

همایش معرفی نمایشگاه دمو تکس در ایران به همت شرکت فوزان راهبران نامی - نماینده انحصاری شرکت نمایشگاه‌های کلن و هانوفر در ایران - با هدف معرفی تغییرات دمو تکس ۲۰۱۸ با حضور صنعتگران، تولیدکنندگان و فعالان صنعت فرش ماشینی، دستباف و کفپوش و همچنین مدیر پروژه دمو تکس هانوفر در هتل پارسیان اوین تهران برگزار شد.



گزارشی از برگزاری سمینار آموزشی مدیریت بحران در مد

وی ادامه داد: در تمام نقاط ایران با توجه به سلايق، امکانات، طبيعت موجود و نیاز، فرش‌های متنوعی بافته می‌شود از فرش‌های زیبای گبه و بختیاری گرفته تا فرش‌های کرمان، نایین، کاشان، اصفهان، تبریز، قم و ...

به اعتقاد این تولیدکننده، متنوع‌ترین، زیباترین و با کیفیت‌ترین فرش‌ها در کشور ما بافته می‌شوند و طبق شواهد تاریخی، بهترین هدیه‌ای که پادشاهان و سران کشورها به دیگران اهدا می‌کردند، فرش ایرانی بود که افتخار بزرگی برای ماست.

مدیرعامل گروه ستاره کویر یزد تصریح کرد: صادرات فرش، صادرات یک کالا نیست بلکه صادرات هنر و تاریخ ماست و به همین دلیل بسیار متفاوت‌تر از سایر کالاهای صادراتی به شمار می‌آید.

صادقیان گفت: ما ایرانیان از قدیم الایام روی فرش زندگی کرده‌ایم، در سال‌های دور، کف اتاق‌ها کاملاً با فرش پوشیده می‌شدند و به طور کلی زندگی روی فرش جریان داشت و هیچ کس بهتر از ایرانیان، فرش رانمی‌شناسد.

این صنعتگر فرش ماشینی در بخش دیگر سخنرانی خود ابراز داشت: با توجه به تغییر سبک زندگی، مصرف فرش متفاوت شده است برای مثال مصرف فرش در جنوب، شمال و مرکز شهر تهران قطعاً از نظر طرح، رنگ، اندازه، قیمت و سایر مشخصات با هم متفاوت است و تنوع گسترده‌ای در این میان وجود

دموتکس؛ میدان رقابت جهانی در صنعت کفپوش‌ها



آزلبار، یکی از موثرترین شیوه‌های بازاریابی و افزایش صادرات را حضور در نمایشگاه‌های معتبر و تراز اول جهانی همچون دمو تکس برشمرد و افزود: این امر در طی سال‌های گذشته سیر صعودی داشته و شاهد حضور چشمگیر شرکت‌های تولیدکننده ایرانی در این نمایشگاه‌ها بوده‌ایم.

جایگاه فرش ماشینی ایران؛ چالش‌ها و فراز و نشیب‌های آن

احمد صادقیان - رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل گروه ستاره کویر یزد و رییس کمیسیون کشاورزی و صنایع غذایی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران - سخنرانی خود را با بیان این مطلب آغاز کرد که فرش متعلق به ایران است، هر جا نام کشور عزیزمان برده می‌شود، تداعی گر فرش است و هر جا که فرش دیده می‌شود نام ایران به یاد می‌آید.

در ابتدا نارینه آزلبار - مدیرعامل شرکت فوزان راهبران نامی - ضمن خوشامدگویی به میهمانان، عنوان داشت: فرش در ایران، سابقه و تاریخی بسی طولانی دارد و بافتن انواع فرش از دیرباز در ایران متداول بوده است.

وی تصریح کرد: بازارهای فرش جهانی از اوایل قرن بیستم میلادی رونق گرفت و سبب افزایش صادرات این کالای ارزشمند ایرانی به ویژه از شهرهای تبریز، کاشان، کرمان، قم و اصفهان شده است. اکنون با گذشت سال‌ها و فراز و نشیب بسیار همچنان ترکیب نقش و رنگ ایرانی در انواع قالی بی‌نظیر است و این امر در سیستم صنعتی نیز به چشم می‌خورد؛ همچنین علاوه بر فرش‌های دستباف اعلای ایرانی، انواع فرش ماشینی نیز متفاوت و متمایز از سایر محصولات هم‌نوع خود حرفی برای گفتن در بازارهای جهانی دارند؛



مهندس رضا حمیدی



احمد صادقیان



نارینه آذربار



اکبر لاجوردیان هم کار کردم و هم بسیار آموختم. در سال‌های ۱۳۴۴ و ۱۳۴۵ در کارخانه مخمل بافی برای اولین بار از ماشین‌های تولید محصولات سبک‌تر از فرش ماشینی به نام «پدی کارپت» با نخ تار و پود پنبه و نخ خاب ویسکوز، فیلامنت و استیپل و پنج‌رنگ برای تولید انواع سجاده استفاده شد.

مهندس حمیدی اضافه کرد: در سال‌های ۱۳۴۵ و ۱۳۴۶ اولین ماشین‌های تولید فرش ماشینی از کمپانی وندویل بلژیک با تار و پود پنبه و خاب اکریلیک شروع به کار نمود و به تدریج صنعت فرش ماشینی کشور از شهر کاشان به سایر شهرهای ایران مانند مشهد، یزد، رشت، اصفهان، کرمان، شیراز و چندین شهر دیگر گسترش یافت ضمن این‌که در کاشان بهتر است بگوئیم گسترش نیافت، بلکه منفجر شد!

به گفته مدیرعامل شرکت فرش مشهد، چهل سال پیش در شهر مشهد اقدام به تأسیس «شرکت فرش مشهد» نمودم، سپس «فرش نگین مشهد» و پس از آن «شرکت فرش زمرد مشهد» را راه‌اندازی کردم و با بهره‌گیری از ۱۰۰ دستگاه، تولید بزرگ‌ترین مجموعه تولید فرش ماشینی کشور (و شاید منطقه)، آغاز شد؛ البته دستگاه‌های بافندگی در آن زمان با عرض دو متر، دو متر و نیم و سه متر و با سرعتی کمتر از ۷۰ پیک در دقیقه کار می‌کردند اما امروزه

وی با اشاره به حضور بازدیدکنندگان و غرفه‌گذاران از سراسر دنیا در دموتکس ادامه داد: شرکت‌کنندگان برای آشنایی با نیازها و سلیقه مخاطبان و تولید بر این اساس، در دموتکس حضور می‌یابند؛ در این میان فرش ایرانی، شهره جهانی دارد لذا از مدیران نمایشگاه مذکور می‌خواهیم همچنان که دموتکس علاوه بر آلمان در کشورهایمانند ترکیه و چین نیز برگزار می‌شود، برنامه‌ریزی‌هایی (علی‌رغم وجود تمام محدودیت‌ها و کمبودهای مربوط به برگزاری نمایشگاه در ایران) جهت برگزاری دموتکس ایران تدوین نمایند. صادقان در پایان ابرار امیدواری کرد که هر چه زودتر شاهد برپایی دموتکس در ایران باشیم.

رمز تداوم حضور در دموتکس

دومین سخنران همایش معرفی نمایشگاه دموتکس در ایران، یکی دیگر از فعالان و پیشکسوتان صنعت فرش ماشینی، مهندس رضا حمیدی - رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت فرش مشهد و عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران - بود.

وی ابراز داشت: سال ۱۳۴۲ از دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه امیرکبیر فارغ‌التحصیل شدم و از سال ۱۳۴۴ تا ۱۳۵۳ در «کارخانجات مخمل و ابریشم کاشان» در خدمت شادروان حسن تفضلی و آقای

دارد. خوشبختانه این شناخت به‌عنوان ایده‌های فنی به صاحبان تکنولوژی در اروپا منتقل شده است و تغییراتی که روی ماشین‌آلات جدید فرش به وجود آمده براساس ایده ایرانیان می‌باشد.

رییس کمیسیون کشاورزی و صنایع غذایی اتاق ایران اذعان داشت: فرش‌هایی که در سه دهه پیش تولید می‌شدند با فرش‌های امروزی تفاوت‌های زیادی دارند به طوری که فرش ماشینی به فرش دستباف مرغوب بسیار نزدیک شده است. ای کاش امکان تبدیل ایده‌ها به تکنولوژی در ایران وجود داشت اما مفتخریم که ایده‌ها و تغییرات را با موفقیت به سازندگان ماشین‌آلات منتقل می‌کنیم و شاید برای اولین و آخرین بار بود که وزیر اقتصاد بلژیک به این دلیل از ما قدردانی کرد که توانستیم تغییرات فاحشی در تکنولوژی ماشین‌آلات بافت فرش به وجود آوریم.

مدیرعامل گروه ستاره کویر یزد در ادامه به نمایشگاه دموتکس پرداخت و گفت: دموتکس در ابتدا به‌عنوان یک نمایشگاه منسوجات خانگی در فرانکفورت شناخته می‌شد اما سه دهه است که به‌عنوان یک نمایشگاه تخصصی در هانوفر برگزار می‌شود و در ابتدا بر فرش دستباف متمرکز شده بود به تدریج فرش ماشینی و سایر کفپوش‌ها مانند موکت، پارکت، سنگ و ... نیز اضافه شدند.



بیان کرد:

۱- حتماً باید اهل مبارزه و رقابت‌پذیری بود. گروه شما در دموتکس بهتر است ترکیبی از متخصصین تولید و فروش باشد.

۲- باید صبور و پرتحمل بود و توجه نماییم که فروش فرش زیر قیمت تمام شده و تحویل زیان نه‌افتخاری برای ماست و نه برای کشورمان!

۳- با حضور در دموتکس و داشتن غرفه، نه تنها محصول تولیدی خود را در معرض دید هزاران مشتری از سراسر جهان قرار می‌دهید بلکه باید هر غرفه ایرانی در دموتکس به مثابه یک پرچم میهنمان جلوه‌گری نماید.

۴- برای تهیه نمونه‌های فرش دموتکس باید از مدت‌ها قبل برنامه‌ریزی کرد و بهترین رنگ‌بندی و طرح‌ها و مناسب‌ترین اندازه‌ها را انتخاب نمود. تراش و آهار و ریشه و زیگزاگ و ... باید بی نقص باشند. به وزن فرش و قیمت تمام شده توجه کامل شود. نوآوری در تمام موارد ضروری است.

۵- زمان تحویل، بسته‌بندی مناسب، قیمت رقابت‌پذیر، شرایط پرداخت مطلوب و مذاکره‌کننده مطلع و زیرک بسیار مهم است.

۶- پایان حضور در دموتکس، حساب سود و زیان را به ایران آوردن نیست بلکه بررسی نمایید از دموتکس چه

ماشینی ایران عملاً از سال‌های ۱۹۹۱ و ۱۹۹۲ به نمایشگاه منسوجات خانگی فرانکفورت (که در آن زمان تنها نمایشگاه عرضه‌کننده فرش ماشینی در کنار سایر کالاهای نساجی بود)؛ باز شد سپس در سال‌های ۱۹۹۳ و ۱۹۹۴ نمایشگاه دموتکس ویژه انواع کفپوش‌ها شروع به کار کرد و فرش ماشینی ایران در سال‌های گذشته به ترتیب زیر در دموتکس حضور یافت:

• در سال ۱۹۹۴ تا سال ۲۰۱۱: فقط یک شرکت

• سال ۲۰۱۱: ۳ شرکت

• سال ۲۰۱۲: ۶ شرکت

• سال ۲۰۱۴: ۱۱ شرکت

• از سال ۲۰۱۷ به بعد متجاوز از ۲۰ شرکت

مهندس حمیدی، دموتکس را میدان رقابت حدود ۱۴۰۰ واحد تولید انواع کفپوش‌های جهان با بیش از ۴۵ هزار بازدیدکننده دانست و گفت: اگر بخواهیم تعداد بازدیدکنندگان ایرانی را با دموتکس مقایسه کنیم؛ به این نتیجه می‌رسیم که در ایران مردم برای گردش و تفریح از نمایشگاه‌ها بازدید می‌کنند اما در دموتکس ۴۵ هزار نفر به قصد خرید فرش ماشینی راهی این نمایشگاه می‌شوند!

وی نکات زیر را جهت موفقیت و تداوم حضور در دموتکس خطاب به میهمانان حاضر در سالن همایش

صنعت فرش ماشینی ایران از بهترین و مدرن‌ترین ماشین‌آلات استفاده می‌نماید.

وی بیان داشت: ماشین‌آلات تولید فرش ماشینی عمدتاً دو برند وندویل و شونهر هستند که البته در سال‌های دور، تعدادی دستگاه ساخت اصفهان نیز به بازار آمد که دوامی نیافت.

به گفته عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران، امروزه صنعت پرافتخار فرش ماشینی با ظرفیت تولید نزدیک به صد میلیون متر مربع بعد از ترکیه، مقام دوم جهان را دارا می‌باشد.

مهندس حمیدی در مورد دموتکس نیز اشاره کرد: تا سال ۱۹۹۳ میلادی، فرش ماشینی در اروپا عمدتاً در کنار سایر محصولات نساجی در نمایشگاه منسوجات خانگی فرانکفورت عرضه می‌شد اما از این تاریخ به بعد، با توجه به حجم بالای داد و ستد انواع کفپوش‌ها و اهمیت آن در جامعه، نمایشگاه کاملاً تخصصی دموتکس به منظور عرضه فقط انواع کفپوش شامل فرش دستباف، ماشینی، انواع موکت، پارکت، سنگ و سرامیک شکل گرفت و در طول دوره‌های نخست برگزاری آن، به رشد قابل توجهی دست یافت و در رقابت با نمایشگاه منسوجات خانگی، کاملاً میدان عرضه فرش و کفپوش جهان را قبضه نمود.

مدیرعامل شرکت فرش مشهد یادآور شد: پای فرش

ادامه خواهد داشت.

به گفته وی، در نمایشگاه سال ۲۰۱۷، بالغ بر ۱۵۰۰ غرفه گذار از بیش از ۵۹ کشور در فضایی حدود ۹۸ هزار متر مربع حضور داشتند که ایران توانست در بین ۵۹ کشور در رتبه بندی این نمایشگاه از نظر مترآژ و تعداد غرفه گذار ایرانی در رده ششم قرار گیرد.

مدیر پروژه دموتکس هانوفر افزود: در نمایشگاه آتی دموتکس هانوفر، انواع فرش ماشینی و دستباف، موکت، پادری، کفپوش‌های نسجی، سنگ طبیعی، پارکت، لمینیت، سرامیک، نخ، الیاف و کلیه سیستم‌های مرتبط با صنعت فرش و کفپوش، لوازم و ادوات نظافت و شست‌وشوی انواع کفپوش عرضه خواهد شد.

به گفته سون، در ابتدا سالن‌های فرش ماشینی و دستباف از همدیگر جدا بودند که جذابیتی برای مخاطبان نداشت زیرا تمایل داشتند هر دو نوع فرش را در یک سالن مشاهده کنند لذا از سالن ۲ تا ۸ به فرش ماشینی و دستباف اختصاص پیدا کرد.

وی یادآور شد: در سال‌های گذشته فضای اختصاص یافته به فرش ماشینی در حال افزایش است و در مقابل فرش دستباف کمتر شده لذا مدیران نمایشگاه تصمیم گرفتند فرش ماشینی و دستباف را در یک سالن جای دهند تا انعطاف‌پذیری قابل توجهی برای شرکت‌کنندگان به وجود آورند.

وی در ادامه به استقرار ماشین‌های کوچک برای سهولت رفت و آمد افراد به سالن‌های مختلف اشاره کرد و گفت: طبق بررسی‌های انجام شده، مدیران دموتکس به این نتیجه رسیدند افراد تمایل دارند موضوع فرش و پوشش‌های کف، شخصی سازی شود تا افراد بتوانند انتخاب‌های خاص خود را در کفپوش اعمال نمایند به همین دلیل علاوه بر تغییر در ساختار سالن‌ها، تم جدیدی به دموتکس افزوده شد که همان روند شخصی سازی (Unique Youniverse) می‌باشد.

مدیر پروژه دموتکس هانوفر یادآور شد: صنعت فرش و کفپوش می‌تواند در ارتباط با شخصی سازی حرف‌های زیادی برای گفتن داشته باشد و انتخاب‌ها و سلاویق تک‌تک افراد را در تولیدات خود مدنظر قرار



رشد فضای نمایش شرکت‌های ایرانی نیز به شرح زیر هستند:

• سال ۲۰۱۴: فرش دستباف ۷۷۰ متر مربع و فرش ماشینی ۱/۹۳۷ متر مربع

• سال ۲۰۱۵: فرش دستباف ۷۳۸ متر مربع و فرش ماشینی ۳/۰۳۲ متر مربع

• سال ۲۰۱۶: فرش دستباف ۵۵۰ متر مربع و فرش ماشینی ۳/۷۹۹ متر مربع

• سال ۲۰۱۷: فرش دستباف ۷۸۹ متر مربع و فرش ماشینی ۳/۰۷۳ متر مربع

• سال ۲۰۱۸: فرش دستباف ۳۹۵ متر مربع و فرش ماشینی ۲/۶۳۸ متر مربع (وضعیت فعلی تا ۲۰۱۷/۶/۱۲)

سون در مورد دموتکس ۲۰۱۸ بیان داشت: مدیران برگزاری دموتکس برای ارتقای کمی و کیفی این نمایشگاه، تحقیقات و مصاحبه‌های زیادی با غرفه‌گذاران و بازدیدکنندگان انجام دادند تا به چند تغییر عمده رسیدند که عبارتند از «تغییر چارچوب سالن‌ها»، «برقراری یک تم اصلی برای نمایشگاه» و «شخصی سازی تزئین و دکوراسیون غرفه‌ها». به عبارت بهتر فرایند رو به رشد شخصی سازی (Unique Youniverse) به عنوان بزرگ‌ترین و برترین روند برای دموتکس ۲۰۱۸ برگزیده شده و تا سال آینده

نوآوری و تجربه بهتر برای تداوم کار با خود به ایران خواهید آورد.

• تم جدید دموتکس

در بخش بعدی همایش، دنیا سون - مدیر پروژه دموتکس هانوفر - به جایگاه سخنرانی دعوت شد تا به ارائه توضیحاتی در مورد دموتکس ۲۰۱۸ بپردازد. وی بیان داشت: تمام غرفه‌گذاران دموتکس، صاحبان صنعت و برندهای معتبر و مطرح و بازدیدکنندگان آن حرفه‌ای و متخصص هستند.

سون به افزایش حضور ایرانیان در دو بخش فرش دستباف و ماشینی در نمایشگاه دموتکس اشاره کرد و گفت: ایران به عنوان یکی از ۱۰ کشور برتر در دموتکس شناخته می‌شود.

• سال ۲۰۱۴: ۷ شرکت فرش دستباف و ۱۱ شرکت فرش ماشینی

• سال ۲۰۱۵: ۹ شرکت فرش دستباف و ۱۵ شرکت فرش ماشینی

• سال ۲۰۱۶: ۱۳ شرکت فرش دستباف و ۱۸ شرکت فرش ماشینی

• سال ۲۰۱۷: ۱۶ شرکت فرش دستباف و ۱۶ شرکت فرش ماشینی

• سال ۲۰۱۸: ۹ شرکت فرش دستباف و ۱۲ شرکت فرش ماشینی (وضعیت فعلی تا ۲۰۱۷/۶/۱۲)



دهد. موضوع چارچوب سازی روش‌ها با تمرکز بر روی کلیدی‌ترین موضوع یعنی «جهان منحصر به فرد» فضای جدیدی برای خشنودی و جلب رضایت بازدیدکنندگان ایجاد کرده که در فضای مرکزی سالن ۹ اجرا خواهد شد.

خانواده دموتکس

معرفی دموتکس چین (شانگهای) و ترکیه (قاضی‌انتپ)، بخش اصلی سخنرانی نارینه آزلبار-مدیرعامل شرکت فوژان راهبران نامی-را تشکیل داد. وی ابتدا در مورد دموتکس چین ابراز داشت: این نمایشگاه برای اولین بار در سال ۱۹۹۹ تحت‌عنوان «چاینا فلور- China Floor» برگزار شد که بعدها نام آن به دموتکس چین تغییر کرد و در حال حاضر به‌عنوان پیشروترین نمایشگاه صنعت کف‌پوش در آسیا و دومین نمایشگاه صنعت فرش و کف‌پوش در دنیا محسوب می‌شود.

وی افزود: در این نمایشگاه، کشورهایمانند بلژیک، چین، فرانسه، آلمان، هند، افغانستان، هلند، ترکیه و آمریکا با پایوبون‌های رسمی مشارکت می‌کنند و برخی از تولیدکنندگان ایرانی که در دوره‌های قبل از حوزه فرش دستباف و ماشینی در این نمایشگاه حضور داشتند، عبارتند از شرکت فرش ستاره کویر یزد، فرش فرهی، فرش عباس نیشابوری، قالی زرتشت (شاهکار صفویه)، یلدای کویر، درخشان نگین کاشان، خاطره کویر کاشان، شرکت سهامی فرش ایران، فرش شاطر پور و گروه فرش مرتضوی.

به‌گفته آزلبار، از این نمایشگاه مشتریان بین‌المللی بازدید می‌کنند اما اغلب آنان چینی هستند و بازدیدکنندگانی از ژاپن، آمریکا، کره جنوبی، هند، مالزی و استرالیا را به خود جذب می‌کند. (بالغ بر ۵۴ هزار بازدیدکننده تخصصی که ۱۲ هزار و ۸۰۰ نفر آنها غیرچینی هستند)

مدیرعامل فوژان راهبران نامی با اشاره به این مطلب که در دوره قبلی دموتکس شانگهای، هزار و ۳۶۴ غرفه‌گذار و بیش از ۳۰۰ مشارکت‌کننده غیر چینی و بین‌المللی حضور داشتند؛ ادامه داد: غرفه‌داران در فضایی به وسعت ۷۲ هزار متر مربع، محصولات و نوآوری‌های خود را در معرض دید متخصصین قرار

ایران بود. وی گفت: این نمایشگاه نخستین بار در شهر استانبول ترکیه برپا شد اما پس از چند دوره برگزاری، به شهر قاضی‌انتپ- مرکز فرش ماشینی ترکیه- منتقل شد.

وی اضافه کرد: در دوره قبلی نمایشگاه که مدتی پیش برگزار شد، ۲۰۳ غرفه‌گذار در فضایی بالغ بر ۲۱ هزار متر مربع محصولات خود را به نمایش گذاشتند و ۹ هزار بازدیدکننده تخصصی از کشورهای منطقه مانند ایران، عراق، لیبی و ... موفق به حضور در این رویداد جهانی شدند.

آزلبار، غرفه‌گذاران ایرانی حاضر در دموتکس ترکیه را شامل شرکت‌های فرش قیطران، فرش جردن، فرش پامچال، الماس کویر، افشار زرینه، آرتام نقش، پارس پلیمر، آریا تدبیر و فرش سورنا دانست و افزود: عمدتاً تولیدکنندگان فرش ماشینی ایران در نمایشگاه فوق حضور داشتند.

به گفته این مقام مسئول، محل دائمی برگزاری دموتکس ترکیه در حومه شهر قاضی‌انتپ قرار دارد و متشکل از دو سالن می‌باشد و تمام تولیدکنندگان فرش ماشینی ترکیه در آن حضور می‌یابند.

مدیرعامل فوژان راهبران نامی اعلام کرد: تاریخ بعدی برگزاری دموتکس ترکیه هنوز مشخص نیست اما قطعاً در پایان آوریل یا ابتدای می ۲۰۱۸ خواهد بود.

وی سپس بیان داشت: همزمان با برگزاری دموتکس شانگهای، رویدادهای همزمان دیگری نیز در محل نمایشگاه برپا می‌شود که یکی از آنان به نمایشگاه درب و پنجره اختصاص دارد که پیشروترین نمایشگاه عرضه محصولات و تکنولوژی‌های درب و پنجره در آسیا محسوب می‌شود؛ محلی برای ملاقات و انتقال اطلاعات در حوزه معماری و طراحی داخلی نیز مدنظر قرار گرفته و ضمن برگزاری همایش‌ها و کارگاه‌های آموزشی متعدد، بخشی برای نخستین بار با همکاری نشریه هالی در سال گذشته به دموتکس شانگهای افزوده شد که طی آن تولیدکنندگان بنام فرش دستباف و برندهای معروف سراسر جهان، محصولات خاص و ویژه خود را عرضه می‌نمایند.

تاریخ بعدی برگزاری دموتکس شانگهای به گفته آزلبار، ۲۹ اسفند ۹۶ تا ۲ فروردین ۹۷ خواهد بود که بیستمین سالگرد برپایی این نمایشگاه است و به همین دلیل برنامه‌های جنبی و همایش‌هایی برگزار می‌شود که امیدواریم در دوره بعدی شاهد حضور تعداد بیشتر شرکت‌های ایرانی در زمینه فرش ماشینی و دستباف باشیم.

دموتکس ترکیه، مطلب بعدی مورد اشاره نماینده انحصاری شرکت نمایشگاه‌های کلن و هانوفر در

توسعه صادرات اتاق ایران یادآور شد: تنوع طرح‌ها و تکنیک‌های بافت موجود در فرش‌های ایرانی نیز این امکان را برای مخاطبان جهانی فراهم می‌کند که با هر سلیقه و بودجه‌ای بتوانند دست‌بافته‌ای در خور و شایسته را بیابند و نسل‌های متمادی از آن استفاده کنند

وی اضافه کرد: عدم حضور تمام قد و پر رنگ فرش دستباف ایران از اعتبار و وزن یک رویداد جهانی خواهد کاست. ارتباط و تعامل گسترده آلمانی‌ها به ویژه دست‌اندرکاران شرکت دویچه مسه و برگزارکنندگان دموتکس با صادرکنندگان ایرانی سبب شده این نمایشگاه در دو دهه اخیر، بزرگ‌ترین رویداد سال برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان فرش دستباف ایرانی باشد.

میری اذعان داشت: بدون تردید دموتکس و به ویژه نمایشگاه هانوفر معتبرترین نمایشگاه فرش و کفپوش به‌ویژه برای شرکت‌کنندگان ایرانی در سطح جهانی است. حضور تجار معتبر از سراسر دنیا در این نمایشگاه سبب شده که عرضه‌کنندگان فرش دستباف حضور در آن را به هر رویداد دیگر ارجح بدانند؛ البته در سالیان اخیر به دلایلی از روزهای اوج فاصله گرفته و اهمیت آن در نظر شرکت‌کنندگان کم و بیش کمرنگ شده است که کوچک شدن فضای اختصاص یافته فرش دستباف در دموتکس بهترین دلیل برای اثبات این مدعاست.

به اعتقاد نایب رئیس خانه صنعت و معدن جوانان ایران، سه دیدگاه برای تشریح ماهیت فرش دستباف وجود دارد:

۱- دیدگاهی که فرش دستباف را اثری هنری با وجوه گسترده فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی می‌داند. طبق این دیدگاه فرش دارای هویت مشخصی است که ریشه در اصول و بنیان‌های فرهنگی یک ملت دارد. صاحبان این دیدگاه معتقدند که فرش دستباف به مثابه یک اثر هنری نه برای استفاده چند ساله که میراثی ماندگار است و می‌تواند نسل به نسل منتقل شود.

۲- دیدگاهی که فرش دستباف را یک عنصر دکوراتیو ریشه‌دار می‌داند که ویژگی‌های فرهنگی مستحکمی دارد. صاحبان این دیدگاه اعتقادی به گردش نسل به



جغرافیایی با بافت قومی و فرهنگی گوناگون در ایران از دست‌بافته‌ها، الواحی حامل متون تاریخی بیانگر آداب و سنن اقوام ایرانی ساخته است؛ از سوی دیگر فرش دستباف در دنیا، معرف کشور ما بوده و هست و این مسأله بر میزان اهمیت آن بیش از پیش می‌افزاید. نایب رئیس خانه صنعت و معدن جوانان ایران یادآور شد: فرش دستباف برای ایرانیان یک زیرانداز یا کفپوش نیست بلکه یک نماد فرهنگی ریشه‌دار با ابعاد اقتصادی بسیار است و شاید دقیقاً همین نکته فرش دستباف ایران را از دست‌بافته‌های دیگر کشورها متمایز می‌کند به این معنی که فرش ایران به مثابه یک دست‌بافته هنری مسیری متفاوت از یک کفپوش را در پیش رو دارد.

وی تصریح کرد: از منظر رقابت با سایر ملل تولیدکننده فرش دستباف و در جدول صادرکنندگان این هنر، ایران همواره در صدر بوده و بیشترین سهم را از بازار جهانی به خود اختصاص می‌دهد.

میری، کیفیت دست‌بافته‌های ایرانی را به گواه کارشناسان بین‌المللی بسیار فراتر از سایر رقیبان قلمداد کرد و گفت: از نظر ارزش مادی نیز وزن فرش‌های ایرانی به دلایل موجه و مشخص، افزون بر سایر کشورهاست.

دبیر کارگروه فرش و صنایع دستی کمیسیون

چالش‌های فرش دستباف در ایران و بازارهای بین‌المللی

وی سپس سید مرتضی میری- دبیر کارگروه فرش و صنایع دستی کمیسیون توسعه صادرات اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، نایب رئیس خانه صنعت و معدن جوانان ایران و نماینده شرکت صادرات قالی میری- را به‌عنوان آخرین سخنران مراسم، به تریبون دعوت نمود.

میری با اشاره به این مطلب که تصمیم دارم تا جایگاه رفیع فرش دستباف برای ایرانیان و ویژگی‌های ممتاز دست‌بافته‌های ایرانی را در میان آثار سایر کشورها یادآوری کنم؛ افزود: فرش دستباف برخلاف محصولات صنعتی، یک اثر جامع‌الابعاد هنری، فرهنگی و اقتصادی می‌باشد.

به گفته وی، فرش دستباف هنری است که وجهه اقتصادی پایدار، مداوم و چند لایه دارد به این معنا که زنجیره اشتغال این هنر از حلقه‌های فراوان و از اقشار گوناگون تشکیل شده است و از همین منظر به بطن جامعه پیوند می‌خورد و اهمیت آن در عرصه اجتماعی فزونی می‌یابد.

نماینده شرکت صادرات قالی میری، اهمیت فرش دستباف را از بعد فرهنگی و ملی در ایران قابل بررسی و شایسته اعتنا دانست و گفت: گستردگی مناطق



نسل فرش ندارند اما در این نکته با گروه نخست هم عقیده‌اند که فرش در محیط منزل یا محل کار علاوه بر ویژگی زیبایی‌شناسانه و دکوراتیو، بخشی از بار فرهنگی محیط را به دوش می‌کشد.

۳- رویکرد متعلق به افرادی که فرش را صرفاً یک کفپوش و زیرانداز می‌دانند و معتقدند فرش مانند هر وسیله مصرفی دیگری، تابع سلیقه روز مخاطبان است و پس از گذشت چند ماه یا چند سال باید دور انداخته شود یا تعویض گردد.

میری افزود: تجار و فعالان فرش دستباف در دهه‌های گذشته به نقطه نظر نخست، نزدیک‌تر بوده اما شوربخانه در سالیان اخیر از این دیدگاه فاصله گرفته‌اند و به دو دسته دیگر پیوسته‌اند. انتقال محوریت از رویکرد اول به دوم که متأسفانه در سالیان اخیر، رویکرد سوم سبب شده است که میزان شناخت و استقبال مخاطبین از فرش دستباف کاهش یافته و به همین جهت، گردش مالی این حوزه در سطح جهان، با نزول قابل توجهی مواجه باشد.

به اعتقاد دبیر کارگروه فرش و صنایع دستی کمیسیون توسعه صادرات اتاق ایران، تغییر در روش‌های تجارت دنیای امروز باید مورد توجه قرار گیرد. امروزه و با تغییر سبک زندگی، نیازها و روش‌های رفع آنها نیز دچار تحول شده است به همین علت مخاطبین ما در نمایشگاه‌ها، تغییر کرده‌اند.

وی ابراز داشت: آن‌چه امروز سبب افول نمایشگاه‌ها از جمله دموتکس و سایر رویدادهای مشابه شده است را در دو عامل می‌توان سراغ گرفت:

۱- دیدگاه برگزارکنندگان نمایشگاه و رویدادهای جانبی آن به رویکرد سوم یعنی زیرانداز بودن فرش دستباف نزدیک شده است.

۲- برگزارکنندگان نمایشگاه هنوز فکری برای پاسخگویی به مخاطبان جدید ننموده و همچنان با اصرار بر ساز و کارهای گذشته به برگزاری نمایشگاه ادامه می‌دهند. در این صورت نه تنها برگزاری نمایشگاه به رشد تقاضای جهانی فرش دستباف یاری نمی‌رساند بلکه با سوق دادن تولیدکنندگان و عرضه‌کننده به مسیر سوم، عملاً منجر به کاهش روزافزون مخاطبان و گردش مالی این حوزه خواهد شد.

هنری نیز بتوانند از فرصت برگزاری این نمایشگاه استفاده کنند.

این فعال فرش دستباف اذعان داشت: در دموتکس ۲۰۱۸، شاهد بروز برخی تغییرات خواهیم بود. توجه به دکوراتورها و همچنین پرورش خلاقیت‌ها در برنامه نمایشگاهی امسال قرار دارد اما یادآوری این مسأله بسیار ضروری است که تشویق خلاقیت‌هایی به نتیجه مطلوب منجر می‌شود که ریشه در فرهنگ و اصالت فرش دستباف داشته باشد در غیر این صورت فضا را به سمت رویکرد «کفپوش محوری» سوق خواهد داد که انتخاب مناسب و دقیقی نخواهد بود.

نماینده شرکت صادرات قالی میری ابراز امیدواری کرد که چنین جلساتی برای هم‌اندیشی و هم‌افزایی بیشتر میان ذی‌نفعان و برگزارکنندگان دموتکس که بدون تردید منافع مشترک بی‌شماری دارند، بیش از پیش برگزار شوند.

وی به نمایندگی از کارگروه فرش و صنایع دستی کمیسیون توسعه صادرات اتاق ایران اعلام آمادگی نمود که از طریق ارتباط مداوم و گسترده با شرکت فوزان راهبران نامی و تعامل گسترده با برگزارکنندگان نمایشگاه در راستای دستیابی به ساز و کارهای مناسب برای بهبود فضای مناسب تجارت جهانی فرش اهتمام بیشتری داشته باشد.

میری تأکید کرد: برای بهبود مداوم و مستمر فضای تجارت بین‌الملل فرش (که دموتکس می‌تواند نقش محوری و بسیار سازنده در آن داشته باشد) توجه به چند نکته ضروری است:

۱- ورود به بازار رقابت با تولیدکنندگان کفپوش‌های صنعتی فاقد هویت فرهنگی سبب شکست قطعی فرش دستباف خواهد شد زیرا برای یک کفپوش یا زیرانداز که چندصباحی میهمان‌خانه مخاطبین ماست، پرداخت هزینه خرید فرش دستباف توجیه عقلانی و اقتصادی ندارد لذا به نظر می‌رسد سیاست‌گذاری با محوریت رویکرد سومی انتخاب دقیق و درستی نیست و برگزارکنندگان نمایشگاه و رویدادهای جهانی باید از نزدیک شدن به آن بپرهیزند.

۲- فرش دستباف ایران می‌تواند تقاضای صاحبان دیدگاه‌های اول و دوم را پاسخ بگوید. خریداران آثار هنری (یعنی صاحبان دیدگاه اول) و دکوراتورها که هم می‌توانند نگرشی هنری داشته باشند و هم تنها به وجه دکوراتیو بودن تأکید کنند، در واقع مخاطبان اصلی فرش دستباف ایران در نمایشگاه‌های جهانی هستند و شرکت‌های برگزارکننده نمایشگاه باید مکانیسم‌های خود را با این واقعیت تطبیق دهند. در واقع سازو کارهای نمایشگاه را به نحوی طراحی کنند که علاوه بر تجار، دکوراتورها و مخاطبین آثار

عبارتی انتقال و صادرات برند دموتکس به کشورهای دیگر، فلسفه دیگری داشت و شاید هدف این نبوده که غرفه‌داران در هر سه نمایشگاه حضور یابند بلکه هر مجموعه‌ای با توجه به بازار هدف خود تشخیص می‌دهد که حضور در کدامیک از نمایشگاه‌های دموتکس مفیدتر و مثمرتر خواهد بود.

وی در مورد نارضایتی غرفه‌داران از شرکت‌های حمل و نقل بار هم گفت: می‌توانیم عدم رضایت شرکت‌های ایرانی را به برگزارکننده دموتکس منتقل کنیم اما متأسفانه نمی‌توانیم قوانین گمرکی یک کشور را برای چهار روز حضور نمایشگاهی، تغییر دهیم! تعرفه‌های گمرکی در ترکیه توسط دولت تعیین می‌شود و به اجرای آن بسیار پایبند هستند

مهندس حمیدی - عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران - نیز ضمن سپاس از همکاری سفارت آلمان در صدور ویزا گفت: با تغییر سفیر یا کنسول، دریافت ویزای آلمان با دست‌اندازهایی روبرو می‌شود لذا خواهشمندیم ترتیبی اتخاذ شود تا صدور ویزا برای متقاضیان حضور در دموتکس هانوفر تسهیل شود.

یکی از فعالان فرش دستباف در مورد اختصاص غرفه به صورت رایگان یا نیم بها به شرکت‌های تعاونی فرش ایران در دموتکس سوال کرد که آژلبار پاسخ داد: غرفه رایگان به هیچ ارگانی در قالب تعاونی، اتحادیه یا سایر NGOها در دموتکس واگذار نمی‌شود زیرا این نمایشگاه، یک رویداد تجاری است و مدیران دموتکس قاطعانه اعلام می‌کنند قیمت غرفه برای تمام غرفه‌گذاران (اعم از کسانی که سابقه ۳۰ سال حضور مستمر دارند یا کسانی که نخستین تجربه حضور را دارند) یکسان می‌باشد.

آژلبار در جمع‌بندی پایانی همایش، عنوان داشت: شرکت فوژان راهبران نامی، افتخار داشته که به‌عنوان یک شریک امین در طول سالیان گذشته در کنار تولیدکنندگان و صنعتگران فرش ماشینی، دستباف و کفپوش‌ها باشد و امیدواریم همچنان این راه را با یکدیگر ادامه دهیم و بتوانیم سبب سهولت حضور ایرانیان در هر یک از نمایشگاه‌های دموتکس باشیم.



نایب رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران - به برگزاری دموتکس ایران اشاره کرد و پرسید: چه زمانی شاهد برگزاری این رویداد جهانی در ایران که مهد فرش دنیاست، خواهیم بود؟ (تشویق حضار) آژلبار بیان داشت: به‌عنوان یک ایرانی، باعث افتخار من است اگر روزی چنین اتفاقی رخ دهد اما متأسفانه باید این شرایط از سوی دو طرف مهیا شود یعنی هم از سوی ایران، درخواست برگزاری دموتکس در ایران مطرح شود و هم مدیران دموتکس با توجه به شرایط موجود در ایران، تصمیم‌گیری نمایند.

نکته مثبت این که از طرف شرکت نمایشگاه‌های آلمان اعلام می‌کنم به این موضوع در هانوفر فکر شده و بررسی‌های نیز صورت گرفته است. جلساتی با مرکز ملی فرش، سازمان توسعه تجارت، شرکت سهامی نمایشگاه‌ها و وزات صنعت برگزار کرده‌ایم اما تحقق این هدف، منوط به آمادگی طرفین ایران و آلمان است و مذاکرات دوجانبه باید به سمتی پیش بروند که شاهد برگزاری دموتکس در ایران باشیم.

محمد عنایتی - مدیرعامل شرکت آریا تدبیر - در مورد دلیل برگزاری نمایشگاه‌های دموتکس در فواصل بسیار نزدیک به هم سوال کرد و از عملکرد بعضاً ضعیف شرکت‌های حمل و نقل بار انتقاداتی به عمل آورد که مدیرعامل فوژان راهبران نامی پاسخ داد: از ابتدا هدف از برگزاری خانواده نمایشگاه‌های دموتکس و به

* پرسش و پاسخ

بخش پایانی همایش، پرسش و پاسخ در مورد نمایشگاه دموتکس بود که از سوی میهمانان مطرح شد. یکی از حضار در مورد امنیت غرفه‌های دموتکس و چگونگی حفاظت از محصولات گران‌قیمت غرفه‌داران در این نمایشگاه با توجه به عدم پلمپ غرفه‌ها در پایان ساعت کاری نمایشگاه پرسید که آژلبار پاسخ داد: هر کشوری و هر نمایشگاهی، قوانین خاص خود را دارد در ایران ممکن است درب‌های نمایشگاه بنا به قوانین موجود، در پایان ساعت کاری پلمپ شوند و غرفه‌داران اجازه ماندن در غرفه خود را ندارند اما متأسفانه یا خوشبختانه چنین قانونی در آلمان وجود ندارد و طبق قانون نمی‌توانند غرفه‌داران را از محلی که برای ۴ روز اجاره کرده‌اند، بیرون کنند.

وی افزود: از سوی دیگر مسئول حفظ اموال موجود در غرفه‌ها، برعهده غرفه‌گذاران است. نگهبانان داخل سالن‌ها مسئول حفظ تمام مواردی که در داخل غرفه است، نیستند و صرفاً مسئول حفظ امنیت عمومی سالن‌ها هستند به همین دلیل برخی شرکت‌ها ترجیح می‌دهند خودشان در غرفه بمانند اما راهکار ساده‌تری هم وجود دارد می‌توان از شرکت‌های معتبر، نگهبانانی به مدت چهار روز استخدام کرد تا در طول شب به حفاظت از اموال گران‌بهای موجود در غرفه بپردازند.

دکتر شبیانی - مدیرعامل گروه صنعتی موکت همدان و