



گزارشی از برگزاری کنفرانس مطبوعاتی شرکت نمایشگاه های بین المللی فرانکفورت

ما، بین المللی زندگی می کنیم

گزارش

■ اشاره:

بر طبق اسناد تاریخی موجود از سال ۱۲۴۰ میلادی در شهر فرانکفورت نمایشگاه های بازرگانی به صورت دوره ای برگزار می شد و از همان زمان نیز به علت حجم بالای تبادلات پولی ، صنعت بانکداری در این شهر مورد توجه قرار گرفته است. به همین سبب در سال ۱۵۸۵ بورس فرانکفورت بنیان نهاده و پایه های تبدیل شهر فرانکفورت به یکی از مهمترین مراکز پولی - تجاری اروپا گذارده شد.

در سال ۱۹۰۷ میلادی ، شرکت نمایشگاه های فرانکفورت تأسیس و در سال ۱۹۰۹ ، اولین سالن نمایشگاهی در محوطه کنونی افتتاح گردید. در سال ۱۹۸۰ ، شرکت نمایشگاه های بین المللی فرانکفورت به شکل کنونی متولد گردید که ۶۰ درصد این شرکت به شهر فرانکفورت و ۴۰ درصد آن به دولت ایالت هسن تعلق دارد. محوطه نمایشگاه در این شهر با ۵۷۸،۰۰۰ مترمربع فضای مفید ، ۱۰ سالن ، یک مرکز کنفرانس و یک سالن جشن ، که همگی به جدیدترین تکنولوژی ارتباطی مجهز هستند ؛ یکی از بزرگترین و مدرن ترین محوطه های نمایشگاهی در دنیا نام گرفته است. این شرکت با ۲۸ شعبه ، ۵۰ نماینده و بیش از ۱۶۰۰ همکار در ۱۵۰ کشور ، در حقیقت به عنوان یک گروه بین المللی در خدمت مشتریان خود در ۵ قاره دنیا می باشد.

از برخی موضوعات نمایشگاهی می توان به قطعات خودرو و خدمات پس از فروش، صنعت ، ماشین آلات و محصولات نساجی، تأسیسات و نورپردازی، صنعت تولید محصولات پروتئینی، دکوراسیون داخلی ، لوازم تزئینی و اقلام مصرفی، آلات موسیقی و ... اشاره کرد.

در سال ۲۰۱۰ میلادی در ۳۰ مرکز نمایشگاهی در سرتاسر دنیا ، ۸۷ نمایشگاه با عناوین متعدد برگزار شده که شامل ۵۱ نمایشگاه در خارج از کشور آلمان بوده است. تعداد ۴۲۳۰۰ غرفه گذار در ۳۶ نمایشگاه برگزار شده در شهر فرانکفورت حضور داشته اند که توسط ۱،۴۷ میلیون نفر از آلمان و سایر کشورها مورد بازدید قرار گرفته اند.

نمایشگاه "هایم تکستیل" که در شهر فرانکفورت برگزار خواهد شد ؛ شامل موضوعاتی مانند حوله دست و صورت و حمام، پرده و نوار پرده ای، ملحفه، روبالشی و روتشکی، پارچه های رومبلی، پرده کرکره، کف پوش (پارکت، موکت، فرش ماشینی و ... است. جهت آشنایی بیشتر با این نمایشگاه، کنفرانس مطبوعاتی و ضیافت معارفه شرکت دروازه تجارت فراسو - نماینده رسمی نمایشگاه های فرانکفورت در ایران و عراق با حضور میرکو شوبرت - نایب رییس شرکت نمایشگاه های بین المللی فرانکفورت، صنعتگران و نشریات تخصصی در هتل پارسیان اوین برگزار شد.



الکساندر مددویچ - مدیر برگزاری نمایشگاه های فرانکفورت در ترکیه



سالیبا حبیب الهی - رئیس هیأت مدیره شرکت دروازه تجارت فراسو

در ابتدا میرکو شوبرت (Mirko Schubert) - نایب رئیس شرکت نمایشگاه های بین المللی فرانکفورت - ضمن سپاس از حضور مدعوین، ابراز داشت: شرکت نمایشگاه های فرانکفورت حدود ۱۶۰۰ کارمند در سطح جهان، ۲۸ نمایندگی، ۵ شعبه و ۵۲ شریک فروش بین المللی دارد که برقراری ارتباط با مشتریان را میسر می سازند.

رئیس هیأت مدیره شرکت دروازه تجارت فراسو: غرفه داران ایرانی در نمایشگاه های فرانکفورت، ۲۰ درصد تعداد غرفه داران را تشکیل می دهند و هدف اصلی ما این است که درصد حضور صنعتگران ایرانی را در این نمایشگاه های معتبر افزایش دهیم.

وی با بیان این مطلب که شرکت نمایشگاه های فرانکفورت در بیش از ۳۰ نقطه جهان به برگزاری نمایشگاه می پردازد؛ یادآور شد: در سال ۲۰۱۱ حدود ۸۷ نمایشگاه تجاری برگزار شد که بیش از نیمی از آنها خارج از آلمان قرار داشت.

شوبرت تصریح کرد: در این ۸۷ نمایشگاه تجاری، بیش از ۶۸ هزار و ۶۰۰ غرفه گذار و حدود ۲/۴ میلیون بازدیدکننده حضور داشتند همچنین ۷۲ درصد از شرکت کنندگان بین المللی در فرانکفورت به صورت غرفه دار و ۴۷ درصد بازدیدکننده بوده اند.

به گفته نایب رئیس شرکت نمایشگاه های بین المللی فرانکفورت، در سال ۲۰۱۰ رکورد جدیدی از حضور بازدیدکنندگان تجربه شد زیرا در سال ۲۰۰۸ جهان با بحران اقتصادی مواجه شده بود که اثرات بسیاری بر کاهش میزان بازدیدکنندگان داشت. در خارج از آلمان ۵۱ نمایشگاه تجاری با ۲۶ هزار غرفه گذار و بازدیدکنندگان بیش از ۹۲۱ هزار نفر بوده اند طبق پیش بینی های انجام شده در سال ۲۰۱۲ بیش از یک میلیون بازدیدکننده جذب خواهند شد.

وی در بخش دیگر سخنرانی خود، خاورمیانه را از دیرباز به عنوان یکی از بازارهای مهم و بزرگ جهان توصیف کرد و یادآور شد: در این میان رشد و توسعه صنعتی ایران بسیار چشمگیر است. به اعتقاد ما، ایران توانمندی توسعه بیشتری به خصوص در زمینه صنعت خودرو، نساجی و کالاهای مصرفی دارد. بنابراین تصمیم داریم با کمک نماینده رسمی خود- شرکت دروازه تجارت فراسو- ارتباطات موثر، مداوم و طولانی مدت با ایران برقرار نمائیم.

شوبرت اذعان داشت: شرکت نمایشگاه های بین المللی فرانکفورت، طلايه دار برگزاری نمایشگاه های منسوجات، فناوری، کالاهای مصرفی و اتومبیل در جهان محسوب می شود و غرفه گذاران پس از طی بحران جهانی در نمایشگاه های تجاری ما به ویژه نمایشگاه کالاهای مصرفی و منسوجات موفق بوده اند. وی در پایان تصریح کرد: شرکت نمایشگاه های

بین المللی فرانکفورت، جنبشی تحت عنوان "صدکپی برداری" را برای حفظ حقوق و مالکیت معنوی طرح ها، ماشین آلات و دستگاه های عرضه شده در نمایشگاه های خود برای غرفه گذاران در نظر گرفته است تا شرکت ها بدون هیچ گونه نگرانی به ارائه دستاوردهای جدید خود بپردازند.

سخنران بعدی این مراسم، الکساندر مددویچ (Aleksandar Medjedovic) - مدیر برگزاری نمایشگاه های فرانکفورت در ترکیه- بود. وی بیان داشت: ایران مدت های طولانی است که یکی از شرکای تجارب مهم ترکیه محسوب می شود. میزان صادرات ترکیه به ایران در سال ۲۰۱۰، حدود ۲/۷ میلیارد دلار بوده است و شامل محصولات نساجی، آهن، فولاد، مواد شیمیایی، مبلمان، چوب و ماشین آلات صنعتی می شد؛ همچنین میزان صادرات ایران به ترکیه، بالغ بر ۷ میلیارد دلار بوده و مواردی همچون گاز طبیعی (تأمین کننده ۳۰ درصد از نیاز ترکیه)، کاتد، پلیمر و پلی پروپیلن را در بر می گیرد. در مجموع، بیشترین زمینه های تجاری میان این دو کشور در زمینه گاز طبیعی، کالاهای صنعتی و فرآورده های بنزین می باشد.

وی افزود: در حال حاضر تراز تجاری ترکیه با ایران سالانه ۱۰ میلیون دلار است و شرکت نمایشگاه های بین المللی فرانکفورت قادر است در افزایش تراز تجاری ایران، نقش موثری ایفا نماید.

مددویچ با اشاره به این مطلب که تاکنون ایران سرمایه گذاری های بسیاری در ترکیه انجام داد؛ افزود: از ایران حدود ۱/۶ میلیون نفر به عنوان توریست وارد ترکیه می شوند و به ۴ شهر تبریز، تهران، شیراز و اصفهان پرواز مستقیم به سمت ترکیه وجود دارد.

وی گفت: از طریق ترکیه می توان به کشورهای اروپایی سفر کرد و به دلیل وجود مرز مشترک میان ایران و ترکیه از نظر حمل و نقل کالا در جهان اهمیت زیادی دارد همچنین نمایشگاه های بزرگ و معتبری در ترکیه برگزار می شود.

این مسئول برگزاری نمایشگاه به امکانات و



مایم - مدیر برگزاری نمایشگاه های فرانکفورت در دوی



هرمز همزه - مدیر عامل شرکت دروازه تجارت فراسو

بسیاری از موارد این محصولات نهایی، باید با آداب و رسوم هر منطقه تطبیق داده شود زیرا بسیاری از مناطق، تخصص های خاصی بر روی محصولات نهایی دارند و به همین دلیل شرکت نمایشگاه های فرانکفورت پس از انجام بررسی های متعدد به این نتیجه رسید که تعدادی از نمایشگاه های خود را در مناطقی برگزارد کند که تمرکز بر یک محصول خاص وجود دارد.

به گفته رییس هیأت مدیره شرکت دروازه تجارت فراسو، بیشترین میزان بازدیدکنندگان ایرانی در سال ۲۰۱۰ به ترتیب متعلق به نمایشگاه خودرو، دکوراسیون و لوازم تزئینی، موسیقی، تأسیسات و حمام و فرآورده های گوشتی می باشد از نظر مترارز غرفه ها نیز نمایشگاه دکوراسیون و لوازم تزئینی به مهمترین بخش نمایشگاه فرانکفورت تبدیل شده است.

وی تصریح کرد: غرفه داران ایرانی در نمایشگاه های فرانکفورت، ۲۰ درصد تعداد غرفه داران را تشکیل می دهند و هدف اصلی ما این است که درصد حضور صنعتگران ایرانی را در این نمایشگاه های معتبر افزایش دهیم. حبیب الهی در مورد خدمات شرکت متبوع خود به صنعتگران ایرانی خاطر نشان ساخت: تصمیم گیرنده در مورد مسائل ویزا سفارت آلمان است و ما تمام تلاش خود را به عمل می آوریم تا دم درب سفارت همراه شما باشیم اما پس از آن، کنسول آلمان و پلیس شنکن در مورد اعطای ویزا به متقاضیان تصمیم گیری می نمایند. نکته دیگر این که اگر فرد، شرکت و نهادی عنوان نمود که در دریافت ویزای آلمان به شما کمک خواهند شد یقین بدانید که این گونه نخواهد بود زیرا هیچ فرد، نهاد و شرکتی نمی تواند برای دیگران ویزا بگیرد.

حبیب الهی یادآور شد: مشاوره های تخصصی جهت حضور و بازدید از نمایشگاه های مناسب یکی از اهداف شرکت ماست زیرا بسیاری از افراد، اشنایی چندانی با نمایشگاه ندارند اما تصمیم دارند از آن بازدید کنند ما نمایشگاه های مناسب را به آنان معرفی می کنیم و در زمینه ارائه غرفه و بلیط ورودی نیز با متقاضیان نهایت

تسهیلات قابل توجه شرکت متبوع خود در ترکیه اشاره کرد و گفت: یکی از نمایشگاه های معتبر ما مربوط به ماشین آلات است که در سال ۲۰۱۱، حدود ۱/۰۹۹ غرفه دار از ۳۸ کشور و ۳۶/۱۲۶ بازدیدکننده از ۱۰۰ کشور جهان داشت که در این میان سهم بازدیدکنندگان ایرانی، بالغ بر یک هزار نفر بود (به طوری که به عنوان قویترین گروه بازدیدکنندگان بین المللی شناخته شد). بنابراین می توانیم برای صنعتگران ایرانی، پنجره ای به سوی تمام دنیا باشیم.

در بخش دیگر، سالیبا حبیب الهی - رییس هیأت مدیره شرکت دروازه تجارت فراسو - به معرفی بیشتر این شرکت پرداخت و با ذکر این مطلب که هنوز در نقطه شروع کار خود هستیم؛ اذعان داشت: این شرکت علاوه بر فعالیت در ایران، بر عراق و آذربایجان نیز متمرکز است.

وی افزود: موضوعات نمایشگاه فرانکفورت بر اقلام مصرفی یعنی محصولات نهایی هر صنعت متمرکز است و در این راستا می توان به نمایشگاه صنایع نساجی و منسوجات خانگی، دکوراسیون و لوازم منزل، نوشت افزار و کاردستی، لوازم آرایشی و بهداشتی، موسیقی، صدا و تصویر، قطعات خودرو و خدمات پس از فروش، صنعت فرآورده های گوشتی، الکترونیک و امنیت در ساختمان، تأسیسات، حمام و انرژی اشاره کرد.

حبیب الهی ضمن اشاره به انتقال نمایندگی شرکت نمایشگاه های فرانکفورت از اتاق ایران و آلمان به یک شرکت بخش خصوصی (دروازه تجارت فراسو) یادآور شد: می خواهیم به غرفه داران و بازدیدکنندگان این نکته را نشان دهیم که برای انجام تجارت و ارائه محصولات خود لازم نیست به فرانکفورت مراجعه نمایند زیرا شرکت نمایشگاه های فرانکفورت، گسترده ترین شرکت نمایشگاهی دنیاست که در طول سال، برگزارکننده ۸۰ تا ۹۰ نمایشگاه است که صرفاً ۳۰ درصد آنها در فرانکفورت برگزار می شود. وی در مورد علت این امر توضیح داد: محصول نهایی، کالایی است که به صورت مستقیم توسط مشتری خریداری می شود؛ اما در

همکاری را خواهیم داشت. در واقع پل ارتباطی میان غرفه داران و شرکت نمایشگاه های فرانکفورت خواهیم بود. مسائلی همچون معرفی آژانس مسافرتی معتبر و امین، بیمه مسافرتی، رزرواسیون هتل و بلیت هواپیما، غرفه گذاری، حمل و نقل کالا و ... را نیز در دستور کار قرار داده ایم.

نایب رئیس شرکت نمایشگاه های بین المللی فرانکفورت: شرکت نمایشگاه های بین المللی فرانکفورت، جنبشی تحت عنوان "ضد کپی برداری" را برای حفظ حقوق و مالکیت معنوی طرح ها، ماشین آلات و دستگاه های عرضه شده در نمایشگاه های خود برای غرفه گذاران در نظر گرفته است تا شرکت ها بدون هیچ گونه نگرانی به ارائه دستاوردهای جدید خود بپردازند.



دوبی- بود. وی نیز پس از ارائه آمار و ارقامی پیرامون روابط تجاری میان ایران و دوبی عنوان داشت که تراز تجاری میان دو کشور میلیاردها دلار است و ۴ قلم از محصولات بسیار مهم و صادر شده از دوبی به ایران شامل سوخت، فناوری اطلاعات، مواد غذایی و قطعات خودرو می باشد.

وی افزود: شرکت نمایشگاه های فرانکفورت در ژوئن سال ۲۰۰۲، دفتر دوبی را تاسیس کرد و در حال حاضر مسئول کشورهای همسایه دوبی مانند کویت، بحرین، عمان و عربستان سعودی نیز محسوب می شویم.

در جمع بندی پایانی برنامه، مدعوین پرسش های خود را مطرح نمودند که بخش قابل توجهی از این سوالات در مورد نحوه دریافت ویزا و مسائل مربوط به آن بود همچنین پیرامون حضور نشریات و مطبوعات در نمایشگاه های فرانکفورت توضیحاتی بیان شد و حبیب اللهی بیان داشت که تاکنون سفارت آلمان در زمینه اعطای ویزا به خبرنگاران ایرانی، مشکلی ایجاد نکرده است.

شوبرت نیز در مورد تحریم ایران و تبعات آن بر روابط میان ایران و شرکت نمایشگاه های فرانکفورت عنوان داشت: این شرکت، نهادی برای ترویج و گسترش تجارت به شمار می آید و در حال حاضر با تمام کشورها از جمله ایران همکاری مستمر و خوبی خوبی دارد، ایران نیز مانند تمام کشورهای دنیا، دوست و شریک ما محسوب می شود و ما آماده همکاری با ایرانیان عزیز هستیم.

وی افزود: در تمام نمایشگاه های شرکت نمایشگاه های فرانکفورت، شرکت های ایرانی حضور دارند بنابراین اطمینان دارم که این حضور در سال های آینده نیز تداوم خواهد داشت.

نمایشگاه های فرانکفورت نیز اشاره کرد که به برگزاری دوره های آموزشی به غرفه گذاران جهت حضور موفق و موثر در نمایشگاه های بین المللی می پردازد. بسیاری از شرکت ها تصور می کند به محض حضور در نمایشگاه، موفق به فروش محصولات خود خواهند شد و ده ها برابر هزینه ای که صرف کرده اند، بازمی گردند این تصور کاملاً نادرست است زیرا حضور در نمایشگاه یک سرمایه گذاری میان مدت می باشد و باید براساس برنامه ریزی دقیق و از پیش تعیین شده انجام شود، حتی در مورد حضور غرفه داران و نحوه رفتار با مراجعین نیز نکاتی وجود دارد. در حال حاضر مذاکراتی با آکادمی شرکت نمایشگاه های فرانکفورت انجام داده ایم تا در صورت امکان بتوانیم اساتید آنها را به ایران دعوت به عمل آوریم یا گروه هایی را به آلمان اعزام نمائیم که در این دوره های آموزشی شرکت کنند.

وی افزود: بسیاری از بازدیدکنندگان بدون هدف از نمایشگاه بازدید می کنند و یا هدفی در ذهن دارند اما نمی دانند چگونه به آن دست یابند. در صورتی که هر بازدیدکننده باید پیش از ورود به نمایشگاه فهرست غرفه داران را بررسی نماید و پیش از برگزاری نمایشگاه با شرکت های مدنظر، تماس حاصل کند و وقت ملاقات بگیرد زیرا در طول برپایی نمایشگاه، شرکت ها به اندازه های پرمشغله هستند که ترجیح می دهند وقت ملاقات های ثابت داشته باشند و بدانند در هر زمان قرار است با چه افرادی ملاقات نمایند. در این زمینه شرکت دروازه تجارت فراسو همکاری خود را اعلام می کند تا به تعیین وقت ملاقات با شرکت های حاضر در نمایشگاه بپردازد.

سخنران پایانی این مراسم، مایم (Maiim)- مدیر برگزاری نمایشگاه های فرانکفورت در



دیپلکوشوبرت - نایب رئیس شرکت نمایشگاه های بین المللی فرانکفورت