان نرم‌افزار، یکپارچه‌سازان سیستم‌ها و کاربران نهایی را گرد هم می‌آورد. بر اساس برآورد Research Nester، ارزش بازار جهانی AGV در سال ۲۰۲۵ بیش از ۳٫۲۳ میلیارد دلار بوده و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۳۵ به ۸ میلیارد دلار برسد. کمبود نیروی کار نیز از عوامل مهم گسترش این فناوری است؛ بر اساس پژوهشی به سفارش Gi Group Holding، اروپا در سال ۲۰۲۴ با کمبود حدود ۱٫۱ میلیون نیروی کار انبار مواجه بوده است. نمایشگاه برفناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، ناوبری LiDAR، بینایی ماشین، نرم‌افزار مدیریت ناوگان و ارتباطات بی‌سیم تمرکز خواهد داشت. برخلاف نمایشگاه‌های صرفاً ویتروینی، در AGV Expo امکان نمایش عملکرد واقعی سیستم‌های خودکار فراهم خواهد بود. شرکت‌هایی از جمله Smartlogistix، Sigma Motion، Proxaut، NEURA Mobile Robots، Morello و LCS Group حضور خود را تأیید کرده‌اند. AGV Expo هم‌زمان با دومین دوره T3 Expo (کامیون، لاستیک و تریلر) برگزار می‌شود و هدف آن ایجاد ارتباط بیشتر میان فناوری‌های خودکار و بخش‌های مختلف صنعت لجستیک است. به گفته برگزارکنندگان، هدف اصلی این رویداد ایجاد یک گردهمایی اروپایی برای شرکت‌های تولیدکننده و مصرف‌کننده فناوری‌های لجستیک خودکار و فراهم کردن بستری برای تبادل دانش و ارائه راهکارهای عملی برای آینده این صنعت است.

مدیریت بازاریابی و امور مشارکت‌ها

اخبار اکسپو ۲۰۲۷ میلادی بلغراد - صربستان



مدیریت بازاریابی و امور مشارکتها

اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد

۱۸ سپتامبر ۲۰۲۶



تأیید مشارکت جامائیکا در اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد

جامائیکا قرارداد مشارکت خود را در اکسپوی بین المللی تخصصی ۲۰۲۷ میلادی بلگراد امضا کرد. در جریان این مراسم، جاگودا لازارویچ، کمیسر کل اکسپو بلگراد، به این موضوع اشاره کرد که یوسین بولت یکی از سفیران اکسپو ۲۰۲۷ است. به گفته کمیسر بخش جامائیکا: ورزش و موسیقی بخشی از قلب و روح جامائیکا هستند و اکسپو ۲۰۲۷ بلگراد فرصتی عالی برای ترویج بیشتر برند جامائیکا است.

مدیریت بازاریابی و امور مشارکتها

اخبار اکسپوی باغبانی ۲۰۲۷ میلادی یوکوهاما-ژاپن



EXPO
2027
YOKOHAMA JAPAN

اکسپوی باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما

۱۸ سپتامبر ۲۰۲۶



تأیید مشارکت ۷۴ کشور مشارکت در اکسپو یوکوهاما

در محدوده زمانی شش ماه تا افتتاح اکسپوی بین‌المللی باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما در ۱۹ مارس ۲۰۲۷، انجمن اکسپو در ۱۵ سپتامبر تأیید کرد تاکنون **۷۴ کشور و ۵ سازمان بین‌المللی** به این اکسپو پیوسته‌اند. همچنین شرکت‌های مشارکت‌کننده قرار است در کنار موضوعات مرتبط با طبیعت که محور اصلی اکسپو هستند، فناوری‌های اقتصاد چرخشی را نیز به نمایش بگذارند.

اکسپوی باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما



۱۸ سپتامبر ۲۰۲۶

سکه نقره یادبود به مناسبت اکسپو ۲۰۲۷ یوکوهاما

وزارت دارایی ژاپن یک سکه نقره ویژه ۱۰۰۰ ینی را به مناسبت برگزاری اکسپوی بین‌المللی باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما منتشر خواهد کرد که تعداد آن به ۴۰ هزار قطعه محدود است. ضرابخانه ژاپن، فروش این سکه را از ۲ دسامبر ۲۰۲۶ آغاز می‌کند. بر روی سکه، عبارت تونکو تونکو *Tunku Tunku*، نماد رسمی اکسپو، در کنار شش گونه گیاهی بومی ژاپن رسم شده است. لوگوی رسمی اکسپو نیز در پشت سکه حک شده است.

اکسپوی باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما



۱۸ سپتامبر ۲۰۲۶

نخستین تصاویر برج یوکوهاما، از جنس چوب «حلقه بزرگ» اکسپو اوزاکا

محل ساخت برج چوبی تقریباً ۶۰ متری برای اکسپوی بین‌المللی باغبانی ۲۰۲۷ یوکوهاما، که بخشی از آن با استفاده از چوب‌های بازیافتی سازه نمادین حلقه بزرگ اکسپو ۲۰۲۵ اوزاکا ساخته می‌شود، در روز ۱۴ سپتامبر برای نخستین بار به روی رسانه‌ها گشوده شد. عملیات ساخت این برج در ماه ژوئن آغاز شده و قرار است در فوریه ۲۰۲۷ به پایان برسد؛ یعنی پیش از افتتاح اکسپو در ۱۹ مارس ۲۰۲۷.

اکسپو ۲۰۳۰ میلادی ریاض – عربستان سعودی



اکسپو ۲۰۳۰ ریاض

۱۸ سپتامبر ۲۰۲۶



توافق نامه سرمایه گذاری مشترک برای ایجاد دهکده اکسپو ۲۰۳۰ میلادی ریاض

برای ساخت «دهکده اکسپو»، اکسپو ۲۰۳۰ ریاض نخستین توافق نامه سرمایه گذاری مشترک خود را با شرکت املاک و مستغلات محمد الحبيب به امضاء رسانده است؛ منطقه ای متشکل از ۲۳۰۰ واحد آپارتمانی که در طول برگزاری اکسپو محل اسکان مشارکت کنندگان رسمی خواهد بود و پس از پایان این رویداد، به محله ای دائمی در شهر میزبان تبدیل خواهد شد.

اخبار دفتر نمایندگی‌های بین‌المللی



Bureau
International
des Expositions

دفتر نمایشگاه‌های بین‌المللی BIE



۱۸ سپتامبر ۲۰۲۶

۱۵ کشور در داکار برای برنامه ظرفیت‌سازی * BIE گرد هم آمدند

نمایندگان ۱۵ کشور در روزهای ۱۵ و ۱۶ سپتامبر در داکار گرد هم آمدند تا در یکی از نشست‌های «برنامه ظرفیت‌سازی» BIE شرکت کنند. این نشست با همکاری دولت سنگال و «آژانس توسعه صادرات سنگال» ASEPEX برگزار شد.

*** Capacity Building Program**

دفتر نمایشگاه‌های بین‌المللی BIE



۱۸ سپتامبر ۲۰۲۶

فراخوان درخواست برای جایزه BIE-Cosmos در اکسپو ۲۰۲۷ یوکوهاما

ثبت درخواست برای دریافت «جایزه BIE-Cosmos اکسپو ۲۰۲۷ یوکوهاما» آغاز شده است. از سازمان‌های غیرانتفاعی و پروژه‌های شهروندی در سراسر جهان دعوت شده است تا طرح‌ها و ابتکارات خود را در رابطه با موضوع اکسپو؛ «چشم‌انداز آینده برای خوشبختی*»، ارائه کنند. مهلت ارسال درخواست‌ها ۲۰ نوامبر ۲۰۲۶ است.

* *Scenery of the Future for Happiness*

شرکت سهامی نمایشگاه های بین المللی جمهوری اسلامی ایران



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

مدیریت بازاریابی و امور مشارکتها