

הקמה ותפעול של ביתן ישראל בתערוכת האקספו העולמית בדובאי 2020

נספח ט"ז – בריף לחברות

1. אקספו דובאי 2020

1.1 פרטים כלליים

מהדורת האקספו העולמית בשנת 2020, תתקיים בדובאי (איחוד האמירויות). המארגנים אינם חוסכים מאמץ וכסף¹ כדי להפוך אותה ל"יוצאת דופן".

התערוכה תתקיים בחודשי החורף, בתאריכים 20 אוקטובר, 2020 – 10 אפריל, 2021 - תקופה בה הטמפרטורות נמוכות מ-30 מעלות ביום².

התערוכה תתקיים במתחם המוקם מן היסוד, באמצע הדרך בין דובאי ואבו-דאבי, ובקרבת שלושה שדות תעופה. שטחו הכולל של המתחם הוא 4.4 קמ"ר – שטח רחב משמעותית משטח האקספו העולמי הקודם במילאנו, לדוגמה. המתחם מחולק לשלושה מרחבים נושאים. במרחבים הנושאים ייבנו ביתני תצוגה של מדינות, של חברות וגם ביתני תצוגה קונספטואליים (מפת אב מוצגת בנספח).

המארגנים מצפים להשתתפותן של 180 מדינות (80 מדינות הודיעו על השתתפותן עד לסוף 2016). חלק מהמדינות יציגו במבנים עצמאיים המתוכננים על-ידיהן וחלק יציגו במבנים רב-מדינתיים (Clusters).

האתר מיועד להכיל עד 300,000 מבקרים ביממה, וסה"כ למעלה מ-50 מיליון איש. המארגנים מצפים כי בתערוכה יבקרו 25 מיליון, רובם מקומיים וממדינות שכנות, אך גם תיירים ואנשי עסקים זרים.



Expo 2020 Dubai site, Dubai South District

פיתוח האתר (תמונה של המארגנים)

¹ 9 מיליארד דולר במונחי 2017
² ממוצע רב-שנתי

1.2 דובאי

דובאי היא אחת משבע אמירויות המאוגדות באיחוד האמירויות הערביות, שבמפרץ הפרסי.

דובאי היא צומת של דרכים, של כלכלות ושל אנשים: היא ממוקמת על הדרך בין הודו והמזרח לבין המערב. מתקיים בה אזור סחר חופשי, ואין בה מסים על עבודה ורכוש. כך הפכה דובאי ל-HUB בינלאומי להעברת סחורות מקצה אחד של העולם לקצה שני, ולמרכז עסקי ופיננסי חשוב. דובאי נמצאת במרכז של רשת עסקית בינלאומית, המבוססת על גופים עסקיים מקומיים וזרים (למשל, רשומות בתחומה כמעט 50,000 חברות זרות).

במקביל יש בה מנעד אנושי מגוון – כ-70% מ-2.8 מיליון תושביה³ הם זרים, רובם אסייתים. מנעד זה מתורגם לריבוי של שפות, מאכלים ומנהגים, אף כי היסודות הערבים והמוסלמים שולטים בה. מבקרים מתארים אותה כמרחב קוסמופוליטי, כמקום שבו ניתן לראות אנשים לבושים בביגוד ערבי מסורתי לצד אחרים הלבושים בלבוש מערבי.

נמל התעופה הבינלאומי שלה מדגים את מיקומה של דובאי כצומת: זהו הנמל העמוס ביותר בעולם בתנועת נוסעים בינלאומית, ובמקום השישי מבחינת תנועת מטען.

לדובאי חשוב להרחיב את מעמדה המרכזי לזירות נוספות. לצורך כך המדינה משקיעה, למשל, באירוח של פעילויות ספורט בינלאומיות ובבניית תשתיות ומבנים אייקונים. תכנית אסטרטגית מכוונת לעידוד תיירות נכנסת, כדי להפוך אותה לגורם מוביל גם בענף זה.

דובאי חווה הצלחה כלכלית בזכות הנפט שבשטחה ומיצובה כמוקד סחר. הצלחה זו אפשרה פיתוח תשתיות מודרניות בקנה מידה גדול, והטמעה של טכנולוגיות חדשות רבות במערכות המדינה. הממשל אף קיבל החלטה להמשיך ולהשקיע בטכנולוגיות מתקדמות, במיוחד בתחום האנרגיה מתוך שאיפה להובלה בתחום וכהיערכות לכליה העתידית של הנפט. דובאי מעוניינת כעת להפוך למעבדת טכנולוגיה, ולצומת נוסף – של ידע.

מבקרים בדובאי מדווחים שהציבור המקומי חובב טכנולוגיה מתקדמת, ושרבים נוהגים להתחדש במוצרים המתקדמים ביותר גם אם אלו שברשותם מתפקדים כראוי.

הממשל המקומי מסתכל לעתיד לא רק במונחים טכנולוגיים, אלא גם במונחים אנושיים והוא רואה חשיבות רבה בטיפוח הדור הצעיר. לצורך כך, למשל, מונה שר לענייני נעורים. התפיסה שמנחה את הממשל היא, כי צעירי דובאי יעמדו במרכז של רשת הפרוסה בין צעירים ממדינות שונות.

³ הערכה נוכחית המבוססת על מידע המתבסס על-ידי הרשויות. הרשות הלאומית לסטטיסטיקה בדובאי העריכה כי בסוף שנת 2014 התגוררו בה 2.3 מיליון. בפועל מספר העובדים בה גדול עוד יותר

התמות המזוהות עם דובאי ומדיניות ממשלתה באות לידי ביטוי בנושאי התערוכה.

הנושא המרכזי הוא **Connecting Minds, Creating the Future**. תחת נושא זה המארגנים מבקשים לקדם יצירתיות וחדשנות, שותפות ומעורבות, והשפעה מוחשית: ליזום חשיבה חדשה ולהציע פתרונות חדשניים, לקדם שיתופי פעולה בינלאומיים (מדינות וארגונים), לטובת השפעה ארוכת טווח הניתנת לכימות לשיפור החיים על פני העולם, תוך דגש על מזה"ת, אפריקה ודרום אסיה.

במסמך⁴ של המארגנים נכתב:



EXPO 2020
دبي، الإمارات العربية المتحدة
DUBAI, UNITED ARAB EMIRATES

"We believe the theme of Expo 2020 Dubai, 'Connecting Minds, Creating the Future', encapsulates what we aim to achieve as the first World Expo to be held not just in the UAE, but in the MEASA region. Our

ambition is to create a transformative World Expo; to showcase global innovations to the region and beyond; to engage the global community and to drive advancements and innovative solutions in the fields of Opportunity, Mobility and Sustainability, leaving behind a strong social and economic legacy".

"Our theme is about forging essential, smart partnerships across three key priorities – Opportunity, Mobility and Sustainability – **to inspire and shape the future for a better world**".

נושא האב מחולק לשלושה נושאי משנה, ש"צובעים" כל אחד משלושה מתחמי ביתנים:

- **Opportunity** – ההזדמנות נמצאת בלבו של תהליך הפיתוח, ומבטיחה פתיחתם של אופקים חדשים, בשדות כגון חינוך, תעסוקה, תעשייה, הון וממשל. למשל, איך תיראה הכיתה בשנת 2050? אילו עיסוקים יאפיינו את עולם העבודה? איך ייראה כסף? האם הציבור יהיה פעיל בהחלטות ממשלה?
- **Mobility** – הניידות מהווה את הגשר למימוש ההזדמנות באמצעות חיבור אנשים, סחורות ורעיונות, והנגשה של שווקים, ידע וחדשנות. תחת ניידות מתקיים עיסוק בנושאים מגוונים, בהם תחבורה ותנועה (אמצעים, מצבים ותשתיות), התניידות אישית (ובכלל זה של נכים), לוגיסטיקה להעברת סחורות, דיגיטציה כבסיס לאפשרויות צריכה חדשות של מידע, שירותים והוויות.
- **Sustainability** – קיימות מספקת את הקווים המנחים לתהליכי המימוש של ההזדמנויות, ובהם הכוונה לעשייה של יותר עם פחות, הגנה על הסביבה ושימורה עבור הדורות הבאים. הקיימות

עוסקת בין היתר בשימור המערכות האקולוגיות, בניהול יעיל של מקורות ובחיפוש אחר מקורות חדשים, בעיצוב סביבה אורבנית שהיא בת-קיימא, בהתמודדות עם שינויי האקלים ובפיתוח עקרונות לכלכלה בת-קיימא (בהקשר זה ראוי לציין, כי המארגנים הציבו יעד שאפתני לשימוש במקורות מתחדשים לצורך הפעלת התערוכה עצמה).

המארגנים מעוניינים, כי המבקרים בתערוכה ישתתפו בחוויה **מבדרת, מלמדת ומעוררת השראה**.

המארגנים מבצעים פעולות רבות להפוך את האירוע למקום מפגש עבור **קהילת העסקים** – כבר בשלב הנוכחי, שבו יצרו פורומים של ספקי שירותים מכל העולם שיכולים להתמודד ולהצטרף להקמה.

2. ישראל והאקספו

מאז היווסדה, השתתפה ישראל במרבית תערוכות האקספו – העולמית והבינ"ל.

בעשור האחרון השתתפה ישראל בכל מהדורות האקספו:

- בשנים 2010 ו-2015 במהדורות העולמיות בשנחאי ומילאנו.
- בשנים 2012 במהדורה הבינ"ל ביוסו ובאסטנה (2017).

בכל התערוכות האלו הביתן הישראלי ניצב במיקום מרכזי, וזכה להצלחה גדולה: בהצלחה להעביר את המסר הנדרש על-ידי המארגנים, במספר המבקרים בו וברושם שהשאיר על מבקרי התערוכה ובעיקר על המבקרים בתוכו.

כמו תערוכות האקספו האחרונות תערוכת האקספו בדובאי מהווה **הזדמנות** גדולה עבור מדינת ישראל להציג את **נכסיה** הכלכליים, הערכיים, והתיירותיים, באופן התואם לתמה של התערוכה.

בהשוואה לתערוכות הקודמות, התערוכה בדובאי מהווה הזדמנות גדולה עוד יותר משני טעמים:

1. הן נושא התערוכה העיקרי (Connecting Minds) והן נושאי המשנה (Opportunity, Mobility, Sustainability) הינם נושאים שבהם לישראל נכסים ייחודיים, המוכרים על-ידי מדינות וקהילות עסקיות משמעותיות בעולם, ובכלל זה במדינות ערב.
2. קיום התערוכה בדובאי מהווה פלטפורמה יוצאת דופן, ובשלב זה חד פעמית, להציג את הנכסים האלו בקרב קהלים שבדרך-כלל אינם יכולים ללמוד עליהם ו/או לחוות אותם ממקור ראשון.

3. מטרות ישראל בתערוכה

ישראל מבקשת לנצל את ההשתתפות בתערוכה לצורך מימוש מספר מטרות.

מטרת העל: חיזוק משמעותי של הקול בעולם הערבי, המביע שאיפה ליצור קשר וחיבור עם ישראל, כדי ליהנות מנכסיה.

מטרות מפורטות:

1. **להשוף באופן בלתי אמצעי בפני מבקרים בביתן ובתערוכה, ובקרב קהלים נוספים במזרח התיכון את ישראל:**
 - **כמעצמה של חדשנות**, המציעה חזון ואופק בהתמודדות עם אתגרי האנושות תוך דגש על אתגרים בסביבה המידית – חקלאות, מים, רפואה, תקשורת וסייבר;
 - **כחברה פתוחה ורב-גונית, המספקת זכויות שוות** לכל תושביה, ובהם ערבים ונשים, ובני כל הדתות;
 - **כחברה המכבדת את עמי ותרבויות המזרח-התיכון;**
 - **כמדינה שהחיים בה נורמליים;**
 - **כמדינה מוכרת ומכובדת** בין מדינות העולם ולה קשרים רשמיים עם 160 מתוך 200 מדינות.
 2. **לעורר בקרב מבקרי הביתן (ואם ניתן כלפי מבקרי התערוכה) הערכה כלפי האופן שבו ישראל פועלת לקידום איכות החיים בעולם, למשל באמצעות הפצת טכנולוגיות חקלאות ומים למדינות אפריקה.**
 3. **לעורר בקרב מבקרי הביתן (ואם ניתן כלפי מבקרי התערוכה) השראה, כמי שנחשפו לחזון ישראלי פורץ דרך.**
 4. **לייצר שיה ברשתות החברתיות העוסק בנכסי ישראל, תרומתה לעולם ותרומתה הפוטנציאלית למדינות המזרח התיכון.**
 5. **לספק פלטפורמה לפיתוח עסקי – נקודת מגע ראשונית בין גורמים ישראלים ואנשי עסקים שיבקרו בתערוכה.**
- מתוך כך, להרחיב את מסגרת ההתייחסות לישראל, כך שתכלול את הרוח הישראלית של חדשנות, יזמות ויצירתיות.

4. מאפייני הביתן

4.1 קהל יעד

מוצא:

- אמנם בתערוכה צפויים לבקר בני לאומים רבים, חלקם תושבי המפרץ וחלקם תיירים, אך קהל היעד העיקרי של הביתן הינו **קהל ערבי**: בראש ובראשונה תושבי המפרץ אך גם תושבי מדינות ערב אחרות, בין שהם מבקרים בו ובין שהם נחשפים אליו באמצעות התקשורת.
- קהל משני הינו קהל מבקרים ש**מוצאם במדינות אסיה**.
(ראו נספח ב' - צפי מספר מבקרים והתפלגותם)

סוגי מבקרים: צפויים להגיע הן מבקרים באופן פרטי והן אנשי עסקים.

גיל ומגדר:

- צפוי כי נתח המבקרים הגברים יהיה גבוה מנתח הנשים.
- לא קיימת הערכה לגבי התפלגות הגילאים. יחד עם זאת, הביתן הישראלי צריך להדגיש את הפנייה לקהל צעיר (בני עשרים ושלושים), שהם בעלי זיקה חזקה יותר למערב ועושים שימוש תדיר ברשתות חברתיות.

הביקור בתערוכה צפוי להיערך במגוון סוגי התארגנויות, בהם:

- משפחות (בעיקר בסופי שבוע).
- חבורות של גברים (בחלקם אנשי עסקים).
- אנשי עסקים מקומיים המארחים אנשי עסקים זרים.

4.2 גורמי משיכה והערכה אפשריים

קיימת הערכה, כי עצם קיומו של ביתן ישראלי בתערוכה במדינה ערבית יהווה אטרקציה בפני עצמה למבקרים. זאת הזדמנות עבורם לבקר "בישראל" תחת מסגרת לגיטימית.

ככל שידוע כיום, תושבי המפרץ מעריכים את יכולות ישראל בתחומים הבאים:

- טכנולוגיה (כללית)
- טכנולוגיות מים / התפלה
- טכנולוגיות חקלאיות, בדגש על פרויקטים בתחום המדבור
- מו"פ רפואי ושירותי רפואה
- התגוננות מול סייבר
- אנרגיות מתחדשות

קיימת הערכה גם להיבטים תרבותיים בישראל: "עם הספר", משפחתיות, שמרנות שעברה התאמה לתקופה, שפה שמית. קיימת הערכה כי המשיכה עשויה להתחזק באמצעות הצגתה של **ישראל כחלק**

מהמרחב (ולא כגורם מתבדל) וכבעלת קשר תרבותי עמוק לתרבות ערב – קשר היסטורי המתקיים למשל באמצעות חכמים יהודיים שחיו במדינות ערב, וקשר המתקיים בימים אלו בהקשרים של תרבות פופולארית (שפה ערבית כשפה רשמית בישראל, שירים וזמרים, מזון ומסעדות, חברות רב-תרבותיות).

אנשי עסקים מקומיים מעריכים טכנולוגיה ישראלית, שהיא חדשנית, בשלה ומוכחת.

4.3 יסוד נרטיבי

על מסגרת הנרטיבית להלום את הנרטיב המרכזי של המותג ישראל, כמוצג להלן. יחד עם זאת, נדרש לבצע התאמות ולהציע מסר מדויק ההולם את המטרה, קהל היעד והתמה של המארגנים, באופן שאינו עומד בסתירה למסגרת הנוכחית.

ישראל היא מדינה צעירה ששורשיה נטועים במסורת הנמשכת למעלה מ-3,000 שנה.

מאז ועד ימינו, העם היהודי ואחר-כך מדינת ישראל, חווים אילוצים וקשיים אובייקטיביים, כגון מחסור במים ובשטח. כדי להישרד, לצמוח וללבלב אין מנוס מלבד התמודדות ישירה עם הקשיים. זהו הבסיס התרבותי לאנרגיה הייצירתית המפעמת בקרב תושבי ישראל – אנרגיה הבאה לידי ביטוי ב-**יצירה, חדשנות ויוזמה**. כך התפתח והשתבח המשאב הזמין העיקרי – ההון האנושי.

היכולות הללו באו לידי ביטוי לאורך ההיסטוריה היהודית, ובכלל זה גם בקהילות היהודיות שישבו במדינות ערב, שהצמיחו הוגים ומחדשים כגון הרמב"ם וסעדיה גאון. הן ממשיכות לבוא לידי ביטוי כיום, למשל בשיעורם הבולט של יהודים מקרב חתני פרס נובל.

מאז היווסדה מדינת ישראל ממוצבת בין המדינות המובילות בתחומי המדע, המו"פ והחדשנות, במגוון תחומים: מתחום החלל ועד הננו-טכנולוגיה, ממחקר רפואי ועד חקלאות. העדויות לכך רבות, כגון מספר חברות הסטארט-אפ הפועלות בשטחה, מספר הפטנטים לנפש והצלחתה להבטיח מים ומזון לכל תושביה בסביבה מדברית.

ישראל של היום היא מדינה שוקקת ומעוררת השראה, המשלבת: עבר ועתיד, חברה רב-תרבותית שהשילוביות שמתקיימת בה מייצרת גוון ייחודי וחדש, חום אנושי ואהבת אדם.

ישראל כיום היא "אסם של ידע" אותו אנו מבקשים להמשיך ולחלוק עם העולם ולטובת שיפור איכות החיים של כל תושבי כדור-הארץ.

4.4 מגבלות (בתחום המסר והתצוגה)

נוכחות ישראל בתערוכה אינה שגרתית. קיים חשש שגורמים שלא יראו את השתתפותה בעין יפח ינסו לבסס קמפיין דה-לגיטימציה להשתתפות ישראל ולביקור בביתן הישראלי. לכן, יש לבחור את מוטיבים בזהירות רבה (בעיקר בהקשר חזותי).

- בין יתר הנושאים שעלולים לעורר מחלוקת:
- חוסר כבוד למרחב ולתרבות השכיחה בו
 - פוליטיקה / מדיניות
 - ביטחון / צבא
 - דת

4.5 מבנה

כמו במהדורות האקספו העולמי האחרונות, ישראל תשתתף בביתן עצמאי ובכנייה עצמית. **יחד עם זאת, טרם התקבל אישור מהמארגנים לכך. לאור זאת, יש צורך לתכנן שתי חלופות: ביתן עצמאי, וביתן המצוי במבנה שהוא צביר של מדינות (Cluster).**

4.6 חוויה ו-טון

כללי

נסיכות/העיר דובאי, כמו יתר הנסיכויות המרכיבות את 'איחוד האמירויות הערביות', מאופיינת בבניה מונומנטלית. מהמגדל הגבוה בעולם (ועוד אחד, גבוה ממנו, צפוי להיבנות בקרוב) ועד שרשרת האיים המלאכותיים בצורות מפת העולם ועצי דקל, שהולכים ומאוכלסים במלונות ובתי פאר. מתחם אקספו עצמו, נבנה לשימוש עתידי (Expo Legacy), וכל המתחמים הקבועים משקפים את האדריכלות המאפיינים את העיר. יתר על כן, הביתן הישראלי מצוי בסמוך לכיכר המרכזית (Al Wasl) וביתן המדינה המארחת. שניהם, מרשימים באופן יוצא דופן.

אדריכלות הביתן

על רקע זה, ובמגבלות התקציב להשתתפות הישראלית, **אנו מצפים לתכנון מבנה אדריכלי בולט. שונה.**

המיצג

המיצג צריך להשאיר שלוש תחושות עיקריות:

- משהו חדש. "לא ראיתי עדיין דבר כזה".
- מיצג שניתן לתייג במילה אחת. במילנו - "השדה הנטוי". באסטנה – "הביתן עם הריקוד".
- השראה שתביא לפעולה - המבקר בביתן ירגיש צורך לחלוק החוויה עם אחרים.

על המבנה והתצוגות הנמצאות בו לייצר חוויה חושית אשר תעורר בקרב המבקרים **רגשות חיוביים והשראה**, כמסגרת המאפשרת להעביר מסרים ומידע רלוונטיים.

יחד עם זאת, ראוי לציין כי על הביתן לשדר את הצניעות הראויה: מדינות אחרות יבנו ככל הנראה מבנים גדולים וזוהרים יותר; קהל המטרה העיקרי מורגל בשיטוט במבנים "בומבסטיים".

4.7 היחס למדינה המארחת

כמו במהדורות אקספו קודמות, התצוגה הישראלית תשמור ותכבד את המסורת של המדינה המארחת. על בסיס עיקרון זה השפה שתוביל את הביתן הישראלי היא השפה הערבית, כשהשפה המשנית תהא אנגלית.

4.8 הרחבת הנוכחות

- יש לשקול הרחבת נוכחות ישראל בתערוכה באמצעות אמצעים נוספים בהם:
- אפליקציה של הביתן הישראלי – באם מפותחת נדרשת להיות מובילה מבין אפליקציות שיוצגו ככל הנראה על-ידי ביתנים אחרים, פונקציונלית ומספקת ערך מוסף למשתמשים, כך שהם ימליצו גם למי שלא הגיע לתערוכה לעשות בה שימוש.
 - מתן מזכרות למבקרים ולחילופין פתיחת דוכן מזכרות - מעשה כזה תואם את דרך החיים במקום, ומהווה הזדמנות להפיץ מוצרים עם סמל ישראלי, במרחב בו בדרך-כלל אין לכך לגיטימציה. במידה שתיפתח במקום חנות מזכרות, היא יכולה לכלול מוצרים המייצרים קשר לתרבות ישראל ו/או לנכסיה, כגון: שמן זית, חלווה, **המסות**, מוצרי טכנולוגיה אישיים כמו דיסק או קי, מוצרי טכנולוגיה חקלאית אישיים כמו יחידות השקיה לעציצים.

נספח א': תכנית אב למתחם התערוכה (מתוך: Expo 2020 Dubai 2016 annual review)

Expo 2020 Dubai Masterplan

A) Conference and Exhibition Campus
The Conference and Exhibition Campus will have over 35,000m² of floor area for the Expo 2020 Dubai event. The facility is being developed by Dubai World Trade Centre (DWTC) on behalf of Expo 2020 Dubai. In legacy, it will provide a major event and exhibition venue for Dubai that will be owned and operated by DWTC.

B) Sustainability Pavilion
The Sustainability Pavilion will be built on a 29,000m² plot with a floor area of 17,000m². The building is being designed by Grimshaw Architects and is being developed and delivered by Emaar on behalf of Expo 2020 Dubai. True to its sub-theme, the pavilion will target net zero energy by harvesting its energy from solar panels. Humidity harvesting systems will also be used to achieve ambitious water usage targets.

In legacy, the Sustainability Pavilion is intended to become a Science Exploratorium with an emphasis on inspiring and empowering youth to become standard-bearers for the better stewardship of our planet.

C) Mobility Pavilion
The Mobility Pavilion will be built on a 12,000m² plot. The building is being designed by Foster + Partners and during the Expo event it will have approximately 15,000m² floor area, including 4,000m² of exhibition space. To complement the participants' own exhibits, the Mobility Pavilion will provide visitors with the opportunity to explore the Mobility sub-theme in depth.

This building is also being developed and delivered by Emaar on behalf of Expo 2020 Dubai and in legacy is intended to be transformed into high-end office space.

D) Thematic Districts
Branching out from the central connection space of Al Wasi Plaza are three petal-shaped Thematic Districts dedicated to our sub-themes of Opportunity, Mobility and Sustainability. Their shape reflects the overlapping segments of three interconnecting circles, symbolising the overlapping nature of our sub-themes.

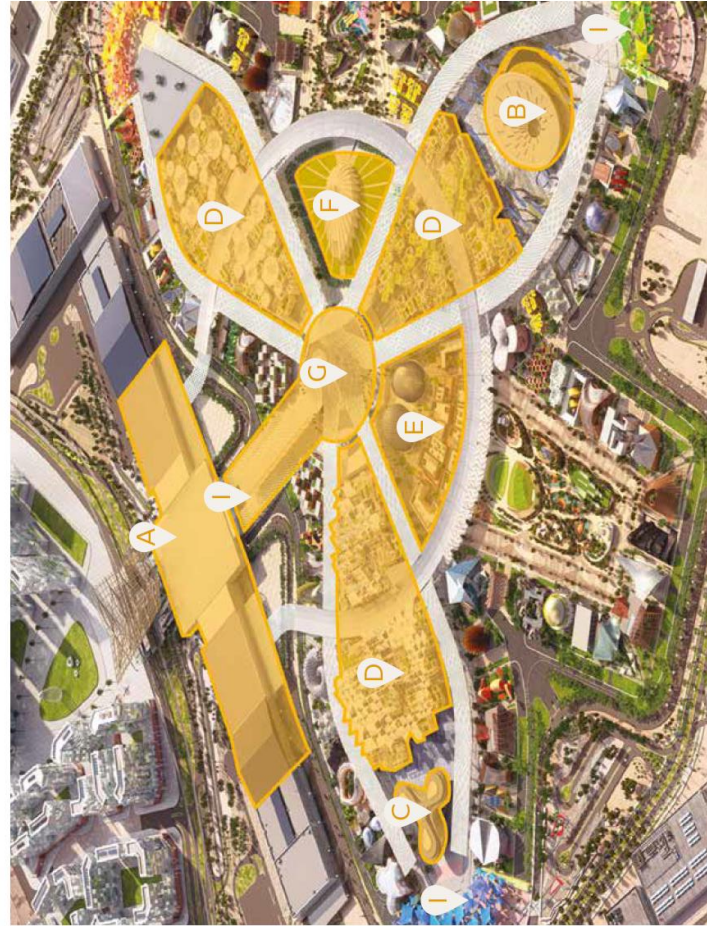
The Thematic Districts, being designed by Hopkins + Partners, will have a total plot size of 145,000m² and extensive basement areas. The area will house over 120 pavilions including assisted, rented and service pavilions. The AED 2.2bn construction contract has been awarded to Al Futtaim Carillion.

E) Culture Plaza
The site will include a Culture Plaza, which will be a space dedicated to the local and Arab identity and culture. The plaza will showcase UAE and Arab values, traditions, religion, heritage and ecosystems and will be made up of three main elements:

- A Vision Pavilion showcasing the evolution of Dubai
- The Desert Heroes; an area dedicated to celebrating the wildlife of the UAE
- A House of Knowledge to highlight the impact that Islam has had on humanity.

F) UAE Pavilion
The UAE Pavilion will be built on a 15,000m² site facing Al Wasi Plaza at the centre of the Expo 2020 Dubai site. The Pavilion has a floor area of 8,500m², and is being developed by Masdar on behalf of the National Media Council.

Spanish architect Santiago Calatrava created the design for the UAE Pavilion, which will include special visitor lounges and exhibition areas to showcase the UAE to visitors of Expo Dubai 2020. The opportunities for its use in legacy are being assessed by the National Media Council.



C) Al Wasi Plaza
Al Wasi Plaza is at the heart of the Expo site in geographical location, orientation and the visitor experience. It will serve as a gateway to each Thematic District and will be the central open public space, functioning as the main point of orientation for visitors, as well as an events and entertainment hub, hosting large-scale events, performances and concerts. Al Wasi Plaza will also be the key public space for the National Day celebrations of the participating countries, as well as forming an integral part of the Opening and Closing Ceremonies.

Al Wasi Plaza is being designed by Adrian Smith + Gordon Gill Architects from Chicago, USA.

H) Shade Structure
The Expo 2020 Dubai site will also include a shade structure of approximately 6,000 metres in length, covering the primary walkways, an area of approximately 200,000m².

The shade structure is being designed by the German engineering, design, and sustainability firm, Werner Sobek.

I) Public Realm
Across the whole Expo 2020 Dubai site will be a Public Realm that is being designed by AECOM. The Public Realm will be comprised of several components, including hospitality facilities, seating and rest areas, parks, exhibitions, water features, performance areas and landscaping. The Public Realm will also include four welcome plazas, one of which will lead from the metro station that will be constructed adjacent to the main entrance to the site. The car park areas, which will provide approximately 30,000 car parking spaces, lead to the other three welcome plazas that are situated at the entrance to each of the Thematic Districts.



Sustainability Pavilion



Shade Structure



Mobility Pavilion

Expo 2020 Dubai Masterplan

נספח ב': צפי מספר מבקרים והתפלגותם

מארגני האקספו מעריכים שמספר הביקורים בתערוכה יהיה 25.2 מיליון.

25% תושבי UAE

75% תיירים



Source: Federal Competitiveness and Statistics Authority of the UAE

האוכלוסייה המקומית:

סה"כ תושבים: 9.5 מיליון

עפ"י ההתפלגות הבאה:

9% - אזרחי UAE

52.5% - עובדים זרים מאסיה

33.5% - עובדים זרים ממדינות ערב

5% - עובדים זרים ממקומות אחרים

התיירות ל-UAE

בשנת 2017, ביקרו ב-UAE

15.8 מיליון תיירים

להלן התפלגות, עפ"י מוצא:

21% - מערב אירופה

19% - מדינות המפרץ

18% - דרום אסיה

11% - מזה"ת וצפון אפריקה

11% - צפון אסיה ודרום מזרח אסיה

7% - רוסיה, CIS ומזרח אירופה

6% - אמריקה (צפון ודרום)

5% - אפריקה

2% - אוסטרליה



Source: Department of Tourism and Commerce Marketing of Dubai