

اولین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک ایران

اشاره:

اتاق بازرگانی تهران، عصر دوشنبه میزبان صنعتگرانی بود که به بهانه هم‌اندیشی در خصوص برگزاری اولین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک ایران توسط اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک دور یکدیگر جمع شده بودند. در این جلسه ضمن اشاره به تلاش‌های فراوان جهت ثبت مجدد نمایشگاه پوشاک در تقویم نمایشگاهی کشور، ضرورت حضور قدرتمندان برندهای مطرح و معتبر پوشاک کشور برای تغییر نگرش مخاطبان (از یک صنعت ورشکسته و بحران‌زده به صنعتی پویا، استوار و قابل رقابت با برندهای خارجی) مورد اشاره قرار گرفت.



گرفته نشده است. در بحث تبلیغات و اطلاع‌رسانی مخاطبان این نمایشگاه شبکه توزیع و فروش داخلی (صاحبان فروشگاه‌ها، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و مراکز بزرگ خرید) هستند و مانند نمایشگاه‌های بهار یا پاییز به دنبال جذب افزایش کمیّت بازدیدکنندگان و عدم دستیابی به کیفیت موردنظر نیست. دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک یادآور شد: سال گذشته کیفیت حضور برندها در نمایشگاه علی‌رغم وجود مشکلاتی، بسیار چشمگیر و فراتر از انتظارات ما بود و سعی می‌کنیم این مشکلات را در نمایشگاه امسال به حداقل برسانیم تا با آرامش بیشتری به استقبال این رویداد بزرگ برویم.

سال گذشته با نمایشگاه امسال را مترتاز نمایشگاه دانست و گفت: سال گذشته در فضایی به وسعت ۳ هزار متر مربع جشنواره پوشاک برپا شد اما فضای نمایشگاه امسال بالغ بر ۶ هزار متر مربع خواهد بود، ضمن این‌که طبق قوانین نمایشگاه، برای جشنواره‌ها امکان اختصاص سالن‌های بهتر و مجهزتری وجود ندارد که خوشبختانه با تبدیل جشنواره پوشاک به نمایشگاه، ۳ سالن از میان بهترین سالن‌های نمایشگاه بین‌المللی تهران مورد توجه قرار گرفت. به گفته وی، اتحادیه تولید و صادرات صنایع نساجی و پوشاک همواره به دنبال ایجاد فرصتی است تا بتواند توانمندی صنعت پوشاک کشور را نشان دهد لذا برنامه‌ای برای فروش محصولات درنظر

طبق استاندارد و بسیار مطلوب توصیف کرد و گفت: این موضوع باعث شد تا امسال، اولین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک در جدول نمایشگاهی کشور مطرح گردد. مهندس یکتا ابراز داشت: نمایشگاه امسال با جشنواره سال گذشته، تفاوت‌های اساسی دارد. نخست این‌که سال گذشته این رویداد مهم در قالب جشنواره برگزار شد اما امسال در قالب نمایشگاه برپا خواهد شد و امکان نمایش توانمندی‌های برندهای مطرح صنعت پوشاک کشور به شبکه توزیع و فروش داخلی وجود دارد؛ همچنین با توجه به حضور بازدیدکنندگان خارجی، فرصت ارزشمندی برای معرفی پوشاک ایران به بازارهای بین‌المللی ایجاد خواهد شد. وی تفاوت دوم میان جشنواره پوشاک

در ابتدا مهندس مهدی یکتا- دبیر اتحادیه- با بیان این مطلب که از امسال، نمایشگاه بین‌المللی پوشاک در اواخر دی یا بهمن هر سال در تقویم نمایشگاه‌های کشور ثبت شده‌است؛ از آقایان محمود نبوی- رییس هیأت‌مدیره-، شاهین فاطمی- نایب رییس هیأت‌مدیره- و داود کاشفی- مدیرعامل شرکت ناگستر و مجری برگزاری نمایشگاه پوشاک- جهت ارائه اطلاعاتی در مورد این رویداد صنعتی دعوت به عمل آورد. محمود نبوی پس از خوشامدگویی به میهمانان، عنوان داشت: تمام تلاش خود را به عمل آوردیم تا در تقویم نمایشگاهی کشور عنوان «نمایشگاه بین‌المللی پوشاک» را ثبت نماییم. داود کاشفی نیز نمایشگاه سال گذشته را



اتفاقاتی که تحریم،
افزایش نرخ ارز و .. ایجاد
نمود صرف نظر از مشکلات
به وجود آورده، فرصت‌های
ارزشمندی را در اختیار ما
قرار داد و موجب شد تا امید
تازه‌ای در صنعت پوشاک
شکل بگیرد.

تاریخ برگزاری نمایشگاه سال آینده بود. حدود ۸۵ درصد دوستان، تاریخ و زمان سال گذشته (۱۱ تا ۸ بهمن) را مورد تأیید قرار دادند. تاریخ برگزاری امسال، تثبیت شده است و ضرورت دارد که به صورت جامع و کامل به نمایشگاه پوشاک نگر بسته شود تا این رویداد به صورت بین‌المللی در کشور نهادینه شود. مهندس یکتا هم گفت: سال قبل در اتحادیه، جلسه‌ای با حضور تعدادی از صاحبان برندهای معتبر پوشاک برگزار شد که در این جلسه، به روی برگزاری نمایشگاه در هفته آخر دی و هفته اول بهمن توافقاتی به عمل آمد. ضمن این‌که رییس سازمان توسعه تجارت در تاریخ بیست و سوم مهرماه دقیقاً یک روز قبل از اخذ تاریخ جدیدی برای برگزاری نمایشگاه، عوض شدند و رییس جدید،

تولید پوشاک درگیر فروش محصولات خود هستند.

یکی دیگر از حاضران ضمن اشاره به همزمانی نمایشگاه پوشاک با نمایشگاه پوشاک ترکیه گفت: این امر مشکلاتی را برای صنعتگران پوشاک ایجاد می‌کند و در صورت تغییر تاریخ، امکان حضور در هر دو نمایشگاه و جذب مشتریان بین‌المللی میسر خواهد شد. پیشنهاد یکی از میهمانان هم تغییر محل نمایشگاه جهت امکان فروش محصولات عرضه شده در نمایشگاه پوشاک بود. کاشفی در پاسخ عنوان داشت: در طول سال، ۱۰۳ رویداد در مجموعه سایت نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران رقم می‌خورد.

طبق نظرخواهی اتحادیه، اغلب صنعتگران پوشاک نیمه بهمن‌ماه را برای برگزاری نمایشگاه مناسب اعلام کردند و ما نیز به روی این موضوع متمرکز شدیم و توانستیم تاریخ ۱۶ تا ۱۹ بهمن ماه را به نمایشگاه پوشاک اختصاص دهیم.

وی افزود: آخرین روز جشنواره سال گذشته، فرم‌های نظرسنجی را میان غرفه‌داران توزیع کردیم که یکی از بخش‌های آن، نظرخواهی در مورد

جشنواره پوشاک سال گذشته بسیار فراتر از سطح انتظارات همگی ما (فعالان بخش پوشاک) بود زیرا تصور نمی‌کردیم سطح صنعت ما تا این اندازه توانمند باشد؛ لذا اشتیاق ادامه مسیر موجب شد مراحل کسب مجوز برگزاری نمایشگاه پوشاک را با موفقیت پشت سر بگذاریم و امسال در فضایی گسترده‌تر از دوره قبل شاهد برپایی این رویداد مهم باشیم.

فاطمی با تأکید بر وجهه بین‌المللی بودن نمایشگاه امسال گفت: دوره قبل نگاه ما کاملاً ملی و داخلی بود اما امیدواریم با حضور بازدیدکنندگان بین‌المللی، قدرت و توانمندی پوشاک ایران را به کشورهای اطراف اثبات نماییم.

وی به برگزاری جلساتی با اتحادیه مراکز خرید بزرگ ایران جهت حضور در نمایشگاه و انتقال اطلاعات و ایجاد تعاملات تجاری آنان با صنعتگران پوشاک نیز اشاره کرد.

در ادامه جلسه، یکی از حضار ضمن انتقاد به تاریخ برگزاری نمایشگاه، پیشنهاد داد نمایشگاه به دی ماه موکول شود زیرا ۱۶ تا ۱۹ بهمن مصادف با اتمام ماه صفر و ایام عزاداری و از سوی دیگر همزمان با آغاز خریدهای عید نوروز خواهد بود و اغلب واحدهای

مهندس یکتا گفت: در جشنواره سال گذشته، شاهد برگزاری برنامه‌های جنبی مانند مسابقه طراحی و همایش برندینگ و خرده‌فروشی بودیم که امسال تلاش خواهیم کرد این همایش در قالب کارگاه آموزشی برپا شود.

شاهین فاطمی -نایب رییس هیأت‌مدیره- در مورد تبلیغات و اطلاع‌رسانی نمایشگاه پوشاک بیان داشت: برای ایجاد اشتغال در سایر کشورها، بزرگ‌ترین صنعتی که برای سرمایه‌گذاری، مدنظر قرار می‌گیرد، صنعت پوشاک است زیرا به ازای هر ۳ هزار دلار ۳ شغل مستقیم ایجاد می‌شود. متأسفانه در طول سال‌های گذشته این صنعت در کشور ما چندان مورد توجه قرار نگرفت اما تغییراتی که در روند حرکات دولت گذشته و فعلی ایجاد شده، فرصت توجه به صنعت پوشاک را فراهم نموده‌است به علاوه اتفاقاتی که تحریم، افزایش نرخ ارز و .. ایجاد نمود صرف نظر از مشکلات به وجود آورده، فرصت‌های ارزشمندی را در اختیار ما قرار داد و موجب شد تا امید تازه‌ای در صنعت پوشاک شکل بگیرد.

وی خطاب به میهمانان این جلسه که صنعتگران و تولیدکنندگان بخش‌های مختلف پوشاک کشور بودند، گفت:



مراکز خرید، وارد مذاکرات تجاری شوند. مهندس یکتا اظهار داشت: نمایشگاه در سالن‌های ۴۴ و ۴۱ و ۴۰ برگزار خواهد شد و متراژ غرفه‌های آن از ۲۴ متر تا ۱۷۰ متر را در بر می‌گیرد. قیمت غرفه‌ها با احتساب غرفه‌سازی متری ۸۷ هزار تومان و بدون غرفه‌سازی متری ۷۷ هزار تومان و ساعت کار نمایشگاه نیز از ۹ صبح تا ۴ بعداز ظهر خواهد بود. در زمینه تبلیغات با ارسال پیامک، انتشار خبر برگزاری نمایشگاه در رسانه‌های چاپی (روزنامه‌ها) و برنامه‌های رادیو سراسری فعال خواهیم بود ضمناً به دلیل تمرکز بر مخاطبان خاص پوشاک، به دنبال انجام تبلیغات در قالب بیلبوردهای شهری نیستیم. لازم به ذکر است که مانند سال گذشته تیم خبری در طول نمایشگاه فعال خواهند بود. محمود نبوی در جمع‌بندی پایانی گفت: در مورد دعوت از میهمانان خارجی باید به این نکته اشاره نمایم که با وابستگی اقتصادی سفارت‌خانه‌ها مذاکراتی انجام داده‌ایم. شرکت‌های خارجی به محض توافق هسته‌ای ایران با گروه ۵+۱، تمایل بسیاری به حضور مجدد و فعالیت در ایران دارند و اطمینان داشته‌باشید هر آن‌چه در رابطه با این صنعت کهن و این هنر ایرانی در توان ماست، اجرا خواهیم کرد.

این تولیدکننده افزود: کاهش واردات پوشاک، فرصت بسیار خوبی را در اختیار تولیدکنندگان این بخش قرار داده و فارغ از تاریخ برگزاری نمایشگاه، قدرت‌نمایی برندهای ایرانی و استفاده از تعاملات بین‌المللی فرصت ارزشمندی است که امروز به دست ما رسیده‌است. ضمن این‌که برگزاری هر چه پر بارتر این نمایشگاه، در ایجاد ذهنیت مثبت دولت نسبت به صنعت پوشاک موثر خواهد بود. کاشفی هم در مورد محل برگزاری نمایشگاه توضیح داد: این نمایشگاه تحت نظارت نیروی انتظامی قرار دارد و تمام محصولات عرضه‌شده و افراد در روزهای برگزاری نمایشگاه، مقابل حوادث و ... بیمه هستند. نکته دیگر این‌که در ساعت ۱۰ شب به دلیل حفظ امنیت سالن‌ها لازم است درب‌های نمایشگاه بسته شوند و لازم است غرفه‌داران به این نکات توجه نمایند.

مهندس امیری - مدیرعامل مرکز مطالعات خرده‌فروشی ماد- در این جلسه گفت: حداقل ۱۵ شرکت خارجی و ۱۱۰ مرکز خرید از این نمایشگاه بازدید خواهند کرد و فرصت خوبی پیش خواهد آمد تا تولیدکنندگان پوشاک در زمینه اخذ فروشگاه با قیمت‌های مناسب با مدیران

امکان جابجایی تاریخ نمایشگاه وجود خواهد داشت. وی افزود: امکان تغییر محل نمایشگاه به بوستان گفت‌وگو و ... نیز امکان‌پذیر نیست زیرا قدرت یک صنعت در این است که بتواند توانمندی خود را در نمایشگاه بین‌المللی تهران به نمایش بگذارد. از سوی دیگر نمایشگاه‌هایی که در این محل برپا نمی‌شوند، از سوی دولت، مردم و حتی مراجع بین‌المللی چندان مورد توجه قرار نمی‌گیرند.

فاطمی در مورد عدم امکان فروش محصولات در نمایشگاه پوشاک ابراز داشت: دستاوردهای این نمایشگاه، فراتر از ارائه فاکتور و فروش محصولات است هدف از برگزاری نمایشگاه، ایجاد یک فضای سالم رقابتی در صنعت پوشاک است. چه بسا اغلب صنعتگران پوشاک، شناختی از یکدیگر نداشتند و در طول برگزاری نمایشگاه در جریان فعالیت‌های هم قرار گرفتند. در جشنواره سال گذشته، دستاوردهای ملی با قدرت هر چه تمام در معرض دید علاقه‌مندان قرار گرفت و مردم با مشاهده کیفیت، طراحی و تنوع بالای محصولات داخلی، شگفت‌زده می‌پرسیدند آیا این محصولات، تولید ایران است؟!

شرکت‌های خارجی به محض توافق هسته‌ای ایران با گروه ۵+۱، تمایل بسیاری به حضور مجدد و فعالیت در ایران دارند و اطمینان داشته‌باشید هر آن‌چه در رابطه با این صنعت کهن و این هنر ایرانی در توان ماست، اجرا خواهیم کرد.

دستور توقف صدور مجوزهای نمایشگاه‌ها را اعلام کردند تا مکانیسم صدور مجوز را تغییر دهند. البته در نهایت با تلاش و پیگیری مستمر اتحادیه توانستیم مجوز نمایشگاه پوشاک را دریافت کنیم. شاهین فاطمی در این باره اظهار داشت: فراموش نکنید که سال‌های قبل به دلیل عدم سودآوری صنعت پوشاک، بسیاری از تولیدکنندگان از گردونه تولید خارج شدند و دیگر در نمایشگاه پوشاک حضور نیافتند به همین دلیل نمایشگاه مذکور از تقویم نمایشگاهی پاک شده بود، بازگرداندن این نمایشگاه به تقویم نمایشگاهی کار بسیار دشواری بود که انجام پذیرفت طبعاً برای سال اول، تغییر تاریخ برگزاری غیرممکن به نظر می‌رسد اما در سال‌های آینده،

