

תיקן

- הקדמה
- מבוא
- פרק 1 הביתן הנבחר
- פרק 2 תהליכי הקמה
- פרק 3 184 ימי התעורוכה
- פרק 4 אירוזים
- פרק 5 מזכורות
- פרק 6 יחס ציבור ו נגישות תקשורתית
- פרק 7 השותפים





以色列
ישראל
ISRAEL

הקדמה

בשלהי קיץ 2007 שבתי ארצה לאחר חמיש שנים מופלאות של פעילות דיפלומטית בתפקיד שגרירות ישראל בבלגרד, סרביה ומונטנגרו. חדשים ספורים לאחר שובי למשרד בירושלים הצענו לי להלן פרויקט ייחודי של השתתפות ישראל בתערוכת אקספו 2010 שנחנאי, סין. הבנתי שתהא זו הפעם הראשונה שהמשרד החוץ מוביל את הקמת הבינן הלאומי בתערוכה יוקרטית זו, אך על אף שלושים שנות עבודה הדיפלומטיה בשלוש יבשות – לא העלותי על דעתך עד כמה המשימה זו תהיה מורכבת ומאתגרת.

פרויקט ישראל באקספו 2010 נולד ממשרד החוץ כחלק מהעבודה הכלכלית המתבצעת משרד, בבחינת הדיפלומטיה בשירות הכלכלה. בדומה לאיש העסקים – תפקוד הדיפלומט להוות הזדמנויות, ליציר חיבורים בין היכלות הישראלית להזדמנויות הללו, לפרוץ מחסומים רגולטוריים ובירוקרטיים, וליזום הזדמנויות לשיתוף פעולה, אירוחים ופגשים. במקורה זה של התערוכה השולמית – ההשתתפות בתערוכה איננה מעשה של שיווק מסחרי של חברות ישראליות לקידום שיוטפי פעולה ויוזא גרידא, אלא פעילות ממוקדת של דיפלומטיה ציבורית: מיתוג ישראל כמדינה יצירתיות בעלת מגוון יכולות מרשים.

בפברואר 2008, ארבעה חדשים לאחר החלטת הממשלה בנושא, נכנסתי לתפקיד. בלויית יצחק של, יונץ חיצוני שהתמנה בתחום התערוכות, העמ��תי להקים בגבci תורת הפעלה והרגשות בתחום התערוכות בכלל ובארגון תערוכות אקספו בפרט. באפריל ביקרנו לראשונה בסין לראשונה של מומ' עם מינהלת התערוכה. בסין למדנו להכיר מקרוב תרבות חדשה ושונה. קשיי התקשרות בהדרן שליטה בסיניות היו רק קשיים טכניים. קשה יותר היה הצורך להבין את נוהgi התרבות – וליצור בסופו של דבר הידברות שהניבה את שיתף הפעולה. אין ספק שלנה הפתק ענק בעולם של יצירתיות יצרות, ובשתי מדינות רוחניות כל כך, וכל זאת תוך כדי הובלת מספר צוותים במקביל – הייתה משימה מורכבת מאוד! אך, כמובן כל הקשיים והסיכונים, מופיע הבינן הישראלי היה לסיפור הצלחה! ומדינת ישראל זכתה למיתוג יוצא דופן בסין –



מאחורי ההצלחה הזאת עמד תהליך ממושך של תכנון, תקצוב, הקמה וניהול קפדי לאורך ששת חודשים התערוכה. מעבר לאתגרי ההנדסי שבבנייה בסין, היה מדובר בהקמת פלטפורמה שמצוינה יכולות כלכליות. לצורך בניית מיתוג לאומי שלבו תובנות של דיפלומטיה, כלכלה, יחס ציבור, שיווק וקידום המיצوب הנוכחי של ישראל בסין.

התמודדות עם מכלול האתגרים האלה חייבה ניהול נכון. נדרשנו ליכולות של אינטלקטואלית רגשית והבנת האתגר במבנה הבין תרבותי. הצלחת הפרויקט ומימוש החזון של מיצוב ישראל בסין חייבו ותרימה של הקבוצות השונות סביב חזון זה: הן את הספקים שהעצרמו במיקור חזן והן את הסגל הקבע והמסור של עובדי משרד החוץ. הספקים נויסו כולם בהתאם לחוק המכרדים ולהנחיות החשב הכללי, והתבצעו תכנון ועיצוב מוקדם של כניסה כל גורם וגורם, על פי לוח זמנים מוקף מראש.

מעולם לא תוכננה השתתפות ישראל בסדר גודל כפי שתוכנן ביטן ישראל באקספו 2010 בשנגחאי. זו הפעם הראשונה שהמדינה קיבלה החלטה כזו, שנתיים וחצי לפני האירען, העמידה תקציב נאות, גם אם צנע, כשמשר החוץ מוביל את התהליך בהצלחה ניכרת, ביחד עם השותפים. הוכח שהשלوب של הוובל פרויקט ממשלתי עם ייצוע מקצועי ע"י הסקטור הפרטלי במיקור חזן, אפשרי למורות כל המגבילות.

שנתיים של הכנות ותהליכי הקמה מפוטל. הגיעו לפתיחה התערוכה באביב 2010. כבר בתקופת ההרצה חשו באטרקטיביות של הביתן לקהל הסיני. מיקום הביתן הישראלי מול הביתן הסיני הענק עורר תגובות נלהבות מצד אלפי המבקרים הסינים. המיקום המרכזי אפשר לטעינה הישראלית להתחזרה היטב על תשומות לב המבקרים, מול שורה ארוכה של בתינים לאומיים יקרים וראוותניים. במשך ששת חודשים התערוכה (להוציא ימי ראש השנה ויום כיפור) ביקרו בביתן ישראל 16,500,500 מבקרים, מרביתם מרחבי סין, בקצב ממוצע של 16,500 מבקרים ביום. במהלך התערוכה זכו לקבול 1,307 משלחות אורחים חשובים, בעיקר מקרב הממשלה הסינית והסקטור העסקי. בסה"כ ארחנו בביתן 14,066 אורחים חשובים. כמו





cn ערכו 5 הפקות ענק שייצרו למעלה מ-40 הופעות תרבות על במות שונות בתערוכה. החסימה התקשורתי הכוללת של הביתן ואירועי הניבת 1,203, 1 דויחי תקשורת. סה"כ הערך הפרטומי של החסימה בכל אמצעי התקשורות, הכתובה, האלקטרונית והdigיטלית הגיע לשווי של למעלה מ-30 מיליון דולר!

במבל לאחר מכן, היה נכון להתייחס לאקספו כאל פרויקט ייחסי ציבור, שבו הביתן מהווה פלטפורמת שיווק לאומי. התערוכה הינה אירוח מדיה אחד גדול, המחולק לאירועי משנה. באירועים כאלה יש להקפיד ולדאוג להיות אטרקטיבי לא רק למבקרים - אלא גם לתקשורת, שתביא את המבקרים הבאים. במקורה של שנגחאי, הפק עצם ריבוי המבקרים בביטן וישראל לחדרה. הטיפול בתורים בכיסוה לביתן, שנולד כצורך שעה, יצר למעשה איטם איקוני, עם תורם. ניתן לישראל בתערוכת אקספו 2010 בשנגחאי סין היה להצלחה לפי כל הפורטטים שנמדדו: הן במספר שיא של המבקרים (ובמיוחד בעניין הרוב שהגיעה בו האליטה השלטונית והכלכלית) והן בחסימה התקשורתי. צייני ונורמי התקשרות בסין ומומחים לדיפלומטיה ציבוריית בעולם שבחנו את המיתוג של ישראל בתערוכה בסין שיבחו את השתתפות הישראלית ומסורת החדשנות שהובילה. מספר ערים ופארקים של תעשיית היי טק בסין הבינו רצון להעתיק את הביתן הישראלי. ביולי 2013 נחתם הסכם להקמת הביתן מחדש בסין, חלק מפרויקט המשחרר מבחן ביטנים לאומיים מאקספו 2010, במתחם עירוני חדש בעיר Xiamen שבפ羅ינציג'אן FUJIAN. ביתן ישראל החדש יהיה אחד מחמשת הביתנים שיוקמו במקום בשלב ראשון ובמה ביטני אוסטרליה, קנדה, פיליפינים וטורקיה. שאמן היה עיר תיירות פנים בסין המושכת אליה 40 מיליון מבקרים מדי שנה.

הביתן הייחודי של ישראל בתערוכת האקספו בשנגחאי היה איקון של דיאלוג! הביתן ייצג לא רק את הדיאלוג הפנימי ישראלי בין המסורת העתיקה והחדשנות המדעית והטכנולוגית - אלא אף את הדיאלוג בין ישראל לסין. הצלחת הקמת המבנה ההנדסי המורכב היותה את יצוחן שיתוך הפעולה בין שני עמים ושתי תרבויות שונות ביכולת השopia להרמונייה והנוחות להצלחה למרות כל הקשיים.

יפה קרארי, משרד החוץ