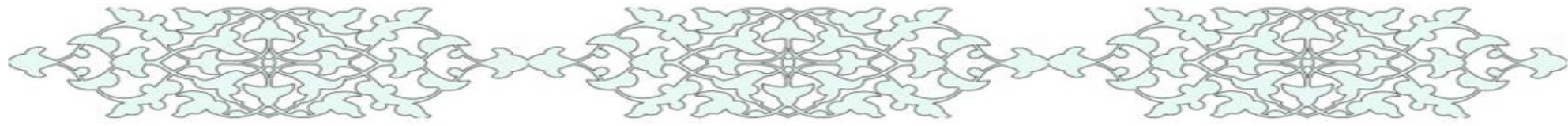




اتاق بازرگانی، صنایع، معادن
و کشاورزی خراسان رضوی
مرکز مطالعات و
بررسی‌های اقتصادی

مروری بر وضعیت نمایشگاه‌های تخصصی بین‌المللی





شناسنامه گزارش



عنوان:

مروری بر وضعیت نمایشگاه های تخصصی بین المللی

مرکز مطالعات و بررسی های اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی

تهیه کننده: نجمه سوری ناصری

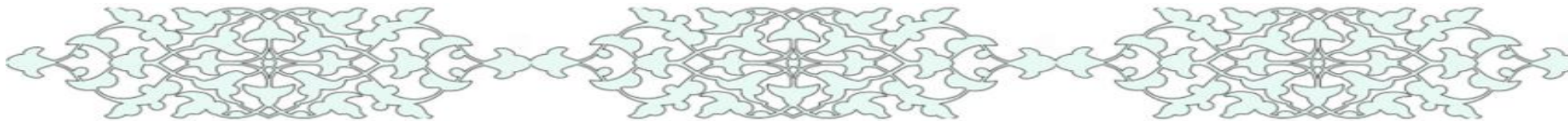
ناظر: سمیرا سبزواری

واژگان کلیدی: نمایشگاه - ایران - بین الملل

گروه: تحقیقات بازار و بین الملل - شماره: ۲۰۰۷

تاریخ انتشار: تیر ۱۴۰۴

نشانی: مشهد مقدس - خیابان امام خمینی - جنب باغ ملی - ساختمان اتاق بازرگانی - کد پستی: ۹۱۳۷۷۳۴۱۹۵



فهرست

مروری بر وضعیت نمایشگاه های تخصصی بین المللی

▪ مقدمه

▪ بررسی برخی از مهمترین نمایشگاه های تخصصی بین المللی

▪ ۱. نمایشگاه بین المللی CES (Consumer Electronics Show)

▪ ۲. نمایشگاه بین المللی Hannover Messe

▪ ۳. نمایشگاه بین المللی Expo (World Expo)

▪ ۴. نمایشگاه بین المللی ITB Berlin

▪ ۵. نمایشگاه بین المللی Agritechnica

▪ ۶. نمایشگاه بین المللی Gulfood

▪ ۷. نمایشگاه بین المللی SIAL

▪ پیشنهادات در جهت برگزاری هر چه بهتر نمایشگاه ها با تمرکز بر تجربیات سایر کشورها

مقدمه

نمایشگاه‌های تخصصی بین‌المللی در دهه‌های اخیر به یکی از مؤثرترین ابزارهای توسعه تعاملات تجاری، انتقال فناوری، تبادل دانش و معرفی نوآوری‌ها در سطح جهانی تبدیل شده‌اند. این رویدادها با گردهم آوردن فعالان، تولیدکنندگان، سرمایه‌گذاران و نوآوران از کشورهای مختلف، بستر مناسبی را برای شبکه‌سازی حرفه‌ای، شناخت بازارهای نوظهور و ارتقای برندها فراهم می‌سازند.

در عصر جهانی‌سازی، اهمیت این نمایشگاه‌ها تنها به معرفی محصولات یا خدمات محدود نمی‌شود؛ بلکه به عنوان یک شاخص برای بررسی روندهای اقتصادی، گرایش‌های مصرف‌کننده، تحولات فناورانه و دغدغه‌های زیست‌محیطی نیز مورد توجه قرار می‌گیرند. حضور در این رویدادها، نه تنها مزیت رقابتی برای شرکت‌ها و نهادها به همراه دارد، بلکه می‌تواند زمینه‌ساز ورود به بازارهای جدید و توسعه صادرات باشد.

گزارش حاضر با هدف بررسی ساختار، محورها، دستاوردها و چالش‌های نمایشگاه‌های تخصصی بین‌المللی تدوین شده است. در این گزارش، ضمن تحلیل نمونه‌های شاخص مانند نمایشگاه‌های غذایی، فناوری، صنعتی و فرهنگی، تلاش شده تا ابعاد مدیریتی، بازاریابی، پایداری و تجربه بازدیدکننده نیز مورد ارزیابی قرار گیرد. همچنین پیشنهادهایی برای ارتقاء کیفیت برگزاری این نمایشگاه‌ها با رویکرد حرفه‌ای و جهانی ارائه شده است.

محل برگزاری: لاس وگاس، آمریکا، ژانویه هر سال



نمایشگاه CES اولین بار در سال ۱۹۶۷ در شهر نیویورک آغاز به کار کرد و از آن زمان تاکنون به بستری برای پیشرفت‌های بزرگ در حوزه فناوری تبدیل شده است. بسیاری از فناوری‌های انقلابی، مانند دستگاه‌های CD Player، Blu-ray، و تلویزیون‌های HD، برای اولین بار در این نمایشگاه معرفی شده‌اند.

تاریخچه CES نشان می‌دهد که این نمایشگاه همواره به عنوان پلتفرمی برای شکل‌گیری آینده فناوری عمل کرده است. در دهه‌های گذشته، این رویداد شاهد رونمایی از دستگاه‌هایی بوده که نه تنها زندگی مردم را تغییر داده‌اند، بلکه بازارهای جدیدی نیز ایجاد کرده‌اند؛ برای مثال، معرفی گوشی‌های هوشمند، فناوری‌های هوش مصنوعی، خودروهای هوشمند، و اینترنت اشیاء بازتاب گسترده‌ای داشته است. هر ساله شرکت‌های بزرگی مانند سامسونگ، سونی، ال جی و انویدیا به همراه استارت‌آپ‌های نوآور، دستاوردهای خود را در این نمایشگاه به نمایش می‌گذارند.

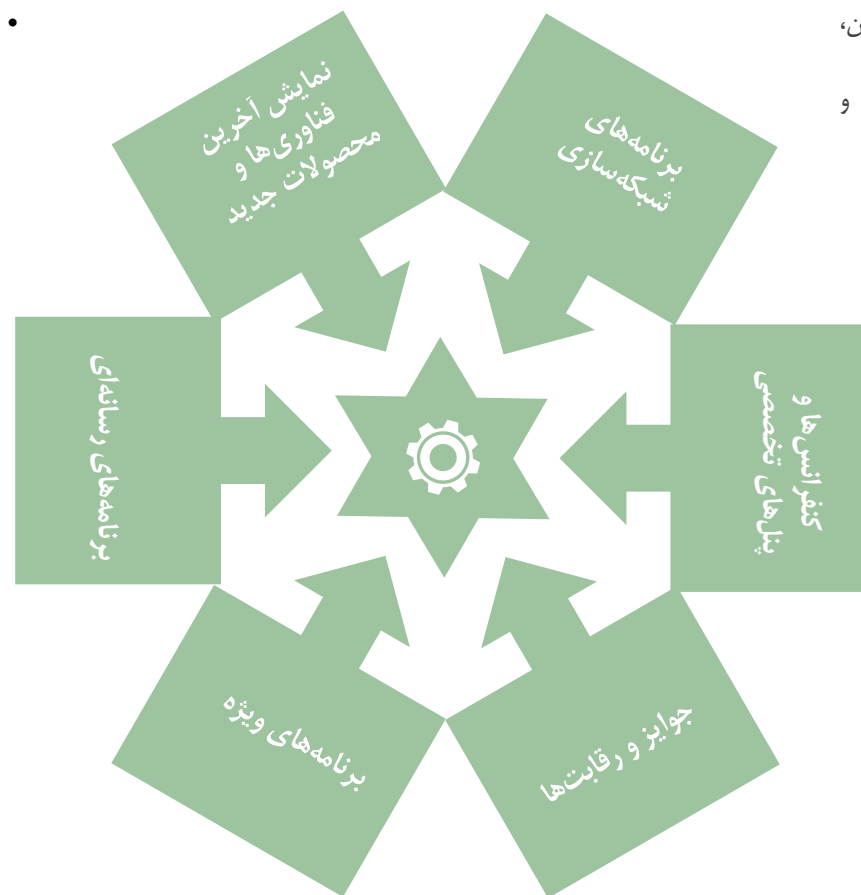
CES تنها یک نمایشگاه نیست، بلکه جایی برای ارائه دیدگاه‌ها و راه‌حل‌هایی برای مسائل فناوری آینده است. در این رویداد، نشست‌ها و گفتگوهای تخصصی با حضور رهبران صنعت و کارشناسان برگزار می‌شود که در آنها درباره روندهای نوظهور فناوری، چالش‌ها، و فرصت‌ها بحث می‌شود. امروزه CES به نمادی از نوآوری و پیشرفت در حوزه الکترونیک مصرفی تبدیل شده است و نقش بسیار مهمی در شکل‌دهی به آینده فناوری دارد. نمایشگاه CES 2025 با ورود مفاهیمی مانند هوش مصنوعی و طراحی ترشه‌های جدید تبدیل به یکی از جذاب‌ترین دوره‌ها شده است. در ادامه در مورد بهترین محصولات آنی که در این نمایشگاه عرضه شده‌اند صحبت خواهیم کرد.

۱. نمایشگاه بین‌المللی CES (Consumer Electronics Show)

- رویدادهای شبکه‌سازی برای ایجاد ارتباط بین شرکت‌کنندگان، سرمایه‌گذاران و متخصصان صنعت.
- برنامه‌ای برای تسهیل ملاقات‌های هدفمند بین شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران یا شرکای تجاری.

- سخنرانی‌های اصلی توسط رهبران صنعت و مدیران ارشد شرکت‌های بزرگ فناوری مانند سامسونگ، ایسر، ال‌جی و اینتل.
- پنل‌های بحث و تبادل نظر با حضور متخصصان و رهبران صنعت در زمینه‌های مختلف مانند هوش مصنوعی، اینترنت اشیا خودروهای خودران، سلامت دیجیتال و فناوری‌های نوظهور.
- کارگاه‌های آموزشی برای آموزش مهارت‌های جدید و به‌روز در حوزه‌های مختلف فناوری

- جوایزی برای معرفی محصولات و فناوری‌های نوآورانه در دسته‌بندی‌های مختلف.
- رقابت‌هایی برای استارت‌آپ‌ها که در آن بهترین ایده‌ها و طرح‌ها ارائه و ارزیابی می‌شوند.



- CES به عنوان بستری برای معرفی و نمایش آخرین نوآوری‌ها و محصولات فناوری در حوزه‌هایی مانند الکترونیک مصرفی، هوش مصنوعی، رباتیک، خودروهای خودران، لوازم خانگی هوشمند، گجت‌های پوشیدنی و فناوری‌های مراقبت‌های بهداشتی عمل می‌کند.

- روزهای ویژه برای رسانه‌ها و خبرنگاران که در آن شرکت‌ها محصولات جدید خود را معرفی می‌کنند.
- کنفرانس‌های مطبوعاتی برای اعلامیه‌های رسمی و معرفی محصولات جدید.

- رویدادهایی برای حمایت و تشویق زنان در صنعت فناوری.
- نمایش و بحث در مورد فناوری‌های پایدار و راهکارهای سبز برای کاهش تأثیرات محیطی.

۲. نمایشگاه بین‌المللی Hannover Messe

محل برگزاری: هر ساله در ماه آوریل-هانوفر، آلمان



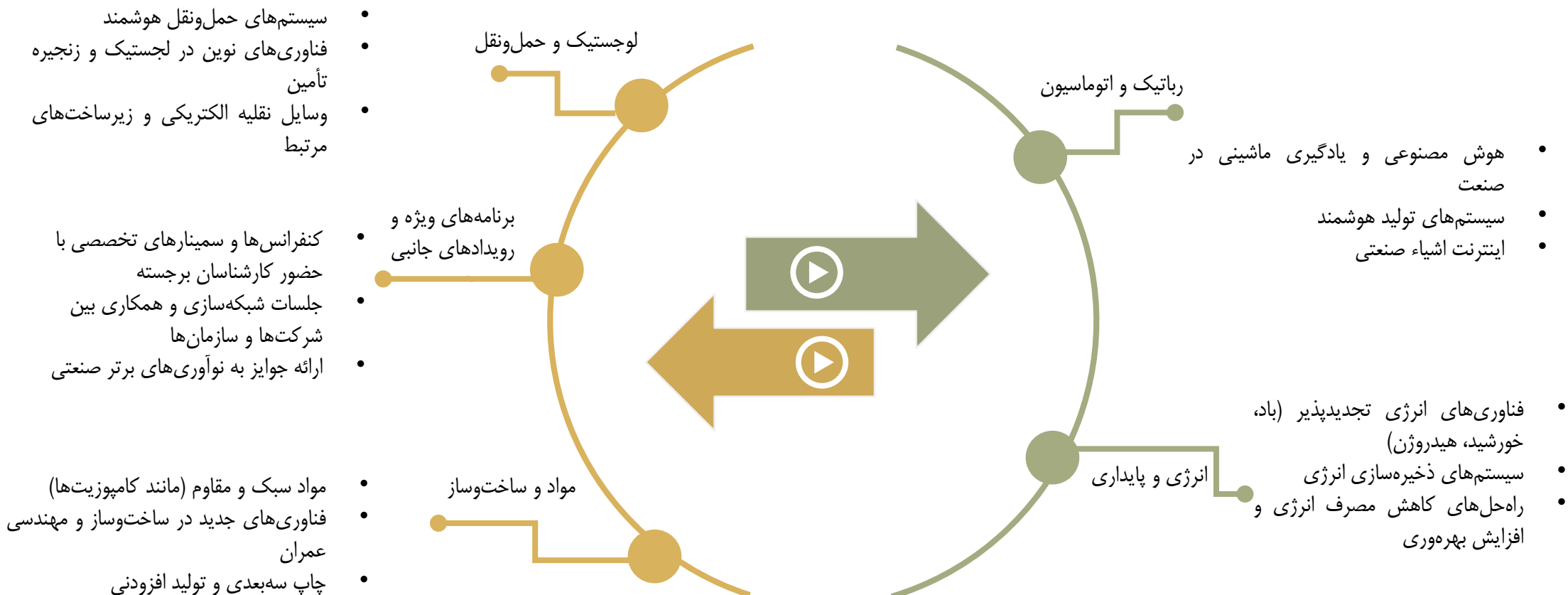
نمایشگاه صنعت هانوفر یکی از بزرگترین نمایشگاه‌های تجاری جهان است که از سال ۱۹۴۷ به موضوع توسعه صنعت اختصاص یافته است. این مهم‌ترین پلتفرم بین‌المللی و نقطه داغ برای تحول صنعتی - با نوآوری‌های عالی یا محصولات غیر معمول است. حدود ۱۳۰۰۰۰ شرکت کننده در محل، ۱۰۰۰۰ محصول و راه حل، ۴۰۰۰ غرفه دار، ۱۶۰۰ سخنران و ۳۰۰ استارت‌آپ دارد. این رویداد بیش از ۲۰۰.۰۰۰ بازدید کننده از علاقه‌مندان به فناوری اطلاعات و فناوری را به تنهایی جذب می‌کند! HANNOVER MESSE ۲۰۲۵ طیف گسترده‌تری از موضوعات و نمایشگاه‌ها را نسبت به هر رویداد دیگری شامل می‌شود - تحقیق و توسعه، اتوماسیون صنعتی و فناوری اطلاعات، تامین صنعتی، مهندسی تولید و خدمات، و همچنین انرژی و فناوری زیست‌محیطی. فرصت توسعه سرنخ‌های فروش جدید در بخش‌های دیگر، دسترسی منحصر به فرد به محصولات و فناوری‌های جدید و حضور گسترده بین‌المللی، غرفه‌داران و بازدیدکنندگان را از سراسر جهان جذب می‌کند.

هر سال یک کشور به عنوان مهمان ویژه انتخاب می‌شود که فرصتی برای معرفی توانمندی‌ها و فناوری‌های خود در سطح جهانی دارد. نمایشگاه دیجیتال در کنار بخش فیزیکی، نمایشگاه دیجیتال نیز برگزار می‌شود که امکان دسترسی آنلاین به رویدادها، محصولات و خدمات را فراهم می‌کند.

دو شرکت ایرانی در این نمایشگاه صاحب غرفه هستند: شرکت جهان دایکست، شرکت پایا پرس

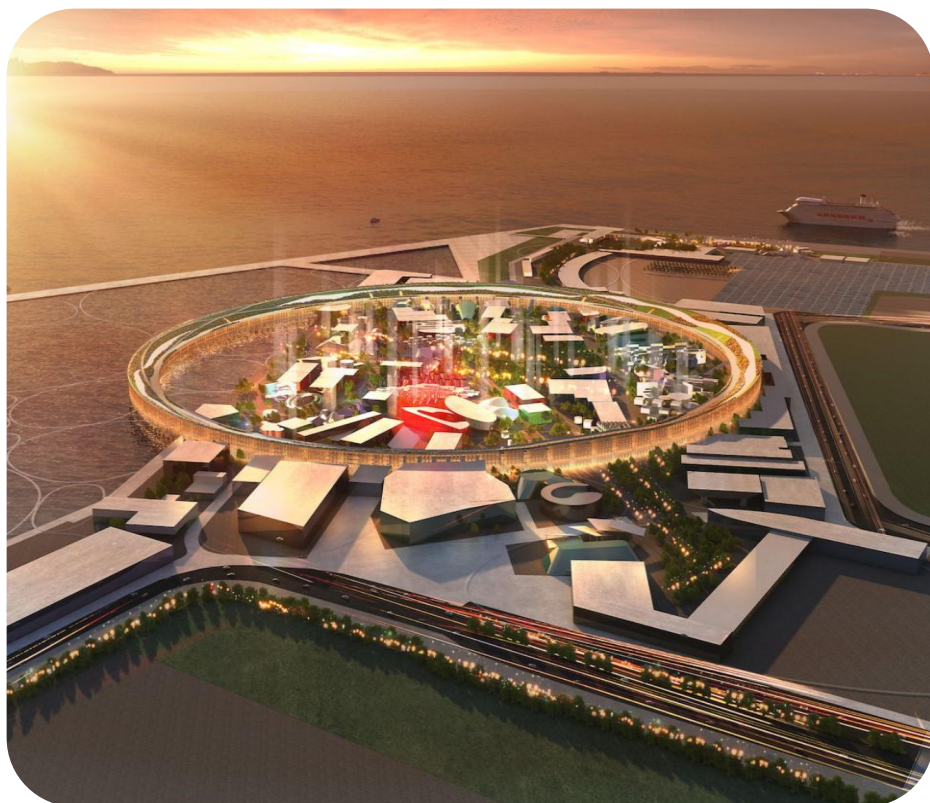
مرکز مطالعات و بررسی‌های
اقتصادی
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و
کشاورزی خراسان رضوی

۲. نمایشگاه بین المللی Hannover Messe



۳. نمایشگاه بین‌المللی Expo (World Expo)

محل برگزاری: هر چند سال یکبار در کشورهای مختلف جهان



اولین نمایشگاه جهانی اکسپو در سال ۱۸۵۱ در لندن برگزار شد و با نام “نمایشگاه بزرگ صنایع همه ملل” شناخته می‌شد. از آن زمان، اکسپو به یک رویداد منظم تبدیل شده و هر پنج سال یکبار به میزبانی کشورهای مختلف برگزار می‌شود. هر دوره اکسپو حول یک موضوع خاص طراحی می‌شود که معمولاً به مسائل جهانی مانند محیط زیست، انرژی، فناوری و توسعه پایدار مربوط می‌شود.

هر دوره از اکسپو معمولاً با یک شعار یا موضوع اصلی همراه است که تمرکز رویداد را مشخص می‌کند. برای مثال، اکسپو ۲۰۲۰ دبی با شعار “ارتباط افکار، خلق آینده” برگزار شد و بر همکاری‌های بین‌المللی و نوآوری تأکید داشت.

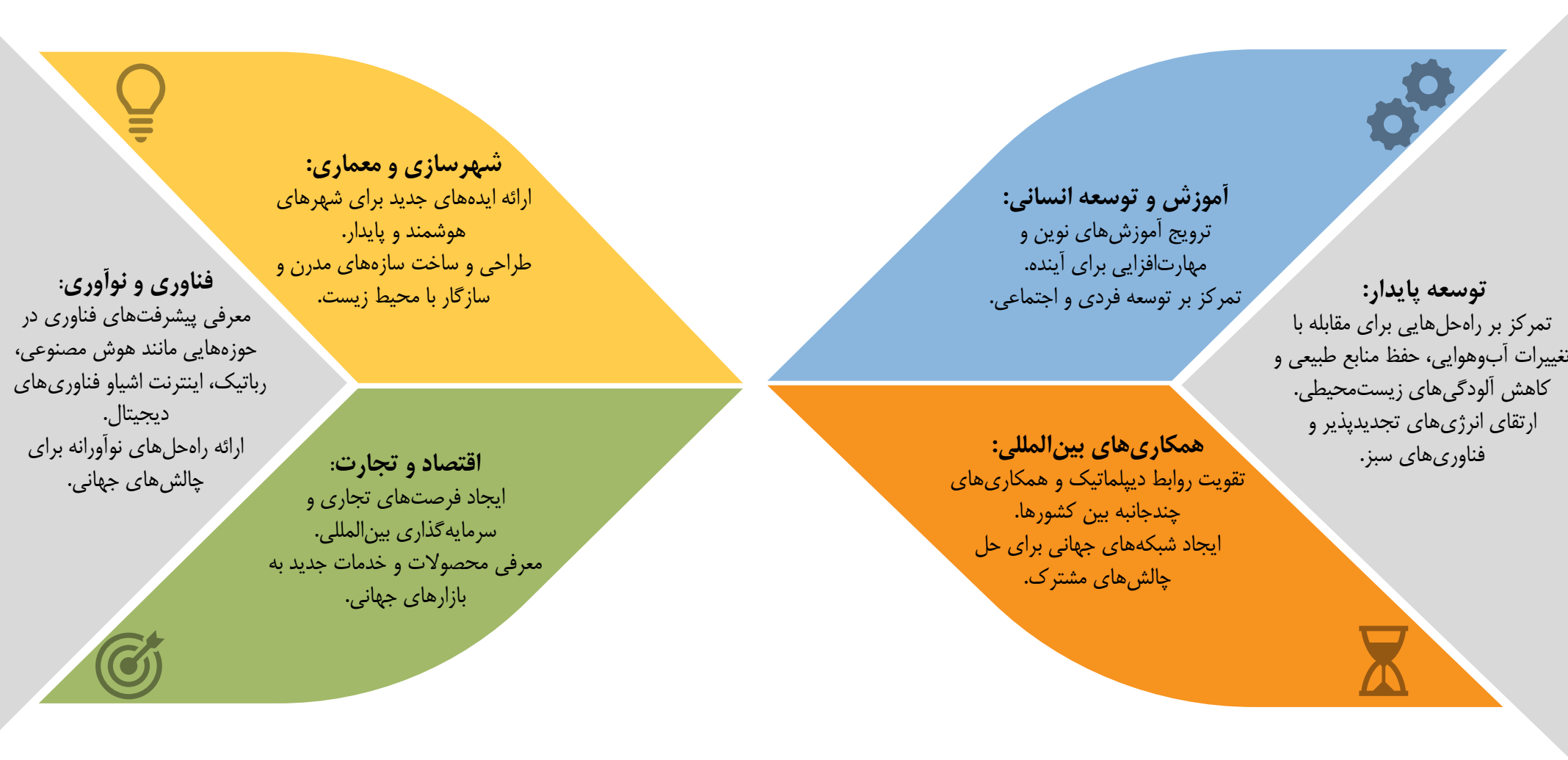
اکسپوها به دو دسته اصلی تقسیم می‌شوند:

- اکسپو جهانی (World Expo): هر پنج سال یکبار برگزار می‌شود و موضوع آن معمولاً گسترده و مرتبط با مسائل جهانی است. این نوع اکسپو می‌تواند تا شش ماه ادامه داشته باشد.
- اکسپو تخصصی (Specialized Expo): این نوع اکسپو در فواصل بین اکسپوهای جهانی برگزار می‌شود و موضوع آن محدودتر و تخصصی‌تر است. مدت زمان آن معمولاً سه ماه است.

اکسپو ۲۰۲۵ قرار است در اوساکا، ژاپن برگزار شود و موضوع آن “طراحی جامعه آینده برای زندگی‌های ما” خواهد بود. این نمایشگاه بر روی فناوری‌های نوین و راه‌حل‌های پایدار برای بهبود کیفیت زندگی انسان‌ها تمرکز خواهد کرد.

اکسپوها نه تنها فرصتی برای نمایش پیشرفت‌های جهانی هستند، بلکه به عنوان بستری برای همکاری و یادگیری بین کشورها عمل می‌کنند. این رویدادها تأثیر زیادی بر توسعه اقتصادی، فرهنگی و فناوری جهان داشته‌اند.

۳. نمایشگاه بین‌المللی Expo (World Expo)



۴. نمایشگاه بین‌المللی ITB Berlin

محل برگزاری: ماه مارس هر سال در مرکز برلین



ITB Berlin از سال ۱۹۶۶ به طور سالانه برگزار شده و به مرور به یکی از مهمترین رویدادهای گردشگری جهان تبدیل شده است. شرکت‌کنندگان این نمایشگاه میزبان شرکت‌های گردشگری، هتل‌ها، خطوط هوایی، آژانس‌های مسافرتی، سازمان‌های دولتی و فعالان صنعت گردشگری از سراسر جهان است. ITB Berlin شامل بخش‌های مختلفی مانند گردشگری فرهنگی، طبیعت‌گردی، گردشگری سلامت، فناوری‌های مرتبط با سفر و گردشگری، و بسیاری دیگر است.

اهمیت ITB Berlin

فرصت‌های شبکه‌سازی: این نمایشگاه فرصتی عالی برای ایجاد ارتباط با فعالان صنعت گردشگری از سراسر جهان فراهم می‌کند.

معرفی مقاصد جدید: بسیاری از کشورها و مناطق جدید خود را در این نمایشگاه معرفی می‌کنند.

نوآوری‌ها و فناوری‌ها: ITB Berlin به عنوان محلی برای معرفی آخرین فناوری‌ها و نوآوری‌ها در صنعت گردشگری شناخته می‌شود.

۴. نمایشگاه بین‌المللی ITB Berlin

- گردشگری پایدار: برجسته کردن شیوه های سازگار با محیط زیست و گزینه های مسافرتی مسئولانه برای ترویج آینده ای سبزتر برای صنعت سفر.
- نوآوری دیجیتال در سفر: نمایش آخرین پیشرفت های تکنولوژیکی که نحوه برنامه ریزی، رزرو و تجربه سفر افراد را شکل می دهد.
- گردشگری میراث فرهنگی: تجلیل از فرهنگ ها و سنت های متنوع و نحوه کمک آنها به تجربه های منحصر به فرد سفر.
- گردشگری سلامت و تندرستی: تمرکز بر مقاصد و تجربیاتی که رفاه، آرامش و سلامتی را ارتقا می دهند.
- گردشگری آشپزی: برجسته کردن نقش غذا و غذاهای محلی در شکل دادن به تجربیات و فرهنگ سفر.
- سفر خانوادگی و چند نسلی: بررسی گزینه های سفر که به نیازهای خانواده ها پاسخ می دهد، از جمله فعالیت ها و اقامتگاه های مناسب برای کودک.
- گردشگری آموزشی و یادگیری: نمایش فرصت هایی برای مسافران برای کسب مهارت ها، دانش و بینش های فرهنگی جدید از طریق سفر.
- سفر در دسترس و فراگیر: ترویج گزینه های سفری که برای افراد دارای معلولیت قابل دسترسی است و نیازهای مختلف را برآورده می کند.
- مدیریت بحران و تاب آوری سفر: رسیدگی به چالش های پیش روی صنعت سفر، از جمله آمادگی در برابر بحران و استراتژی های بازیابی.
- کروز و گردشگری دریایی: برجسته کردن تجربیات و مقاصد منحصر به فرد در دسترس از طریق سفرهای دریایی.
- مسافرتهاى تجارى: نمایش فرصت ها برای سفرهای شرکتی، جلسات، مشوق ها، کنفرانس ها و نمایشگاه ها.
- تبادل فرهنگی و گردشگری داوطلبانه: بررسی تجربیات سفر که شامل داوطلبی، مشارکت جامعه و تبادل فرهنگی است.
- گردشگری روستایی و کشاورزی: تمرکز بر تجربیاتی که مسافران را با زندگی روستایی، کشاورزی و جوامع محلی مرتبط می کند.
- خرید محلی و پایدار: برجسته کردن اینکه چگونه سفر می تواند از طریق خرید پایدار و صنایع دستی از اقتصادهای محلی حمایت کند.

محل برگزاری: هر دو سال یک بار در شهر هانوفر آلمان



نمایشگاه بین‌المللی Agritechnica یکی از بزرگترین و معتبرترین نمایشگاه‌های تخصصی در زمینه فناوری‌های کشاورزی و ماشین‌آلات کشاورزی در جهان است. این نمایشگاه به عنوان مرجع اصلی برای ارائه آخرین نوآوری‌ها و پیشرفت‌ها در صنعت کشاورزی شناخته می‌شود.

این نمایشگاه به عنوان پلتفرمی برای معرفی فناوری‌های پیشرفته و پایدار در کشاورزی عمل می‌کند.

با توجه به چالش‌های جهانی مانند افزایش جمعیت، تغییرات اقلیمی و نیاز به تولید مواد غذایی پایدار، Agritechnica نقش مهمی در ارائه راه‌حل‌های نوین ایفا می‌کند.

۵. نمایشگاه بین‌المللی Agritechnica

محصولات و فناوری‌ها: نمایشگاه Agritechnica طیف گسترده‌ای از محصولات و فناوری‌های کشاورزی شامل ماشین‌آلات، تجهیزات، سیستم‌های آبیاری، فناوری‌های دیجیتال، ربات‌ها و راه‌حل‌های هوشمند کشاورزی را ارائه می‌دهد.

1

نوآوری‌ها: این نمایشگاه به عنوان بستری برای معرفی نوآوری‌های پیشرفته در صنعت کشاورزی شناخته می‌شود. بسیاری از شرکت‌ها محصولات و فناوری‌های جدید خود را برای اولین بار در این نمایشگاه رونمایی می‌کنند.

2

حضور شرکت‌های برجسته: شرکت‌های پیشرو در صنعت کشاورزی از سراسر جهان در این نمایشگاه حضور دارند و محصولات و خدمات خود را به نمایش می‌گذارند.

3

برنامه‌های جانبی: Agritechnica شامل سمینارها، کارگاه‌ها و کنفرانس‌های تخصصی است که در آن کارشناسان و متخصصان به بحث و تبادل نظر درباره چالش‌ها و فرصت‌های صنعت کشاورزی می‌پردازند.

4

بازدیدکنندگان: این نمایشگاه مورد توجه کشاورزان، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان، مهندسان و کارشناسان صنعت کشاورزی از سراسر جهان قرار دارد.

5

محل برگزاری: هرساله در شهر دبی



یکی از بزرگترین و معتبرترین نمایشگاه‌های بین‌المللی صنایع غذایی و آشامیدنی در جهان است که از زمان تأسیس خود در سال ۱۹۸۷ تاکنون هر ساله در شهر دبی، امارات متحده عربی برای ۵ روز نمایش، بحث و تبادل نظر و معاملات تجاری برگزار می‌شود. بیش از ۵۰۰۰ شرکت محصولات و خدمات خود را در مرکز همایش و نمایشگاه بین‌المللی دبی به نمایش می‌گذارند

این نمایشگاه فرصتی استثنایی برای معرفی محصولات غذایی، آشامیدنی، تکنولوژی‌های مرتبط با صنایع غذایی و شبکه‌سازی بین تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان، خریداران و متخصصان این صنعت از سراسر جهان فراهم می‌کند.

گالفود دبی شامل هشت بخش غذا و نوشیدنی است که گوشت، لبنیات و محصولات ارگانیک با کیفیت بالا را از تامین‌کنندگان، تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان ملی و بین‌المللی ارائه خواهد کرد. شرکت‌کنندگان می‌توانند در مستر کلاس‌های مختلف آشپزی که در این نمایشگاه برگزار می‌شود، شرکت کنند و از رویدادها و مراسم‌های دیگر مانند میز برتر، تجارت الکترونیک، گلفود صفر زباله، طعم‌های جهان و نوشیدنی‌های متفاوت بازدید نمایند.

این نمایشگاه همچنین میزبان مراسم افتخاری، از جمله جوایز نوآوری و برنامه استارت‌آپ است که کنفرانس‌هایی را با موضوعات آموزش ضرورت صنعت ارائه می‌دهد.

۶. نمایشگاه بین‌المللی Gulfood



۷. **صنعت غذاهای دریایی:** نمایش انواع غذاهای دریایی تازه و فرآوری شده-معرفی فناوری‌های نوین در زمینه صید و فرآوری ماهی و میگو.

۸. **صنعت نوشیدنی‌ها:** ارائه انواع نوشیدنی‌ها از جمله آب‌میوه‌ها، نوشیدنی‌های انرژی‌زا و نوشیدنی‌های سالم-معرفی فناوری‌های جدید در تولید و بسته‌بندی نوشیدنی‌ها.

۹. **پایداری و مسئولیت اجتماعی:** تمرکز بر تولید مواد غذایی پایدار و کاهش ضایعات غذایی-معرفی راه‌حل‌های نوین برای کاهش تأثیرات زیست‌محیطی در صنایع غذایی.

۱۰. **روندها و نوآوری‌های صنعت غذا:** بررسی روندهای جهانی در صنعت غذا و آشامیدنی-معرفی محصولات و فناوری‌های نوآورانه که آینده صنعت غذا را شکل می‌دهند.

۱۱. **بازارهای بین‌المللی:** فرصت‌های تجاری و شبکه‌سازی با شرکت‌ها و برندهای جهانی-معرفی بازارهای جدید و پتانسیل‌های صادرات و واردات.



۱. **صنایع غذایی و آشامیدنی:** ارائه آخرین نوآوری‌ها در تولید و بسته‌بندی مواد غذایی-معرفی محصولات جدید و برندهای معتبر جهانی-نمایش انواع مواد اولیه غذایی، افزودنی‌ها و طعم‌دهنده‌ها:

۲. **فناوری و تجهیزات غذایی:** معرفی فناوری‌های پیشرفته در فرآوری و تولید غذا-نمایش ماشین‌آلات و تجهیزات مدرن برای صنایع غذایی-ارائه راه‌حل‌های نوین در زمینه بسته‌بندی و نگهداری مواد غذایی.

۳. **محصولات ارگانیک و سالم:** نمایش محصولات ارگانیک، بدون گلوتن و بدون قند-معرفی غذاهای سالم و رژیمی برای سبک زندگی مدرن.

۴. **صنعت شیرینی و شکلات:** ارائه جدیدترین محصولات در زمینه شیرینی‌جات، شکلات و دسرها-معرفی فناوری‌های تولید و تزئین شیرینی‌ها.

۵. **صنعت لبنیات:** نمایش انواع محصولات لبنی مانند شیر، پنیر، ماست و کره-ارائه فناوری‌های نوین در تولید و فرآوری لبنیات.

۶. **صنعت گوشت و مرغ:** معرفی محصولات گوشتی و مرغ با کیفیت بالا-ارائه راه‌حل‌های مدرن در زمینه فرآوری و نگهداری گوشت.

تاریخ و محل برگزاری: هر دو سال یکبار در پاریس



نمایشگاه SIAL Paris یک میدانی برای ترکیب فناوری، مسئولیت اجتماعی، نوآوری و چشم‌انداز جهانی در صنعت غذا است. مهم‌ترین بخش‌ها شامل سامیت‌های تخصصی، رقابت‌های نوآوری، فضای استارت‌آپی، سخنرانی‌های راهبردی و گزارش‌های تحقیقاتی است که همگی رو به آینده و توسعه‌محور هستند. اهمیت نمایشگاه به دلیل؛

- ✓ شبکه‌سازی جهانی: حضور بیش از ۷۰۰۰۰ شرکت‌کننده از ۱۰۰+ کشور و حدود ۳۱۰،۰۰۰ بازدیدکننده حرفه‌ای
- ✓ نوآوری و عرضه محصولات جدید: معرفی هرساله حدود ۲۰،۰۰۰ نوآوری در ۲۱ بخش مختلف غذایی
- ✓ بررسی و تقدیر از نوآوری‌ها توسط بخش ویژه همراه با تیم داوری تخصصی .
- ✓ مطالعات روند: گزارش FOOD 360 با همکاری موسسات بین‌المللی تحلیلگر ارائه می‌شود.

۷. نمایشگاه بین المللی SIAL

چهار اجلاس کلیدی (SIAL Summits):



اجلاس CSR: بحث پیرامون مسئولیت پذیری اجتماعی و راهکارهای پایداری در صنعت غذا

اجلاس AI , DeepTech: معرفی فناوری های نوین مانند هوش مصنوعی برای بهینه سازی زنجیره تأمین و کاهش ضایعات

اجلاس زنجیره تأمین: بررسی چالش های لجستیکی، تأمین پایدار و ردیابی مواد اولیه پس از کووید و بحران های جهانی

اجلاس آفریقا: تمرکز بر بازار روبه ظهور آفریقا و پتانسیل های نوآوری در غذا و کشاورزی در این منطقه

تاکید بر پایداری و اکولوژی



خدمات مسئولانه: استفاده ۱۰۰٪ از انرژی تجدیدپذیر، مدیریت پسماند، ایجاد غرفه های بازیافتی و جمع آوری غذا برای تهیه کنندگان خیری

گزارش ها و مطالعات روند



ارائه گزارش biennial Food 360 همراه با تحلیل مصرف کننده، خرده فروشی و رستوران

SIAL Insights: تحلیل ۳ اصل روند آینده غذا - احساس/لذت، ارتباط/جمع گرایی، و توجه/سلامت

مسیرهای راهنمای تخصصی



بازدیدهای موضوعی مثل نوآوری در انواع محصولات (نوشیدنی، لبنیات، ارگانیک، گوشت و دریایی ...)

گفتگوها و سمپوزیوم ها



نشست هایی با موضوعاتی مثل تحول دیجیتال، مدل های کسب و کار جهانی، روندهای مصرف کننده و تأثیرات فناوری بر تولید غذا

فضاهای نوآوری و فناوری



Future Lab: پلتفرمی تجربی برای فناوری های آینده غذا (مثل غذاهای کشت پذیر از آزمایشگاه یا واقعیت مجازی)

SIAL Start-Up / Village: حضور چشمگیر استارت آپ ها (تا ۶۵۰ شرکت)، محلی برای معرفی راهکارهای zero-waste، فودتک، رباتیک و ...

چرا این موارد مهم هستند؟



- جهانی شدن و فرصت های تجاری: تعامل با بازارهای جدید در آفریقا و آسیا
- نوآوری فناوری: دسترسی به فناوری های آینده نگر
- ثبات زیست محیطی: نمایش تعهد واقعی صنایع به CSR و توسعه پایدار
- استفاده حرفه ای از داده و تحلیل: آگاهی از رفتار و خواسته های مصرف کنندگان

پیشنهادهای در جهت برگزاری هر چه بهتر نمایشگاه ها

۱- برنامه ریزی دقیق و تخصصی

- ❖ تقسیم بندی موضوعی غرفه ها: چیدمان غرفه ها با مسیرهای منطقی و موضوعی (مثلاً ارگانیک، فناوری غذایی، محصولات دریایی...)
- ❖ برنامه ریزی بلندمدت: تعیین تقویم اجرایی حداقل ۱۸ ماه پیش از رویداد
- ❖ زمان بندی دقیق نشست ها و کارگاه ها: پرهیز از هم پوشانی رویدادهای مهم برای جذب حداکثری شرکت کنندگان

۲- ارتقاء تجربه بازدیدکننده

- ❖ اپلیکیشن جامع نمایشگاه: شامل نقشه سالن، سیستم نوبت گیری، چت با غرفه داران و برنامه روزانه
- ❖ مسیرهای پیشنهادی بر اساس علاقه مندی (Guided Visitor Journeys)
- ❖ فضای استراحت با امکانات رفاهی (وای فای، غذای سالم، ایستگاه شارژ)
- ❖ خدمات ترجمه و راهنماهای چندزبانه برای بازدیدکنندگان خارجی

۳- افزایش تعاملات B2B

- ❖ سیستم ملاقات هدفمند: Matchmaking اتصال بازدیدکننده به غرفه دار بر اساس نیاز و حوزه فعالیت
- ❖ برگزاری نشست های خصوصی تجاری (Business Lounges)
- ❖ فضای استارتاپ + سرمایه گذار: ایجاد پلتفرم برای ارتباط میان نوآوران و سرمایه گذاران

۴- فناوری و دیجیتالی سازی

- ❖ غرفه های هوشمند با نمایشگرهای لمسی و تجربه واقعیت افزوده/مجازی (AR/VR)
- ❖ پلتفرم آنلاین مکمل (Hybrid Event) برای پوشش جهانی و شرکت از راه دور
- ❖ سیستم ثبت نام هوشمند و بدون کاغذ (Paperless)

پیشنهادهای در جهت برگزاری هر چه بهتر نمایشگاه ها

۵- پایداری و مسئولیت پذیری

- ❖ استفاده از غرفه های قابل بازیافت
- ❖ بازیافت پسماند مواد غذایی و ارسال به خیریه ها
- ❖ کاهش استفاده از پلاستیک و تولید بروشورهای دیجیتال
- ❖ اندازه گیری رد پای کربنی نمایشگاه و گزارش آن به شرکت کنندگان

۶- بازاریابی هدفمند و پیشرفته

- ❖ کمپین دیجیتال بر اساس گروه های خاص (مثلاً عمده فروشان، واردکنندگان، تولیدکنندگان محلی...)
- ❖ همکاری با اینفلوئنسرهای حوزه غذا و نوآوری
- ❖ استفاده از محتوای ویدیویی زنده (Live Coverage) و پشت صحنه ها برای ایجاد هیجان و تعامل
- ❖ طراحی «برنامه وفاداری» برای بازدیدکنندگان و شرکت کنندگان تکراری

۷- بین المللی سازی و تنوع فرهنگی

- ❖ دعوت از کشورهای نوظهور (مثل کشورهای آفریقایی، آسیای مرکزی) برای افزایش تنوع و فرصت همکاری
- ❖ برگزاری "روزهای ملی" برای معرفی غذا و فرهنگ خاص کشورها
- ❖ تسهیل دریافت ویزا برای بازدیدکنندگان و غرفه داران خارجی

۸- رزیابی و یادگیری پس از نمایشگاه

- ❖ انجام نظرسنجی دیجیتال در پایان نمایشگاه از بازدیدکنندگان و غرفه داران
- ❖ تحلیل داده های بازدید، تعامل و فروش برای بهبود رویداد بعدی
- ❖ ارائه گزارش عملکرد و نقاط قوت/ضعف به تمامی ذینفعان