



داورزنی - تولیدکننده پوشاک



شیرازی - رئیس اتحادیه پوشاک



کواکبیان - نماینده مجلس

## گزارشی از برگزاری نشست شورای راهبردی تولید و فروش کارگروه مد و لباس

مواد اولیه نیز بومی باشد بلکه منظور ساختار و محصول نهایی است که باید تولید داخل باشد، در این راستا، واردات مواد اولیه هیچ اشکالی ندارد اما تولید آن باید در کشور انجام شود.

کواکبیان یادآور شد: مجلس شورای اسلامی، طرفدار تولید داخلی و مد ایرانی اسلامی است و از دست‌اندرکاران این حوزه می‌خواهیم نظرات موثر خود را در این زمینه با مجلس در میان بگذارند.

به گفته این نماینده مجلس، هیچ چیزی با اجبار و تحمیل نمی‌تواند به فرهنگ تبدیل شود و تجربه نشان داده که با گشت‌های مختلف نمی‌توان عفاف و حجاب را در جامعه مستقر نمود اما با فرهنگ‌سازی، قانون‌مداری، حاکمیت قانون می‌توان فرهنگ عفاف را در کشور نهادینه نماییم و خانم‌های ایرانی با مدهای جدید و برگرفته از فرهنگ اصیل ایرانی اسلامی بتوانند زمینه‌ساز پیشرفت‌های هر چه بیشتر در کشور باشند.

### تلاش برای تحقق شعار «با افتخار ساخت ایران»

سخنران بعدی مراسم، ابوالقاسم شیرازی - رئیس اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران - بود. وی ضمن خوشامدگویی به میهمانان ابراز داشت: معضل پیش روی صنعت پوشاک، واردات بی‌رویه و بی‌اهمیت نشان دادن تولید داخلی است.

شیرازی ادامه داد: تولیدکنندگان پوشاک داخلی به ارزش ایده‌پردازی در طراحی پوشاک واقف هستند و اهمیت خاصی برای این مقوله قائل هستند. برگزاری نشست امروز نیز موید این موضوع است ضمن این که

### هیچ چیزی با اجبار و تحمیل نمی‌تواند به فرهنگ تبدیل شود

پس از قرائت آیاتی از قرآن مجید و پخش سرود ملی جمهوری اسلامی ایران، مصطفی کواکبیان - عضو کمیسیون امنیت ملی مجلس شورای اسلامی - به‌عنوان نخستین سخنران به جایگاه دعوت شد. وی عنوان داشت: هیچ کسی به شکل طبیعی مخالفتی با مقوله مد ندارد، بلکه نوع رویکردی که نسبت به ارزش‌ها و فرهنگ در انتخاب مد می‌شود، اثرگذار است و اگر قرار باشد مد برگرفته از الگوهای غیر بومی باشد، جای بحث دارد.

کواکبیان تصریح کرد: طبع زیبا پسند فطرت انسان به دنبال تمام زیبایی‌هاست و خداوند نیز زیبایی را دوست دارد اما گاهی تصور می‌کنیم کعبه آمال مد متعلق به کشورهای غربی است و باید مد را از آنان بیاموزیم.

به گفته این نماینده مجلس، فرهنگ بومی ایران همواره طرفدار مد بوده، در نحوه لباس پوشیدن مردم نوعی زیبایی پسندی و مد مشاهده می‌شود، اغلب مردم پوشیده و آراسته هستند و برهنگی در فرهنگ و تفکر آنان جایی نداشت.

کواکبیان با اعلام این مطلب که همه ما طرفدار مد هستیم اما مدی که برخاسته از فرهنگ بومی و سنت اسلامی باشد؛ اذعان داشت: متأسفانه این تصور وجود دارد که برندهای خارجی مرغوب و برندهای داخلی نامرغوب هستند در حالی که با توجه به موازین اقتصاد مقاومتی، باید به تولید بومی تکیه کنیم

وی اضافه کرد: تولید ملی لزوماً به این معنی نیست که

گزارش



# اجبار، فرهنگ‌ساز آفرین نیست!

نشست شورای راهبردی تولید و فروش کارگروه مد و لباس با حضور علی مرادخانی - معاون امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی -، شهباز حسن‌پور بیگلری - رئیس فراکسیون اصناف مجلس شورای اسلامی -، مصطفی کواکبیان - نماینده مجلس شورای اسلامی -، گلنار نصراللهی - مدیرکل سابق دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت -، حمید قبادی - دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور -، ابوالقاسم شیرازی - رئیس اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران -، حمیدرضا یوسفی - دبیر کارگروه کشوری مد و لباس -، نمایندگان اتحادیه‌های کشوری پوشاک، صنعتگران، تولیدکنندگان و طراحان لباس در مجموعه باغ زیبا برگزار شد.



میرزاگانی = معاون امور شهری و وزارت ارشاد



حسن پور = نماینده مجلس



قبادی = دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس

جوان سنگ اندازی و آنان را نسبت به ادامه تولید دلسرد می‌کند  
داوزنی در پایان اذعان داشت: افتخار می‌کنیم که در مراکز خرید سطح کشور، فروشگاه‌هایی که محصولات ایرانی عرضه می‌کند با استقبال گسترده‌تر مصرف‌کنندگان مواجه می‌شوند و شلوغ‌تر از سایرین هستند

### صنعت نساجی ایران ورشکسته نیست

به گفته حمید قبادی - دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت ارشاد اسلامی - برگزاری این قبیل جلسات نمایشگر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در حوزه فرهنگی است.  
وی ضمن تشکر از رئیس اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران که تمام تلاش خود را برای بهره‌گیری از استانداردهای حرفه‌ای در تولید پوشاک به کار بسته، ادامه داد: طراحی به صورت حرفه‌ای وارد میدان تولید شده است در حالی که تا چند سال پیش، تعداد انگشت‌شماری از واحدهای تولیدی مجهز به بخش طراحی بودند و خوشبختانه امروز این تعداد به اعداد سه تا چهار رقمی رسیده است.

قبادی تصریح کرد: پوشندگی یکی از ابعاد اصلی مد و پوشاک است و فاکتورهای متعددی در بخش مد و لباس وجود دارد. یکی از مهم‌ترین مسائل و نکات برای انتقال مفهوم و منتقل‌کننده مفاهیم ارزشی یا ضد ارزشی است. اضافه شدن جنبه‌های زیبایی‌شناختی و جنبه‌های بصری یکی دیگر از

داورزی تصریح کرد: تا چندین سال پیش، مد یک واژه ناپسند و مذموم به شمار می‌آمد اما مد برگرفته از تفکر و ایده است که در ذهن طراح نقش می‌بندد و روی پارچه اجرا می‌شود.

به گفته وی، با همکاری، همفکری و همدلی تولیدکنندگان، طراحان لباس، مسئولان دولتی، نمایندگان مجلس و رسانه‌ها، اجازه نمی‌دهیم واحدهای تولیدی بیشتری تعطیل شوند.

داورزی، تولید و عرضه مانتوهای شیشه‌ای، کوتاه و دارای طرح‌های نامناسب را متعلق به واحدهای زیرپله‌ای و نه تولیدکنندگان معتبر و خوش‌نام اعلام کرد و گفت: مزون‌های صاحب سبک و فروشگاه‌های مطرح سراسر کشور هیچ‌گاه چنین محصولاتی را به فروش نمی‌رسانند و برای یک ایرانی استفاده از مانتوهای حاوی حروف و عبارات ناپسند، شرم‌آور است. این تولیدکننده پوشاک، پیشنهاد کرد که هفته‌ای به‌عنوان هفته مد در نظر گرفته شود و هر روز به یک بخش از صنعت پوشاک از قبیل پوشاک زنانه، مردانه، بچه‌گانه، لباس شب، ورزشی، مدارس و ... اختصاص پیدا کند تا توانمندی‌های صنعت پوشاک ایران به مصرف‌کنندگان معرفی شوند.

وی ضمن اشاره به این مطلب که کپی‌برداری تولیدکنندگان از محصولات یکدیگر سرانجامی ندارد و چراغ راه آیندگان نخواهد بود، افزود: جوانانی وارد میدان تولید شده‌اند که با تکیه بر تلاش، خلاقیت و ابتکار به فعالیت می‌پردازند اما نتیجه این زحمات نه تنها جایی دیده نمی‌شود و مورد حمایت قرار نمی‌گیرند بلکه مالیات، بیمه، دارایی و ... در مسیر تولیدکننده

از دو سال پیش برنامه جدی برای بهره‌مندی از آثار طراحان ایرانی را در اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران آغاز و برای رسیدن به این مقصود «مرکز پژوهش‌های تولید و فروش» به مدیریت دکتر صدق‌آمیز را در اتحادیه راه‌اندازی کردیم؛ در این مسیر همکاری موثر و مستمری با کارگروه ساماندهی مد و لباس داشتیم و توانستیم روند جدی را برای تولید آثار ایرانی با توجه به شعار «با افتخار ساخت ایران» آغاز نماییم.

به گفته وی، وظیفه «کارگروه مد و لباس» و «اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران»، شناسایی و ساماندهی ناهنجاری‌ها و موارد منافی با فرهنگ ایرانی است تا واحدهای تولیدی در مسیر تولید و ارائه پوشاک ایرانی گام بردارند. تولیدکننده داخلی علاوه بر تولید محصولات با کیفیت برای بازارهای کشور در آینده بسیار نزدیک باید بتواند با عرضه محصولات مرغوب و متنوع در بازارهای جهانی نیز حضور یابد.

### کپی‌برداری تولیدکنندگان از محصولات یکدیگر سرانجامی ندارد

در ادامه برگزاری نشست شورای راهبردی تولید و فروش کارگروه مد و لباس احمد داورزنی - از پیشکسوتان صنعت پوشاک - به جایگاه سخنرانی دعوت شد. وی مطالب خود را با سپاس از دست‌اندرکاران صنعت پوشاک و مد کشور آغاز کرد و ادامه داد: از فروشندگان پوشاک ایرانی که با ذوق و سلیقه در ویتترین‌های زیبای خود به ارائه تولیدات باکیفیت ایرانی می‌پردازد، تشکر می‌کنم.



### گزارش عملکرد شورای راهبردی در کارگروه

#### ساماندهی مد و لباس

حمیدرضا یوسفی‌فر- دبیر کارگروه کشوری مد و لباس اتحادیه پوشاک- به قانون ساماندهی مد و لباس و تشکیل شورای راهبردی تولید و فروش اشاره کرد و گفت: هدف از ارائه طرح و تصویب قانون مترقی ساماندهی مد و لباس، حفظ و تقویت فرهنگ و هویت ایرانی اسلامی، ارج نهادن، تثبیت و ترویج الگوهای بومی و ملی، هدایت بازار تولید و عرضه لباس و پوشاک براساس طرح‌ها و الگوهای داخلی و نیز در جهت ترغیب عموم مردم به پرهیز از انتخاب و مصرف الگوهای بیگانه و غیرمأنوس با فرهنگ و هویت ایرانی می‌باشد.

وی، یکی از اقدامات مفید و موثر در اجرایی نمودن قانون ساماندهی مد و لباس را ایجاد شوراهای راهبردی از جمله شورای راهبردی تولید و فروش دانست و افزود: هدف از راه‌اندازی این شوراها، ایجاد گروه‌های فکری و برنامه‌ریز و استفاده از تمام ظرفیت‌های موجود است تا در قالب تخصصی کلیه امور به‌صورت حرفه‌ای، دسته بندی و به شکل قانونی دنبال شوند.

یوسفی‌فر یادآور شد: توجه به ذائقه مصرف‌کننده برنامه‌ریزی تولید پوشاک اسلامی و ایرانی و در خور شأن مردم، شناسایی و معرفی ظرفیت‌های تولید و عرضه پوشاک در کشور یکی از وظایف این شوراها محسوب می‌شوند.

به‌گفته دبیر کارگروه کشوری مد و لباس، شورای راهبردی در کارگروه ساماندهی مد و لباس پس از نیازسنجی دقیق در سال ۱۳۹۲ تشکیل و مسئولیت

بر ارزش افزوده را در محصول ایرانی باید بپردازیم و کالای خارجی مشمول این مالیات نمی‌شود، باید بدانیم در گام اول، ۹ درصد از رقیب خارجی عقب هستیم. وقتی دستگاه‌های نظارتی از تولیدکننده ایرانی فاکتورهای قبل از تولید و تأمین مواد اولیه را با تمام جزئیات می‌طلبند اما در مورد کالاهای قاچاق چنین جریانی وجود ندارد به این معناست که در شرایط نابرابر تولید و عرضه قرار گرفته‌ایم.

وی به هزینه بسیار بالای تبلیغات در کشور نیز اشاره کرد و گفت: این در حالی است که کالاهای وارداتی با چنین مشکلی مواجه نیستند. زمانی که تابلوها و بیلборدهای سطح شهر قیمت گزافی دارند، تولیدکننده به دلیل ضعف بنیه مالی، مجالی برای تبلیغات کالای باکیفیت خود پیدا نمی‌کند و حتی اگر ۹۰ درصد سرمایه یک مجموعه تولیدی صرف تبلیغات شود باز هم نمی‌توانند در بیلборدهای شهری جای مناسبی برای خود پیدا کنند!

«هزینه‌های سرسام‌آور اجاره بهای فروشگاه در مراکز خرید» یکی دیگر از مشکلات تولیدکنندگان پوشاک بود که مورد اشاره دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت ارشاد قرار گرفت.

قبادی از تمام فعالان عرصه مد و لباس کشور خواست تا توان ملی، اعتماد ملی و باور ملی خود را در این حوزه تقویت کنیم و با همدیگر عهد ببندیم و از «توانستن و شدن» را در حوزه مد و لباس بر زبان نیاوریم.

وی در پایان گفت: به امید آن روز که هر ایرانی با افتخار از خرید تولیدات ایرانی یاد کند.

مفاهیم حوزه مد و لباس است که باید مورد توجه قرار گیرد. به‌گفته این مقام مسئول، «ماتو» یک واژه فرانسوی است و محصول فکر یک ایرانی به واسطه ضرورتی که پس از پیروزی انقلاب اسلامی شاهد بودیم، خلق شد.

دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت ارشاد بیان داشت: زمانی که برند لباس یک کشور خارجی را در ایران مشاهده می‌کنیم تنها قدرت مد آن کشور نیست که به نمایش گذارده می‌شود، بلکه قدرت نرم آن کشور نشان داده می‌شود.

قبادی اذعان داشت: فاجعه آنجاست که در مورد نصب تابلوی نماینده رسمی یک برند خارجی با مشابه غیرقانونی آن، درگیری به وجود می‌آید!

به‌گفته دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت ارشاد، بخش وسیعی از بازار گسترده مالی در حوزه مد و لباس، سهم تولیدکنندگان داخلی است که با کیفیت مناسب محصولات و اجرای روش‌های جذب سریع مخاطب، بازار ایرانی را برای مخاطبان ایرانی متنوع و ارزشمند کرده‌اند.

وی، ورشکستگی صنعت پارچه ایران را «اتهام» توصیف کرد و گفت: در این بخش دچار عقب افتادگی، وابستگی، نقص جدی و مشکلات اساسی هستیم اما در بسیاری از شاخه‌ها و گرایش‌های تخصصی نساجی، نه تنها وابسته نیستیم بلکه به صادرات موفق نیز می‌پردازیم.

قبادی اضافه کرد: وقتی کالای ایرانی قدرت رقابت و مسابقه با کالای خارجی را از دست می‌دهد، طبعاً باید عقب بنشینیم؛ وقتی پیشاپیش ۹ درصد مالیات



نصراللهی اذعان داشت: اطمینان داشته باشید آینده روشنی پیش روی صنعت پوشاک کشور خواهد بود. وی سپس ابراز امیدواری کرد تا میزان صادرات ایران در سال جاری در بخش نساجی و پوشاک از مرز یک میلیارد دلار عبور کند.

#### حمایت‌های جدی از فعالان مد و لباس

آخرین سخنران نشست شورای راهبردی تولید و فروش کارگروه مد و لباس، علی مرادخانی - معاون وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی - بود. وی اقدامات انجام شده سال‌های اخیر در بخش مد و لباس را نیازمند حمایت‌های جدی‌تر دانست که باید از فعالان و صنعتگران تولید و فروش محصولات ایرانی در این برهه انجام شود.

مرادخانی تصریح کرد: در پی آن هستیم که با حمایت خود، روند کار را تسهیل کنیم، اما به طور طبیعی آنچه که باید اتفاق بیفتد در بخش خصوصی است. به گفته معاون وزیر ارشاد، اگرچه بخش عمده‌ای از فعالیت حوزه مد و لباس به صنعت مربوط می‌شود اما باید بتوان تولید را از طریق پول، امکانات و ... پایدار کند پس بهتر است این روند با جریان فرهنگی ما پیوسته شود و هویت خود را داشته باشد.

پس از اتمام سخنرانی‌های نشست شورای راهبردی تولید و فروش کارگروه مد و لباس، احکام اعضای شورای راهبردی تولید و فروش کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور به آنان اعطا شد.

کودک و رسته‌های سراجان و کفاشان) اهدا شده است.

**آمادگی مجلس برای حمایت از تولید ملی**  
شهباز حسن پور بیگلری - رییس فراکسیون اصناف مجلس شورای اسلامی - در سخنرانی کوتاه خود آمادگی مجلس برای اجرای برنامه‌ها توسط بخش خصوصی و حمایت از این بخش به‌عنوان بازوان توانمند اعلام کرد و تقویت خودباوری در بخش خصوصی را از مهم‌ترین عوامل موفقیت در عرصه تولید و صنعت برشمرد.

#### آینده روشن صنعت پوشاک کشور

گلنار نصراللهی - مدیرکل سابق دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت - بیان داشت: صنعت نساجی و پوشاک، از سالیان دور وجود داشته و اطمینان داشته باشید باقی خواهد ماند.

وی ضمن اعلام این مطلب که صحبت از ورشکستگی و عقب افتادگی صنعت نساجی، کمکی به این صنعت نخواهد کرد، گفت: صنعت نساجی وارد مرحله جدیدی می‌شود که در آن تولید پوشاک در اولویت قرار خواهد گرفت.

نصراللهی یادآور شد: یک‌ساله است که کارگروه پوشاک در وزارت صنعت با همراهی تولیدکنندگان و صنعتگران راه‌اندازی شده و براساس تصویب وزارت صنعت و درخواست صنعتگران، فعالیت برندهای خارجی پوشاک به ثبت نمایندگی‌های رسمی و مستقیم و یا سرمایه‌گذاری مشترک در ایران مشروط خواهد شد.

تشکیل شورای راهبردی تولید و فروش و پیشنهاد انتخاب اعضای آن به اتحادیه پوشاک واگذار شد. البته پیش از سال ۹۲ نیز اتحادیه پوشاک به جهت همسو بودن اهداف تبیین شده کارگروه ساماندهی مد و لباس به عنوان یکی از ارکان اصلی این کارگروه، همکاری تنگاتنگی را در دستور کار خود قرار داد.

وی برخی موارد مهم این همکاری را شامل موارد زیر دانست:

- ۱- حضور در کلیه جلسات دعوت شده توسط کارگروه ساماندهی مد و لباس از سال ۱۳۸۵
- ۲- حضور فعال در کلیه نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های برگزار شده توسط کارگروه ساماندهی مد و لباس (بیش از ۱۶ مراسم) و پذیرفتن امور اصناف و ایجاد پل ارتباطی بخش خصوصی با دولتی
- ۳- دعوت از کلیه اعضای اتحادیه صنف پوشاک به تولید محصولات اسلامی و ایرانی و شناسایی بیش از ۲۰۰۰ واحد صنعتی تولیدی فعال که تاکنون به دعوت و همکاری در تولید پوشاک اسلامی و ایرانی لیبیک گفته‌اند و همکاری مستمر دارند

۴- برگزاری بخش تولید و عرضه محصولات کاربردی مد و لباس به صورت غیر متمرکز در سال ۹۴ با عنوان طرح فروش ویژه شیما در تهران و ۵ استان کشور (مشهد، تبریز، اصفهان، البرز و قم) که در تهران ۵۵۰ فروشگاه و در هر استان ۲۰۰ فروشگاه واجد شرایط را در بر گرفت.

یوسفی‌فر در خاتمه ابراز داشت: احکام اعضای شورای راهبردی تولید و فروش کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور (۳۵ نفر از رسته‌های پوشاک مردان، زنان و