



### اشاره

سال‌هاست که شرکت معظم MESS HANNOVER تلاش بی‌وقفه‌ای در ترویج نمایشگاه دمو تکس بالخص در منطقه‌ی خاورمیانه مبذول داشته است. گزینه‌ی نخست امارات متحده‌ی عربی و شهر دبی جهت برگزاری نمایشگاه بود. گر چه ابتدا این گزینه معقول به نظر می‌رسید لیکن به دلایل متعدد و از جمله رکود همه‌گیر، توفیق این نمایشگاه نیز رو به افول گذارد و بانیان دمو تکس را ناگزیر به تجدید نظر نسبت به محل برگزاری آن نمود.

در این مقطع زمانی و با توجه بر پتانسیل‌های مطلوب، کشور ترکیه بی‌تردید انتخاب صحیحی بوده است.

## ۱۱ نوامبر ۲۰۱۲ پس از انتظار طولانی دمو تکس خاورمیانه برای نخستین بار در استانبول دایر کردید

تیپه و تنظیم: تیمیه مولانا

# رسیدن به روح فرشی

### افتتاحیه

مراسم گشایش بزرگ‌ترین و برجسته‌ترین نمایشگاه فرش و کفپوش در ترکیه و منطقه‌ی خاورمیانه در مرکز نمایشگاهی شهر استانبول با حضور وزیر اقتصاد جمهوری ترکیه، آقای ظفر جاگلایان، اجرا شد.

در این مراسم ویژه، آقای ظفر جاگلایان، آقای ولفگانگ لنارز؛ نایب رئیس شرکت نمایشگاهی هاننور آلمان، آقای تانر گلتکین؛ رئیس اتاق آرشیستکت‌ها داخلی، آقای ابراهیم ییلماز؛ رئیس انجمن صادرکنندگان فرش ترکیه IHIB، محمد بیوککشی؛ رئیس مجمع صادرکنندگان ترکیه، به ایراد سخنرانی پرداختند.

ابتدا آقای جاگلایان گفت: "ترکیه از این پس با میزبانی نمایشگاه از جایگاه مهمی در اقتصاد دنیا برخوردار خواهد شد. برگزارکنندگان نمایشگاه در برجسته نمودن این رویداد نقش تعیین‌کننده‌ای دارند."

در خصوص کلیدی بودن مبحث طراحی جهت حصول به اهداف صادراتی بالغ بر ۵۰۰ میلیارد دلار، آقای جاگلایان تصریح کرد: "مهم‌ترین دلیل آنکه صادرات بخش فرش افزایش یافته آن است که این بخش بر طراحی و نوآوری تکیه داشته است. برای ما ایجاد تمایز، هم در تولید و هم در

صادرات اصل ضروری است. امروز آلمان هر کیلوگرم فرش را به ازای چهار دلار صادر می‌کند در حالیکه معادل صادراتی آن در ترکیه ۱،۴۶ دلار می‌باشد. ما باید تولید، طراحی و تکنولوژی را به موازات هم پیش ببریم."

وی افزود: "چنانچه این بخش قادر به ارزش‌افزایی برای تولید و صادرات نباشد، همراه شدن با هدف صادرات ۵۰۰ میلیارد دلاری در سال ۲۰۲۳ دشوار خواهد گردید." وزیر اقتصاد ترکیه در ادامه اظهار داشت: "تاکنون تمامی پیش‌بینی‌های ما به تحقق پیوسته و ارزش صادرات ترکیه در ماه نوامبر ۲۰۱۲ به رقم ۱۳،۲ میلیارد دلار رسیده است."

نکته‌ی حایز اهمیت در خلال سخنان آقای ابراهیم ییلماز؛ رئیس انجمن صادرکنندگان فرش، نیز چنین بود: "در حالیکه صادرات به طور کلی ۱۲ درصد افزایش را شاهد بوده، اختصاصاً بخش فرش در ترکیه، به رغم بحران سراسری اقتصاد در اروپا و البته آشفتگی‌های اخیر در خاورمیانه، تا ۲۴ درصد رشد داشته است."

هدف بخش فرش رسیدن به ۵،۵ میلیارد دلار از کل سهم صادرات ۵۰۰ میلیارد دلاری ترکیه در سال ۲۰۲۳ می‌باشد. شرکت‌های فرش ترک ضمن تلاش‌های فراوان در این راستا و حضور مستمر در نمایشگاه‌های مهم خارجی، از امسال



اتاق بازرگانی و صنعت آنتالیا، اتاق بازرگانی و صنعت Afyonkarahisar، اتاق بازرگانی و صنعت Simav، اتاق بازرگانی و صنعت Turhal، منطقه‌ی صنعتی Dudullu و منطقه‌ی صنعتی OSTIM بهره‌مند شده بود.



مجموعاً سه سالن ۹، ۱۰ و ۱۱ مرکز نمایشگاهی IFM به دموتهکس تخصیص یافته بود. قابل انکار نبود که در سالن‌های ۹ و ۱۰ منتخبی از شرکت‌های تولیدی شاخص دنیا قرار داشتند که طبعاً بیشترین بازدیدکننده را به سوی خود جلب می‌کردند، لیکن در سالن ۱۱ مستقر در طبقه‌ی زیرهمکف، مشخصاً غرفه‌دارانی در قالب پائوین‌هایی از چین، هند و افغانستان محصولات خود را به نمایش گذارده بودند.



گرچه ظرف سال‌های گذشته و رونق گرفتن بازار کالاهای چینی، ما عملاً شاهد اعمال انواع تدابیر از سوی سیاست‌گذاران ترک به خصوص در جریان برگزاری نمایشگاه‌های نساجی بوده‌ایم اما اسباب شگفتی بود که با توجه بر اینکه برگزارکنندگان دموتهکس نه ترک بلکه یک گروه مجرب آلمانی محسوب می‌شوند: "آیا عمدی در جداسازی چینی‌ها وجود داشت یا به دلیل ضعف کیفی محصولات ارائه شده و عدم حضور شرکت‌های مهم چینی، سالن ۱۱ برای آنها در نظر گرفته شده بود!"



غرفه‌گذاران ایرانی عمدتاً در سالن ۱۰ دست‌آوردهای خود را عرضه کرده بودند، به غیر از شرکت کبیر یزد که در سالن ۹ نمایشگاه جای گرفته بود. از میان غرفه‌های ایرانی می‌توان به فرش عباس نیشابوری، بازرگانی فرش عزیزخانی، فرش صادق زاده، فرش سعدی و برادران زیادی و البته شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران اشاره نمود.



توفیق دموتهکس خاورمیانه در استانبول قابل انکار نیست و با توجه بر استقبال گسترده از اولین دوره، توسعه‌ی آن برای دوره‌های آتی پیش‌بینی دور از واقعیتی نخواهد بود.



دوره‌ی بعدی نمایشگاه دموتهکس استانبول ۷ تا ۱۰ نوامبر ۲۰۱۳ برگزار خواهد شد.

### گپی با دو غرفه‌گذار ایرانی در خلال نمایشگاه دموتهکس ترکیه

آقای نیشابوری که ضمن نمایشگاه فرصت کوتاهی را به ما اختصاص دادند، یکی از

میزبانی رویداد بین‌المللی فرش و کفپوش دنیا را نیز عهده‌دار خواهند بود.

آقای ییلماز گفت: "رشد ۲۴ درصدی در بخش فرش توفیق چشمگیری به شمار می‌رود در حالیکه کل صادرات از ماه ژانویه تا اکتبر ۲۰۱۲ مجموعاً ۱۲ درصد افزایش داشته است. در نمایشگاه دموتهکس استانبول، موسسات و برندهای عمده‌ی فرش از چین تا استرالیا، از بلژیک تا مالزی، از ایران تا ایالات متحده‌ی آمریکا شرکت دارند و میزبانی ۲۲۲ موسسه‌ی داخلی و خارجی از ۲۹ کشور جهان در فضای حدود ۸ هزارمترمربع باعث مباحث ما می‌باشد."

وی، با ذکر این نکته که بخش فرش کشور ترکیه بر هیچ بازار یا مشتری خاصی متکی نخواهد بود، ادامه داد: "ما سهم ترکیه در کل صادرات فرش را به ۱,۳ درصد ارتقا داده‌ایم که آن را مدیون تمرکز جدی بر مبحث طراحی و مشارکت با نمایشگاه‌ها می‌دانیم. بر این اساس، ارزش صادرات کالای فرش از ترکیه تا پایان ۲۰۱۲ بالغ بر ۲ میلیارد دلار خواهد بود."

آقای ییلماز، رئیس انجمن صادرکنندگان فرش ترکیه، خاطرنشان کرد که ششمین دوره‌ی رقابت طراحی فرش همزمان با نمایشگاه فرش انجام شده که یکی از نقاط قوت عرصه‌ی فرش و کفپوش به شمار می‌رود و مسئولین صنعت فرش و کفپوش ترکیه بی‌شک همواره برای طراحی ارزش ویژه‌ی قائل بوده‌اند.

نمایشگاه دموتهکس استانبول از نخستین روز افتتاح، میزبان چندین رویداد دیگر نیز بود. از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: در نشست آینده‌ی کف‌سازی ZDF، که از سوی ORSIAD برگزار شد، نمایندگان بخش‌های پارکت، PVC و فرش گردهم آمدند. همچنین به موازات نشست‌های متعدد، در سالن ۱۱، Hardware Corner & Activity area، ایجاد شده بود تا طیفی از فرش، پارکت و کفپوش‌های سرامیکی در چهار روز نمایشگاه در معرض بازدید قرار گیرند.

با هماهنگی‌های انجام شده و تایید اتحادیه‌ی اتاق‌های بازرگانی و تبادل کالای ترکیه (TOBB)، نمایشگاه دموتهکس از حمایت انجمن‌ها و اتحادیه‌های مهمی منجمله؛ انجمن صادرکنندگان فرش (IHIB)، انجمن صادرکنندگان کالاهای چوبی و جنگلی، اتاق آرشیتهک‌های داخلی، اتاق بازرگانی از میر (IZTO)،



مخصوصاً به آقای رشیدی و اتحادیه‌ی فرش، آقای نیشابوری از توضیحات مفید شما کمال تشکر را داریم.

شرکت برادران زیادی از دیگر بازرگانان فرش دستباف با ایده‌های نوآورانه در خصوص طراحی فرش و بازاریابی از دیگر غرفه‌گذاران شاخص در نمایشگاه دومتکس استانبول بودند.

آقای زیادی آنچه در خصوص معرفی شرکت لازم می‌دانید عنوان بفرمایید.

- شرکت فرش برادران زیادی ۲۳ سال است که تاسیس شده، پنج سال پس از آغاز فعالیت شروع کردیم به تحقیق در رابطه با بازار کشورهای دنیا و به این نتیجه رسیدیم که مشکل ما نه بافت است و نه نقشه و نه چیز دیگری و مشکل ما صرفاً رنگ است آنگاه با تولید قالی‌های بسیار خوب موفق شدیم در این عرصه روی پا باقی بمانیم.

آیا در سایر دومتکس‌ها نیز تاکنون شرکت داشته‌اید؟

- ما در نمایشگاه هانور هس‌تیم، سال قبل هم در آنجا شرکت کردیم، نمایشگاه سودمندی بود از برگزاری آن رضایت داشتیم و توانستیم سفارشات خوبی بگیریم. امسال نیز فقط در دومتکس مسکو شرکت نداشتیم، نمایشگاه استانبول هم بسیار خوب بود اما متأسفانه به دلیل برخی ناهماهنگی‌ها بعضی دوستان موفق به ترخیص باراز کمرگ ترکیه نگردیدند. به امید خدا در نمایشگاه دومتکس شانگهای هم حضور خواهیم داشت.

آیا رضایتمندی شما تا حدی بوده که در دوره‌ی بعدی دومتکس خاورمیانه در استانبول مجدداً شرکت نمایید؟

- بله مطمئناً هستیم، چون باید باشیم و هزینه کنیم. متأسفانه بعضی بازرگانان ایرانی تصور می‌کنند صرف هزینه فقط دور ریختن پول است در حالیکه چنین نیست چراکه هر نمایشگاهی نه تنها بعدها خرج خودش را برمی‌گرداند، بلکه منافع بیشتری را نیز ایجاد می‌کند، و این طرز تفکر و برخورد باعث می‌شود که حضور ایرانیان این گونه که مشاهده می‌کنید کمرگ باشد و گرنه فرش از آن ماست، صنعت از آن ماست

بازرگانان خوشنام، پرسابقه و ضمناً فعال در زمینه‌ی فرش‌های بازاریابی بودند.

جناب نیشابوری لطف کنید و در صورت تمایل معرفی مختصری از خودتان و فعالیت‌هایتان در اختیار ما قرار دهید.

- من عباس نیشابوری هستم، حدود ۵۰ سال است که در کار صادرات فرش در کشورهای مختلف فعالیت دارم.

آیا در نمایشگاه‌های دومتکس در خاورمیانه و نقاط دیگر حضور داشته‌اید؟

- بله در نقاط دیگر هم شرکت کرده‌ایم.

این نمایشگاه را چطور ارزیابی می‌کنید و آیا پیش‌بینی می‌کنید برای سال آتی نیز در دومتکس استانبول حضور داشته باشید؟

- من این نمایشگاه را خیلی خوب پیش‌بینی می‌کنم ولی به شرط اینکه برنامه‌ریزی و مدیریت آن خوب باشد و یک مقداری دولت ایران از لحاظ تبلیغات و از لحاظ انتخاب افراد مناسب و تاجران موفق مساعدت کند. متأسفانه در این دوره تعداد شرکت‌کنندگان ایرانی زیاد نبود، پنج غرفه بیشتر نبودند که همه مثل خود بنده ضعیف حاضر شده بودند اما بی‌شک اگر در ترکیه با برنامه‌ریزی بهتر شرکت کنند صد درصد این حضور ثمربخش‌تر و موفقیت‌آمیز خواهد شد. من طی صحبتی که با آقای پناهنده داشتیم اعلام کردم هر چند غرفه‌ی ما کوچک بود اما چنانچه برای سال آینده برنامه‌ریزی صورت گیرد امکانات ما اجازه می‌دهد تا غرفه‌ای حدود ۱۰۰ الی ۱۵۰ متر داشته باشیم و محصولات فرش خود را به نمایش بگذاریم.

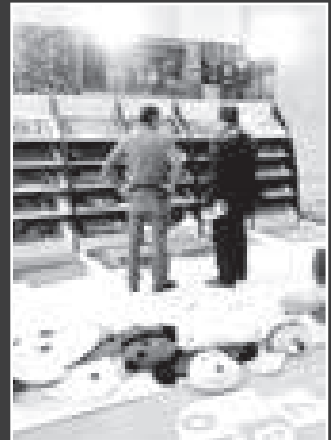
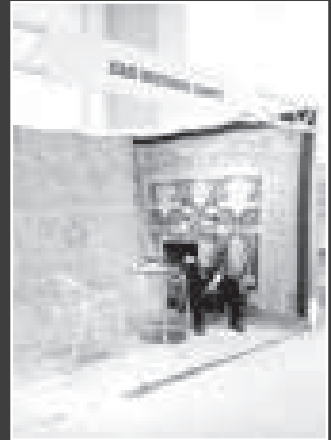
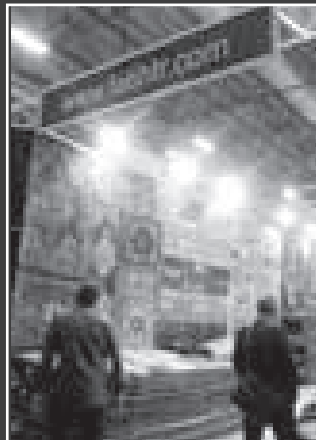
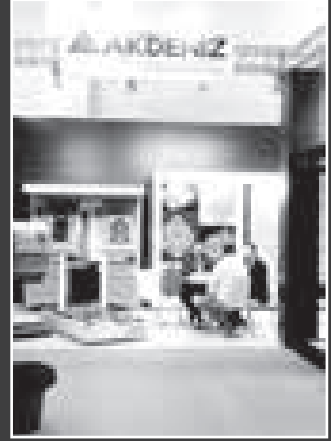
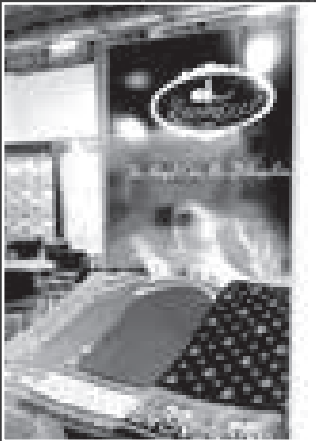
اگر مطلب دیگری را لازم می‌دانید اضافه بفرمایید با کمال میل استقبال می‌کنیم.

- مسئله‌ی تبلیغات با بخش دولتی است و بخش خصوصی کمتر در این مورد قادر به انجام کاری می‌باشد.

شما چطور از نمایشگاه دومتکس خاورمیانه در استانبول آگاه شدید؟

- من از طریق مجله‌ی Hali متوجه این نمایشگاه شدم، به مسئولین نمایشگاه‌های ایران اطلاع دادم







گزارش ویژه

مصائبی اختصاصی نساجی امروز

# پا مدیر نمايشگاه‌های دموتکس

و هنر به ما تعلق دارد و بقیه‌ی کشورها بعداً وارد آن شده‌اند، الان می‌بینید که چینی‌ها چقدر با اطمینان آمده‌اند و سالن ۱۱ را در اختیار گرفته‌اند و گرچه چشمگیر نیستند ولی حضور یافته‌اند تا مشتری خود را جذب نمایند.

**آقای زیادی از وقتیکه به ما دادید کمال تشکر را داریم.**

در اثنای برگزاری نمایشگاه دموتکس استانبول و علیرغم فشردگی برنامه‌های نمایشگاه، آقای مارتین فولکرتر، مدیر نمایشگاه‌های دموتکس، فرصتی را جهت مصاحبه در اختیار ما قرار دادند.

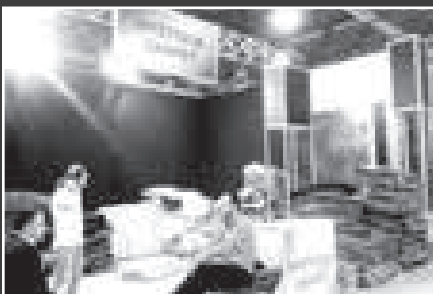
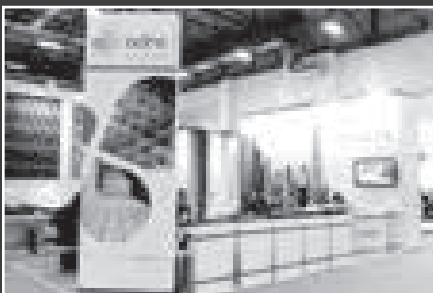
**به عنوان نخستین تجربه در استانبول، چگونه دموتکس در استانبول را با سایر نسخه‌های دموتکس‌ها مثلاً در چین، روسیه و امارات مقایسه می‌کنید؟**

– به عنوان اولین نسخه بسیار موفق بوده است و همچنین بقیه نیز موفق بوده‌اند. البته در هر جا ما شیوه‌ی بازاریابی کاملاً متمایزی را دنبال می‌کنیم که ساختار کاملاً متفاوتی با منطقه دیگر دارد. بازاریابی با توجه بر منافع‌ی که برای شرکت‌ها تامین می‌شود برنامه‌ریزی می‌گردد؛ مثلاً در چین بسیاری شرکت‌ها از بخش چوبی و لامینت و غیره حضور می‌یابند، چون استفاده از این نوع کفپوش در چین زیاد است. در ترکیه فرش ارجحیت دارد هر چند پارکت هم وجود دارد لیکن به لحاظ سنتی فرش رایج‌تر می‌باشد. اکنون اگر بخواهیم دموتکس استانبول را با دموتکس دبی قیاس کنیم باید بگوییم اولین نسخه‌ی دموتکس خاورمیانه در دبی بسیار موفق بود اما مشکل ما عدم

وجود تولیدکننده‌ی کفپوش در امارات بود و چون پایگاه محکمی از این صنعت در دبی وجود نداشت پس رشد این نمایشگاه ناممکن می‌شد، به علاوه اینکه نسبت به شش سال قبل دبی جاذبه‌ی زیادی چه برای شرکت‌کنندگان و چه برای بازدیدکنندگان ایجاد نمی‌کرد. ترکیه به عنوان گزینه‌ی جدید، کشوری با سرعت رشد بالا یعنی از جنبه‌ی اقتصادی می‌باشد و شرکت‌های تولیدی زیادی در آن مشغول به فعالیت هستند.

**چشم‌اندازهای رشد این نمایشگاه از دیدگاه شما چیست؟**

– ما همه‌ی آنچه در توان داریم در راستای توسعه‌ی دموتکس استانبول برای غرفه‌گذاران و به خصوص برای بازدیدکنندگان انجام می‌دهیم، وقتی در مورد بازدیدکننده صحبت می‌کنم تمرکز بر ترکیه و منطقه‌ی خاورمیانه می‌باشد. استراتژی ما در راه‌اندازی دموتکس در مناطق مختلف مبتنی بر بازدیدکننده‌ی بومی است. مثلاً در دموتکس چین؛ تمرکز ما بر بازدیدکنندگان چین و کشورهای اطراف آن در خاور دور می‌باشد. پس این تعهد ما به غرفه‌گذاران این است که در دموتکس بازدیدکنندگانی از همان منطقه را ملاقات کنند. قرار نیست کل دنیا به هر نسخه‌ی دموتکس کشانیده شوند چون این اصلاً معنایی ندارد. هیچ غرفه‌گذاری نمی‌خواهد به چهار نمایشگاه برود و هربار کل دنیا را ببیند، بنابراین ما هر نمایشگاه را اختصاصی کرده ایم و فرضاً وقتی شرکت‌کننده‌ای به مسکو می‌رود در انتظار دیدن بازدیدکنندگانی از روسیه و کشورهای اطراف آن است همان‌گونه که در دموتکس استانبول نیز انتظار بازدیدکنندگانی



از کشورهای خاورمیانه وجود دارد.

**حمایت دولت ترکیه از این نمایشگاه به چه صورت بوده است و آیا مشوق هایی را جهت غرفه گذاران ترک در نظر گرفته است؟**

- درخصوص مشوق ها من اطلاعی ندارم ولی دولت ترکیه از دموتکس حمایت شایانی به عمل آورده، به عنوان نمونه محضوروزیر اقتصاد مراسم افتتاحیه ی نمایشگاه داشته ایم و چنین پشتیبانی مایه ی خشنودی ماست چراکه گواهی بر اهمیت صنعت فرش نزد دولت و کشور ترکیه می باشد. همچنین، آنها برنامه ی هیات های خریدار را ترتیب داده اند، هیات هایی از خریدارن برجسته از کشورهای مختلف و همزمان هزینه ی سفر آنها را نیز متقبل شده اند. باتوجه به چنین حضور موفقی در استانبول، تصور نمی کنید که دموتکس استانبول به زودی به تهدیدی برای دموتکس روسیه بدل شود؟

- خیر به هیچ وجه، همانطور که توضیح دادم از آنجاییکه ما بر بازدیدکنندگان تمرکز داریم، در نتیجه قصد این نیست که بازدیدکننده ی روسی به دموتکس استانبول بیاید (قرار هم نیست آنها را نپذیریم). نقاط تمایز زیادی بین بازارهای دو کشور وجود دارد، روسیه کشوری است که غالب مردم آن به علل تاریخی انگلیسی صحبت نمی کنند و چندان مسافرت هم نمی کنند، البته این امکان هست که بازدیدکنندگانی از روسیه به استانبول بیایند لیکن هدف ما این است که آنها را به نمایشگاه مسکو جلب کنیم و با استناد به این دلایل که من فکر نمی کنم تا نمایشگاه استانبول تبدیل به تهدیدی برای نمایشگاه دموتکس مسکو گردد.

**به عنوان برگزار کننده نمایشگاه آیا از مرکز نمایشگاه ifm رضایت دارید یا اینکه سال آینده به مرکز دیگری شاید CNR یا شاید هم Tuyap نقل مکان نمایید؟**

- ما زمحل برگزاری بسیار رضایت داریم، موقعیت آن بسیار خوب است. درحال حاضر فضای نمایشگاه کیفیت می کند و سال آینده نیز همچنان در همین مرکز مستقر هستیم اما چنانچه به لحاظ فضا دچار کمبود باشیم آنگاه راهکار دیگری خواهیم یافت.

**آقای فولکرتز امروز سومین روز برنامه است و آنطور که ما جویا شدیم، غرفه گذاران ایرانی عمدتاً از برگزاری نمایشگاه ابراز رضایت داشتند،**

**شما میزان این رضایت را چطور می بینید؟**

- از این خبر خوشحالم، البته به طوری که متوجه شدم دویا سه شرکت کنندگان مشکلاتی را در ارتباط با حمل و نقل مطرح کردند که حاکی از تاخیر دروصول محموله های بار بود، ظاهراً آنها در آخرین روز بارشان را تحویل گرفته بودند، تقریباً همه غرفه سازی را به اتمام رسانیده بودند به جز آن چند ایرانی. زمانیکه ما جویای علت شدیم مشخص شد که درمکاتبات اشتباهاتی اتفاق افتاده بوده که امیدواریم در آینده برطرف شود.

**همانطور که می دانید در ایران تولید کنندگان متعدد فروش هم دستباف و هم ماشینی فعالیت دارند، بی تردید آنها منتظر آگاه شدن از نتیجه ی این نمایشگاه هستند تا برای شرکت در آن درسال آینده مشخص کنند، در این مورد چه نظری دارید؟**

- باید ببینیم چطور می توان روی ترویج این نمایشگاه میان ایرانیان علاقمند کار کرد، شما نیز اگر ایده ای دارید در اختیار همکاران ما قرار دهید.

**آقای فولکرتز اگر لازم می دانید توضیحی را اضافه نمایید، منتظر شنیدن آن هستیم.**

- باید اشاره کنم ما از حضور شرکت کنندگان ایرانی خوشحال می باشیم، مایه این فرش ها در اینجانباز داریم، ترک ها انواعی از فرش و کفپوش را تولید می کنند ولی ایرانیان نیز به عنوان همسایه به ترکیه آمده و به مشتریان بین المللی دسترسی پیدا می کنند. برای غرفه گذاران ایرانی رسیدن به ترکیه به مراتب راحت تر از فواصل دوری است که نیاز به کشتی و غیره دارد. طی بررسی ها میان شرکت های حمل و نقل امسال DHL انتخاب شده است. برای دوره ی آتی در حال بحث هستیم که تاکنون نهایی نشده و ضمناً در همین نمایشگاه در جلسات متعددی برای پاسخگویی به مشکلات احتمالی حمل و نقل مربوط به نمایشگاه دموتکس هانور آماده می باشیم. ما کاملاً اشراف داریم که حمل و نقل یکی از مسائل اصلی در سر راه شرکت کنندگان به شمار می رود و اگر ما موسسه ای را جهت انتقال بار معرفی می کنیم تلاش داریم تا پایان با نظارت کامل خود، هرگونه معضل احتمالی را برطرف نمایم.