

اشاره:

نمایشگاه پریمی‌ر ویژن به‌عنوان یکی از نمایشگاه‌های مطرح در زمینه مد و فشن برای اولین بار در سال ۱۹۷۳ در فرانسه با حضور ۱۶ تولیدکننده پارچه برگزار شد و به تدریج توانست جایگاه خود را میان اهالی نساجی و پوشاک پیدا کند به طوری که در سال ۲۰۰۴ پریمی‌ر ویژن چین، سال ۲۰۰۶ مسکو، سال ۲۰۰۹ برزیل، سال ۲۰۱۴ استانبول و سال ۲۰۱۵ سئول به مجموعه نمایشگاه‌های پریمی‌ر ویژن افزوده شدند. برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد کم و کیف برگزاری این نمایشگاه، گفت‌وگویی با ته‌مینه مولانا - نماینده پریمی‌ر ویژن در ایران - انجام دادیم که از نظراتان می‌گذرد.

۴ در مورد سابقه پریمی‌ر ویژن توضیحاتی ارائه نمایید. این شرکت در کدام کشورها دارای نمایندگی است؟

به‌عنوان مقدمه بهتر است که اشاره‌ای بر سر آغاز فعالیت پریمی‌ر ویژن داشته باشیم. این نمایشگاه فعالیت خود را در سال ۱۹۷۳ آغاز کرد و طی آن تنها ۱۶ تولیدکننده پارچه از شهر لیون فرانسه، محصولات خود را در مرکز بین‌المللی نساجی پاریس، عرضه نمودند. بلافاصله پس از پایان برگزاری آن، تولیدکنندگان حاضر در نمایشگاه مذکور، تصمیم گرفتند همکاری مستمری در زمینه برگزاری نمایشگاه با همدیگر داشته باشند؛ مشارکتی که طی آن با تمرکز بر تلفیق رنگ‌های فصل، پارچه‌های منطبق با مد روز و طرح‌های نوآورانه، بازار خود را با مفهوم تازه‌ای پایه‌گذاری نمایند. سال ۲۰۰۰، فرصتی فراهم آمد تا این نمایشگاه فراتر از مرزهای فرانسه حرکت کند و به این ترتیب «پریمی‌ر ویژن نیویورک» به‌عنوان نخستین نسخه خارج از فرانسه بنیان گذارده شد. با گذشت زمان و توسعه فعالیت‌های این نمایشگاه در سراسر جهان، در سال ۲۰۰۴ پریمی‌ر ویژن چین، سال ۲۰۰۶ مسکو، سال ۲۰۰۹ برزیل، سال ۲۰۱۴ استانبول و سال ۲۰۱۵ سئول به مجموعه نمایشگاه‌های پریمی‌ر ویژن افزوده شدند؛ لازم به ذکر است نمایشگاه‌های مسکو و چین دیگر برگزار نمی‌شوند و این مجموعه فعالیت خود را در دفاتر نیویورک، سائوپولو، استانبول و سئول متمرکز نموده است.

۴ در این نمایشگاه چه محصولاتی و اغلب از کدام کشورها به نمایش گذاشته می‌شود؟

به طوری که در نمایشگاه‌های پریمی‌ر ویژن محصولات مختلفی مانند نخ، پارچه، چرم، جین، انواع طرح‌ها، لوازم جانبی مورد نیاز در فرآیند تولید ارائه می‌شود. واقعیت این است که ارائه توضیحات در مورد گستره محصولات و خدمات قابل عرضه در نمایشگاه پریمی‌ر ویژن در قالب یک مصاحبه

به مناسبت برگزاری نمایشگاه

پریمی‌ر ویژن premierevision

(۲۸ تا ۳۰ مهر ۱۳۹۵، استانبول)



داشتیم اما این رقم در مهر ۹۴ و فروردین ۹۵ به ۱۰۰ تا ۱۲۰ بازدیدکننده افزایش پیدا کرد و موفق به انعقاد قراردادهای خرید با شرکتهایی از ترکیه و سایر کشورها شدیم.

«آیا تاکنون شرکتهای ایرانی نیز در پریمیر ویژن غرفه داشته‌اند؟ در صورت پاسخ منفی، به اعتقاد شما چه عواملی باعث حضور کم‌رنگ ایرانیان در این نمایشگاه می‌شود؟»

خیر تاکنون تولیدکنندگان ایرانی در این نمایشگاه به‌عنوان غرفه‌گذار حاضر نشده‌اند؛ اگرچه متقاضیانی برای حضور در این رویداد جهانی از ایران داشتیم اما ولی سیاست پریمیر ویژن با سایر نمایشگاه‌ها اندکی متفاوت است. تخصیص غرفه در مرحله اول منوط به ارائه نوآوری و محصول منطبق با گرایش‌های روز و سپس ارائه اسناد موید اعتبار شرکت به لحاظ گردش مالی و پیشرفت پیوسته آن موسسه یا شرکت است؛ سپس موسسه یا شرکت مذکور توسط هیئت داوران مستقر در پاریس مورد تأیید قرار می‌گیرند و در نهایت امکان غرفه‌گذاری فراهم می‌شود. با وجود توانمندی‌های بالای متخصصین ایرانی، امیدوارم در آینده‌ای نزدیک از ایران هم غرفه‌گذارانی داشته باشیم.

«آیا در صورت لغو تحریم‌های ایران، امکانات برگزاری نمایشگاه پریمیر ویژن در کشور وجود دارد؟»

قرار بر این است که در هر منطقه یک شهر به عنوان قطب مد و فشن برای برگزاری پریمیر ویژن انتخاب شود که در خاورمیانه، شهر استانبول این جایگاه را کسب کرده است. البته دنیا به‌طور مرتب در حال تغییر و تحول است شاید روزی جریان‌ها به گونه‌ای پیش برود که مثلاً تهران این جایگاه را به خود اختصاص دهد اما در حال حاضر همچنان پریمیر ویژن خاورمیانه در استانبول برگزار می‌شود.

«شرایط حضور ایرانیان به‌عنوان بازدیدکننده در این نمایشگاه به چه صورت است؟»

در مورد بازدید از این نمایشگاه روند دشواری وجود ندارد. معمولاً سه ماه پیش از تاریخ برگزاری نمایشگاه، علاقه‌مندان می‌توانند با پر کردن فرم مشخصات به شکل آن لاین، کارت ورودی بارکد دار خود را دریافت نمایند تا هنگام ورود به نمایشگاه، معطل مسائل مربوط به ثبت نام نشوند. مطابق معمول بلافاصله پس از بازشدن صفحه ثبت نام برای کارت ورودی، مراتب را اطلاع‌رسانی می‌کنیم و در غیر این صورت در همان لحظه ورود افراد به ورودیه نمایشگاه، امکان دریافت کارت بازدید فراهم است. لازم به ذکر است بازدید از این نمایشگاه هزینه‌ای برای بازدیدکنندگان در بر ندارد.

امکان‌پذیر نیست زیرا هم تعدد نمایشگاه‌های زیرمجموعه و هم سیاست عرضه محصولات منطبق بر نوع فرآورده‌ها و تقاضای موجود برای هر یک از نمایشگاه‌های منطقه‌ای فراتر از مباحث عنوان شده در یک مصاحبه مطبوعاتی است. پریمیر ویژن در طول یک سال، ۲۹ نمایشگاه برگزار می‌کند و همان‌طور که می‌دانید نمایشگاه‌های مد و فشن سالی دو بار (برای پاییز، زمستان و بهار-تابستان) اجرا می‌شوند. اصولاً تأکید نهاد پریمیر ویژن برای بازدیدکنندگان، حضور در نمایشگاه منطقه‌ای است و با تکیه بر این هدف از ابتدا مراکز مد را در هر منطقه‌ای مشخص کرده و سپس نمایشگاه را با توجه بر ظرفیت‌های همان منطقه برنامه‌ریزی نموده‌اند؛ به همین دلیل برای کارشناسان، متخصصین و بازرگانان ایرانی پیشنهاد برگزاری نمایشگاهی در استانبول ارائه شد.

«جایگاه پریمیر ویژن در دنیا فشن و مد را چگونه ارزیابی می‌کنید؟»

از نظر جایگاه و تأثیرگذاری پریمیر ویژن در دنیا باید عنوان کنم که این نهاد در حال حاضر به عنوان یکی از معدود سیاستگذاران مد و فشن دنیا به شمار می‌آید و از اعتبار ویژه‌ای برخوردار است؛ به طوری که فعالان عرصه مد و فشن دنیا هرگز بازدید از این رویداد معتبر و جهانی را از دست نمی‌دهند.

«بازدیدکنندگان پریمیر ویژن را بیشتر چه طیفی تشکیل می‌دهند؟»

بازدیدکنندگان اصلی نمایشگاه‌های پریمیر ویژن را طراحان لباس، طراحان پارچه، تأمین‌کنندگان محصول، اساتید دانشگاه‌ها، دانشجویان، مدیران و طراحان شرکت‌های تولیدکننده پوشاک و فعالان مرتبط با این رشته تشکیل می‌دهند.

«حضور متخصصین ایرانی در پریمیر ویژن را چگونه ارزیابی می‌کنید؟»

به‌عنوان نماینده پریمیر ویژن در ایران و عضو هیئت برگزاری این نمایشگاه در مرکز مد و فشن خاورمیانه، بازدید از نمایشگاه مذکور را برای صنعتگران و تولیدکنندگان نساجی و پوشاک کشور ضروری می‌دانم. با توجه به توجه ویژه به صنعت مد و طراحی در ایران طی سال‌های اخیر، باید این فرصت را مغتنم شمرده و از طریق آشنایی با گرایش‌های روز دنیا و شناخت استانداردهای بین‌المللی، هرچه سریع‌تر جایگاه شایسته و متناسب با معیارهای جامعه ایرانی را شکل دهیم.

اکنون در آستانه دوره پنجم نمایشگاه پریمیر ویژن استانبول هستیم و طی چهار دوره گذشته شمار بازدیدکنندگان از ایران بسیار چشمگیر بوده است. در دوره‌های اول و دوم (مهر و اسفند سال ۱۳۹۳-۹۳) حدود ۴۵ تا ۵۰ بازدیدکننده