

اکسپوها یا نمایشگاههای جهانی (در یک نگاه)

مقدمه:

Expo برگرفته از واژه Exposition است و به نمایشگاههای جهانی که میانه سده نوزدهم میلادی بر پا گردیده گفته میشود. اکسپو رویدادی است که پیامدها و برآیندهای آن برای کشورهای جهان آن چنان ارزشمند است که امروزه اکسپوها سومین رویداد مهم دنیا پس از مسابقات جام جهانی فوتبال و بازیهای المپیک بوده و نام المپیک فرهنگ ملل را برای آن برگزیده اند. اکسپوها هر ۵ سال یکبار و با حداکثر زمان برگزاری ۶ ماهه برگزار میشوند. در این رویداد نمایشگاهی هر یک از کشورهای شرکت کننده تالار و فضای خاص خود را برپا میکنند. از دیگر ویژگیهای این نمایشگاهها عدم وجود محدودیت در فضای محوطه نمایشگاهی است.

این رویداد پیشگاهی است برای نمایش گذشته، اکنون و آینده کشورها که در آن دستاوردهای اجتماعی، اقتصادی، علمی و پیشینه فرهنگی تاریخی و دورنمای توسعه کشورها به نمایش گذاشته میشود. میزبانی نمایشگاه اکسپو برای توسعه - اقتصادی، اجتماعی و زیرساختی شهرهای میزبان و داد و ستدها و همکاریهای بین المللی بسیار کارساز است. از این رو، همه کشورهای عضو دفتر بینالمللی نمایشگاهها (BIE) مایلند میزبانی این نمایشگاه را به عهده بگیرند. تا کنون حدود ۶۴ اکسپو در جهان برگزار شده است. ایران از سال ۱۳۵۵ به عضویت BIE درآمد است و از سال ۱۳۷۸ تا کنون شرکت سهامی نمایشگاههای بین المللی جمهوری اسلامی ایران، سازماندهی حضور در اکسپوها را برعهده دارد.

دبی برای نخستین بار از خاور میانه (خلیج فارس) این رویداد را میزبانی خواهد کرد. دبی پیش بینی کرده است که موفقیت در گرفتن این میزبانی میتواند ۲۳ میلیارد دلار بین سالهای ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۱ برایش سود داشته باشد. این معادل یکچهارم تولید ناخالص داخلی دبی است.

اهمیت اکسپوها:

نمایشگاهها در عرصه سیاست، اقتصاد، وضعیت اجتماعی، فرهنگی و هنری ملل، نقش موثری ایفا میکنند و اثربخشی نمایشگاهها در برنامه ریزیهای اقتصادی کشورها به خوبی نمایان است. این رویدادها آینه تمام نمایی برای اصلاح، تقویت و بهبود روشها و تسهیل ارتباطات تجاری، دستیابی به بازارهای گوناگون و رونق مبادلات بازرگانی هستند. یکی از ابزارهای مهم برای رونق بخشیدن به اقتصاد در چشمانداز بلندمدت و انجام فعالیت موثر برای ارتقای سطح اشتغال و ایجاد روابط بین المللی و تبادل فرهنگی ملتها و جلب گردشگران، نمایشگاههای جهانی (اکسپو) هستند. این نمایشگاهها با نمایشگاههای تجاری که در

سطح ملی و بین‌المللی برگزار میشوند، متفاوت است. بسیاری از کارشناسان بین‌المللی حوزه نمایشگاهها اعتقاد دارند که این نمایشگاهها از پیشرفته‌ترین و گسترده‌ترین رویدادها هستند و در بلندمدت در اختیار فعالیتهای تجاری قرار میگیرند.

اکسپوها فرصتی برای نمایش یک ماکت کوچک از هر کشور هستند. به عبارت دیگر شرکت کنندگان در اکسپو، کشورها بوده و هر یک سعی در ارائه چهره‌ای جذاب از خود به همه جهانیان و مخاطبین دارند. در اکسپوی دبی حدود ۲۵ میلیون نفر بازدیدکننده در طی ۶ ماه و در بازدیدهای نسبتاً طولانی با کشورهای شرکت‌کننده آشنا میشوند.

آنچه معمولاً از یک کشور ارائه می‌شود شامل: جغرافیا، طبیعت و تنوع‌های زیستی و اقلیمی، تنوع اقوام، فرهنگ‌ها، مذاهب، ادبیات، هنر، آداب و سنن ویژه، توانمندی‌های تاریخی، مانند پزشکی سنتی، محصولات خاص مانند: خاویار، فرش، صنایع و کشاورزی و آبیاری سنتی خاص مانند قنات و در بخش صنایع و محصولات پیشرفته هم هر کشور تلاش می‌نماید به نحو مطلوب ظرفیت‌های فن‌آوری روزآمد خود را به جهان عرضه نماید. ارائه ظرفیت‌های گردشگری نیز از مهمترین بخش‌های غرف کشورها را به خود اختصاص میدهد.

حضور ایران در اکسپوها:

ایران برای نخستین بار در زمان امیرکبیر در اکسپوی لندن که در سال ۱۸۵۱ میلادی برگزار شد شرکت کرد. از آنجا که امیرکبیر به توسعه صادرات ایران و رشد صنایع علاقه فراوانی داشت بر طبق اعلانی که در روزنامه وقایع اتفاقیه منتشر کرد از صاحبان صنایع دعوت کرد تا کالاهای خود را به نمایش بگذارند. تا کنون بیش از ۶۴ اکسپو در جهان برگزار گردیده و از این میان ایران در اکسپوی ۱۸۶۷ پاریس، اکسپوی ۱۸۷۳ وین، اکسپوی ۱۹۰۰ پاریس، اکسپوی ۱۹۶۷ مونترال، اکسپوی ۱۹۹۳ تانجون، اکسپوی ۱۹۹۸ لیسبون، اکسپوی ۲۰۰۰ هانوفر، اکسپوی ۲۰۰۵ آیچی، اکسپوی ۲۰۱۰ شانگهای، اکسپوی ۲۰۱۵ میلان و اکسپوی ۲۰۱۷ آستانه قزاقستان حضور فعال داشته است. (۷ حضور آخر مربوط به بعد از انقلاب میباشد).

حضور ایران در این رویداد مهم جهانی در دوره‌هایی بسیار چشمگیر بود به طور نمونه غرفه ایران در اکسپو جهانی فرانسه در سال ۱۹۶۷ با طراحی داخلی انجام شد که در زمان خود بینظیر بود و بسیار مورد توجه قرار گرفت. همچنین در اکسپو کانادا نیز غرفه ایران بسیار مورد توجه بود. تلویزیون LED به طول ۱۶۵ متر برای اولین بار در جهان در پاریس ایران در اکسپو میلان نصب شد و کسب مدال نقره برای اولین بار برای ایران در تاریخ حضور در اکسپوهای جهانی نیز برای ایران در میلان رقم خورد.

اکسپو دبی در فضایی به مساحت ۴۳۸ هکتار برگزار شده و برای این دوره کشور ایران موفق به دریافت زمینی به مساحت

۲۰۱۴ متر مربع گردیده و جزو کشورهایی است که بهطور مستقل پاپیون ملی خود را برپا خواهد کرد. در این رویداد ۱۹۲

کشور حضور دارند و بیش از ۸۰ کشور که بطور عمده کشورهای توسعه یافته هستند، بطور مستقل اقدام به برپایی پاپیون خود در محلهای مشخص شده میکنند.

اهداف کلی برگزاری اکسپوها ::

- تقویت روابط بین الملل در یک موضوع مشترک
- به اشتراک گذاردن تجارب آموزنده و فرهنگی در یک موضوع جهانی
- نمایش توانمندیها، تاریخ، تمدن، آداب و رسوم، سنن، فرهنگ، هنر، موسیقی، اقوام، تاریخ، جغرافیا، طبیعت و اقلیم
- یک کشور حول یک موضوع خاص
- افزایش و ارتقا رشد تبادلات بین المللی در حوزه توانمندیهای فوق
- ایجاد درآمد و ثروت برای کشورها مشارکتکننده

اهداف فرهنگی -- اجتماعی ::

- آشنایی جهانیان با ظرفیت های اجتماعی کشورها
- نمایش دستاوردهای اجتماعی و فرهنگی هر کشور
- معرفی رویکردهای آتی کشورها حول محور موضوع اکسپو
- آشنایی بازدیدکنندگان با اقوام و قبایل و نژادهای هر کشور
- جاذبه های گردشگری کشورها

اهداف اقتصادی -- تجاری ::

- نمایش دستاوردهای جدید در حوزه علم و آینده و بهره برداری از صنایع خلاق
- آشنایی بازدیدکنندگان با دستاوردهای جدید هر کشور
- برگزاری جلسات تجاری در حوزه های معرفی شده در اکسپو
- فعال شدن بخش تجاری در فضای پاپیون
- گسترش مبادلات در حوزه های تجاری فرهنگی اجتماعی - -

رویدادهای خاص در اکسپوها ::

هر اکسپو دارای یک تم یا شعار اصلی است که ظرفیت های موجود هر کشور در حول آن ارائه میگردد. شعار اکسپوی دبی (ارتباط ذهن ها، خلق آینده) تعیین شده.

ارائه ظرفیت های گردشگری نیز از مهمترین بخش های غرف کشورها را به خود اختصاص میدهد.