

INTERVJU: mag. Iztok Bricl, direktor Gospodarskega razstavišča

V Ljubljano se vrača avtomobilski salon

Na Gospodarskem razstavišču bo prihodnje leto od 27. marca do 2. aprila Avtomobilski salon Slovenije. »Velik izziv je bil, kako največjo sejmsko prireditev s področja avtomobilizma v Sloveniji po skoraj 20 letih znova pripeljati v Ljubljano,« je dejal direktor Gospodarskega razstavišča, mag. Iztok Bricl. Dodal je, da bodo zadnje smerne avtomobilске industrije predstavili na 12 tisoč kvadratnih metrih razstavnih površin, pričakujejo pa sto tisoč obiskovalcev.

■ Kako vam je uspelo po toliko letih znova obuditi ta dogodek?

Že 24. Avtomobilski salon Slovenije načrtujemo skupaj s sekcijo za osebna motorna vozila pri Trgovinski zbornici Slovenije. V sekciji so si bili edini, da salon poteka prihodnje pomlad na Gospodarskem razstavišču v Ljubljani, kjer bo dosegljiv največjemu krogu ljudi. K takšni odločitvi je pripomogla tudi odlična izkušnja organizatorjev iz Zagreba, kjer je salon letos spomladi privabil 130 tisoč obiskovalcev. Prodaja avtomobilov v Sloveniji raste že zadnji dve leti, kar je odlično tudi za slovensko gospodarstvo. Organizatorji smo prepričani, da si ljudje želijo videti nove avtomobile, da moramo zanje pripraviti zanimivo predstavitev in jim pokazati novosti takoj za salonom v Ženevi tukaj, v Ljubljani.

■ Ta salon bo verjetno precej premešal vrstni red največjih sejmov na Gospodarskem razstavišču. Je že znano, kakšna bo njegova prihodnost?

Salon bomo izpeljali takoj po sejmu Dom, zato nam bodo na voljo dodatne razstavne površine v montažnih dvoranah. Sicer pa bo Avtomobilski salon Slovenije bionalni, potekal bo vsako drugo leto. Glede preostalih sejmov v naši organizaciji lahko rečem, da želimo postopoma spremeniti le nekaj terminov, ki bodo bolj prijazni do razstavljalcev in obiskovalcev.

■ Ali se na sejmskem področju prihodnje leto napoveduje še kakšna novost?

Sejme nenehno posodabljam, razvijamo spremljevalni program z brezplačnimi svetovanji za obiskovalce, aktualnimi temami in strokovnimi posveti. Nekaj manjših sejmskih prireditev pa bodo pri nas organizirali zunanji organizatorji. Sejmu za aktivni turizem v naravi Natour Alpe-Adria smo pred letom dni priklučili še poslovno borzo z ambicijo, da se turizem v Sloveni-



„Avtomobilski salon Slovenije bo vsako drugo leto.“

ji še uspešneje predstavi tujim agencijam in drugim poslovnim subjektom.

■ Letos ste tradicionalni jesenski sejem Ambient nadgradili z dodatnim sejmom Dom plus. Zakaj ste to storili in kako se je ta poteza obnesla?

Ankete na pohištvenem sejmu Ambient Ljubljana, ki že tradicionalno poteka vsako leto novembra, in spomladanskega graditeljskega sejma Dom so pokazale, da kar veliko ljudi na njih pogreša programe, ki se nekako dopolnjujejo. Zato smo se odločili, da sejmu pohištva in notranje opreme Ambient Ljubljana dodamo jesensko različico našega največjega sejma Dom. Sejmu pohištva smo dodali graditeljske vsebine v programih stavbnega pohištva, ogrevalne in hladilne tehnike, montažnih hiš, varovanja ter urejanja okolice. Dva sejma pod isto streho, Ambient Ljubljana in Dom plus, sta pritegnila več kot 30 tisoč obiskovalcev.

■ Kaj pomeni ta sejem za slovensko lesnopredelovalno industrijo, katere obseg se je zelo skrčil?

Čeprav je v vmesnem obdobju prišlo do recesije celotne panoge, se je trend zdaj obrnil v pozitivno smer. Sektor, ki se ukvarja s proizvodnjo hiš in opreme, je pridobil izvozno konkurenčnost. V zadnjem času je tudi slo-

venska vlada prišla do spoznanja, da se z lesom, ki ga imamo v Sloveniji v izobilju, da nekaj več narediti. Zato so v okviru gospodarskega ministrstva ustanovili direktorat za lesarstvo, ki že izvaja številne aktivnosti za revitalizacijo lesarske panoge in razvoj lesarskega sektorja v Sloveniji. Vse to je v prid sejmski dejavnosti v naši organizaciji, ki si z našima največjima sejmom - sejmom Dom, ki privabi prek 55 tisoč obiskovalcev, in z Ambientom Ljubljana - že desetletja prizadeva spodbujati razvoj lesnopredelovalne industrije pri nas. Obiskovalcem predstavljamo zadnje oblikovalske dosežke v njej, najboljše nagradami top 5, ki jih še posebej postavimo na ogled. Veliko prizadevanj vlagamo tudi v promocijo mladih ustvarjalcev s projektom Top ideje. S ponosom lahko rečemo, da mladi ustvarjalci prepoznavajo projekt Top ideje kot izredno priložnost. Ne nazadnje je bil prav ta dogodek za marsikaterega ustvarjalca eden izmed pomembnih korakov pri njegovi uveljavitvi na trgu. Tu gre poudariti, da Gospodarsko razstavišče vsako leto poskrbi za medijsko prepoznavnost oblikovalskih presežkov in jih tudi tako približa slovenski javnosti.

■ Kakšna je bila letošnja sezona kongresnih prireditev? Kongresna dejavnost na Gospodarskem razstavišču goto-

■ Kakšno kongresno leto pričakujete prihodnje leto?

Septembra imamo potrjen večji medicinski kongres EUROSON s približno 800 udeleženci, dogovori za štiri druge kongrese pa so v sklepni fazi.

■ Kašno je letos razmerje v prihodkih med sejmsko, kongresno in prireditveno dejavnostjo?

S sejmsko dejavnostjo ustvarimo približno 60 odstotkov prihodkov, preostalih 40 odstotkov pa z nesejmskimi dejavnostmi.

■ Ali v kratkem prihaja na Gospodarsko razstavišče tudi kakšna nova odmevna razstava?

Gospodarsko razstavišče je vse bolj prepoznavno po svetovnih interaktivnih razstavah za kar najširšo javnost. Razstave Razkrita telesa, Genij - Da Vinci, Možgani - zgodba od znotraj ter 1001 izum so v nekaj mesecih privabile od več 10 tisoč do 70 tisoč obiskovalcev. Za v prihodnje smo v dogovorih za svetovno razstavo, ki bo obravnavala človekovo zdravje. Podrobnosti o njej naj za zdaj ostanejo skrivnost.

DELAVNICE

IGRALNICE TEKMOVANJA

LEGO KREACIJE

planet Kock

1.-4. december, Gospodarsko razstavišče

www.planetkock.si