

# غرفه‌فروشی نمی‌کنیم!

تهیه و تنظیم: مینا بیانی



دیدگاه



اشاره:

آذرماه امسال دو نمایشگاه ایران تکس و ایران مد با همت شرکت سامع پاد نوین برگزار خواهد شد، برای کسب آخرین اطلاعات در مورد برپایی این دو نمایشگاه گفت وگویی با علی مرادی - مجری برگزاری نمایشگاه‌های مذکور انجام دادیم، آنطور که از گفته‌های وی برمی‌آید امسال یک نمایشگاه متفاوت را پیش رو خواهیم داشت، نمایشگاهی که از ثبت نام الکترونیکی متقاضیان آغاز می‌شود و انشاءالله با برگزاری مراسم اختتامیه و اهدای لوح تقدیر به شرکت‌کنندگان به پایان خواهد رسید.

گفت‌وگو با علی مرادی - مجری برگزاری نمایشگاه‌های ایران تکس و ایران مد و رئیس هیئت مدیره انجمن برگزار کنندگان نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران

۴۰ سال چه سال‌هایی تحت پوشش نمایشگاه ایران تکس خواهد بود؟  
سالن ۳۸ برای گروه ماشین‌آلات و قطعات، سالن ۳۵ و B ۳۱ برای گروه کالایی نخ، رنگ و مواد شیمیایی، دو طبقه سالن ۴۴ (خلیج فارس) برای گروه کالایی الیاف و سالن A ۳۱ برای گروه کالای خواب و منسوجات خانگی در نظر گرفته شده است. تا این لحظه ۲۰۹ شرکت، خواهان دریافت غرفه شده‌اند و از این تعداد ۱۲۱ شرکت موفق به جانمایی و اجاره غرفه شده‌اند.

۴۰ در ابتدا تاریخ برگزاری نمایشگاه ایران تکس و ایران مد هفته اول آذر ماه بود اما در حال حاضر زمان برپایی آنها ۱۸-۲۱ آذر اعلام شده است، در مورد دلیل تغییر تاریخ برگزاری نمایشگاه هم توضیح دهید؟

سال‌های قبل، نمایشگاه‌های «ایران تکس»، «ایران مد» و «فرش ماشینی و کف‌پوش» به طور همزمان برگزار می‌گردید، تشکلهای صنایع نساجی به خصوص انجمن صنایع نساجی ایران و مدیرکل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صمت، تمایل داشتند

پیش از جانمایی، متقاضیان مدارک شرکت خود را در سامانه آپلود و پانل کاربری دریافت کردند، در مرحله دوم، امکان ورود مشارکت‌کنندگان به گروه کالایی سالن‌های تحت پوشش ایران تکس امکان‌پذیر شد و پس از انتخاب مکان مدنظر و پرداخت هزینه‌های مترتبه، فضای غرفه به آنان اختصاص پیدا کرد، اکثر شرکت‌ها با مراجعه به سایت سامع پاد نوین و مطالعه راهنمای نحوه جانمایی، مراحل ثبت نام را با موفقیت انجام دادند.

ممکن است بیش از یک شرکت یک فضای واحد را به طور همزمان انتخاب کنند، اما شرکتی که هزینه ثبت نام را سریع‌تر واریز نماید، مالک آن غرفه محسوب خواهد شد و سامانه به طور اتوماتیک درخواست سایرین را رد و اعلام می‌کند این غرفه به فروش رفته است.

در مرحله بعدی، مشارکت‌کنندگان مانند سال‌های گذشته، نیازی به پر کردن فرم‌های ثبت نام حاضرین در غرفه به صورت دستی و ارسال به شرکت سامع پاد نوین ندارند و می‌توانند با مراجعه به سامانه، اسامی و عکس همکاران را آپلود نمایند و کارت‌های ورود به نمایشگاه و پارکینگ را طبق تعرفه‌های نمایشگاه دریافت کنند.

نمایشگاه‌های ایران تکس و ایران مد با یک تفاوت اساسی یعنی ثبت نام اینترنتی جهت دریافت غرفه توسط شرکت‌کنندگان برگزار خواهد شد. در مورد فلسفه راه‌اندازی این سامانه توضیحاتی ارائه نمایید.

سال‌های گذشته از صبح زود شرکت‌کنندگان جهت دریافت غرفه به شرکت مراجعه می‌کردند و افرادی که زودتر مراجعه می‌کردند، غرفه‌های بهتری می‌گرفتند و افرادی که دیرتر می‌آمدند، مجبور به دریافت غرفه‌هایی می‌شدند که چندان مورد پسندشان نبود این وضعیت از نظر حرفه‌ای چندان مناسب نبود و نارضایتی بسیاری از شرکت‌کنندگان را به همراه داشت، به همین دلیل تصمیم گرفتیم برای سهولت دریافت غرفه و جلب رضایت مشارکت‌کنندگان، سامانه اینترنتی راه‌اندازی نماییم.

در مسیر اولیه کار، مشکلاتی وجود دارد که به تدریج مرتفع خواهند شد، برای مثال ثبت نام نمایشگاه ایران تکس در حال اجراست و چالش‌هایی که در زمینه ثبت نام اینترنتی وجود دارد، قطعاً هنگام ثبت نام نمایشگاه ایران مد برطرف خواهند شد، در گام نخست و

تمام بخش های صنایع نساجی در یک نمایشگاه چهار روزه به ارائه محصولات و توانمندی های خود بپردازند، ایده اولیه قابل قبول و منطقی بود اما بسیاری از فعالان فرش ماشینی به دلیل مشارکت در نمایشگاه کف پوش نتوانستند از غرفه شرکت های تولیدکننده مواد اولیه و ماشین آلات در ایران تکس بازدید به عمل آورند به همین دلیل تصمیم گرفته شد نمایشگاه های مذکور را از همدیگر تفکیک نماییم البته درخواست کردیم نمایشگاه پوشاک هم در زمان دیگری برگزار شود زیرا بخش عمده ای از تولیدکنندگان پوشاک هم با مشکل غرفه داران فرش ماشینی مواجه بودند. در نهایت برگزاری نمایشگاه های ایران تکس و ایران مُد با حواشی مختلف به زمان دیگری موکول شدند، از سویی تقویم برپایی نمایشگاه کاملاً تکمیل بود لذا پس از مذاکره با برگزارکننده نمایشگاه چاپ و بسته بندی، زمان برگزاری این دو نمایشگاه جابجا شدند و توانستیم ایران تکس و ایران مُد را در آذرماه برگزار نماییم و در ادامه جهت استفاده از یکی از روزهای پنج شنبه و جمعه که تعداد بازدیدکنندگان از تهران و شهرستان ها روند صعودی پیدا می کند، تاریخ ۱۸ تا ۲۱ آذر به عنوان مناسب ترین زمان برای برپایی نمایشگاه مدنظر قرار گرفت، همچنین روز تخلیه نمایشگاه را از دو روز به یک روز تقلیل دادیم و قرار

بر این است که اواخر ساعت کاری نمایشگاه در ۲۱ آذر ماه ( اختتامیه نمایشگاه) شرکت کنندگان بتوانند کالاهای خود را جمع آوری و تخلیه نمایند.

**\*به دلیل افزایش تحریم ها و محدودیت های فراوان شرکت های خارجی در تعامل با ایران، بخش بین المللی بسیاری از نمایشگاه های کشور دچار افت قابل ملاحظه ای شده است، آیا این افت شامل حال نمایشگاه ایران تکس هم شده است؟**

سال ۱۳۹۴ و پس از توافق هسته ای (برجام)، استقبال شرکت های خارجی برای حضور در نمایشگاه های ایران افزایش چشمگیری پیدا کرد و سال های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ نقطه اوج حضور شرکت های مطرح بین المللی در نمایشگاه های ایران بود، اما سال ۱۳۹۷ این روند کاهش پیدا کرد، پس از تلاش ها و مذاکرات بسیار توانستیم انجمن ماشین سازان نساجی ایتالیا (ACIMIT) را جهت حضور در سالن ۳۸ ترغیب نماییم، همچنین مشارکت کشورهای چین، هند و به خصوص ترکیه نیز دچار رکود شده است، البته توجه داشته باشید که طی دو سال گذشته واردات حدود ۱۴۰۰ قلم کالا به کشور ممنوع اعلام شده و در واقع با یک خود تحریمی مواجهیم؛ در حالی که ممنوعیت واردات، کمکی به

رونق تولید داخلی نمی کند و همیشه باید رقابت سالم میان تولیدکننده داخلی با محصولات خارجی وجود داشته باشد تا منجر به ارتقای کیفیت و تلاش بیشتر برای فروش کالاهای مرغوب و قابل رقابت گردد.

از سوی دیگر در بخش ماشین آلات، به عنوان نیاز همیشگی واحدهای نساجی، اکثر نمایندگان شرکت های خارجی به حضور در غرفه های کوچک بسنده کرده اند زیرا به عقیده آنان امکان واردات ماشین آلات (عمدتاً گران قیمت) به دلیل عدم تخصیص ارز به تولیدکنندگان ایرانی وجود ندارد و همه چیز دست در دست هم داده تا تعداد شرکت کنندگان نمایشگاه کاهش پیدا نماید.

**۴ آیا به دلیل وضعیت نامساعد اقتصادی با کاهش مشارکت شرکت های داخلی نیز روبرو خواهیم بود؟**

واقعیت این است که نسبت به سال گذشته سالن های ۴۰ و ۴۱ را در اختیار نداریم، پس با افت مشارکت کنندگان داخلی مواجهیم اما برای پوشش این موضوع، در جانمایی غرفه ها تمام تلاش خود را به عمل آورده ایم تا غرفه های بسیار بزرگ ( بالای ۳۰۰ متر مربع) به متقاضیان اختصاص ندهیم، زیرا معتقدیم نباید در نمایشگاه ها، غرفه فروشی کرد بلکه باید تعداد شرکت کنندگان را افزایش دهیم زیرا هر اندازه تعداد شرکت کنندگان نمایشگاه بیشتر باشد، تعداد بازدیدکنندگان نیز افزایش و منجر به ارتقا سطح کمی و کیفی نمایشگاه ها می گردد، اگر می خواهیم مانند برخی از همکاران، غرفه فروشی کنیم مطمئن باشید سالن های ۴۰ و ۴۱ نیز به سرعت پر می شوند اما به اعتقاد من انجام این کار هزینه اضافه ای است که شرکت ها برای عرض اندام نسبت به رقیبان متقبل می شوند و باید قاطعانه جلوی آن را گرفت.

**۴ برخی معتقدند هزینه های اسپانسر، بسیار بالاست، پاسخ شما چیست؟**

حمایت مالی از نمایشگاه در تمام کشورها تعریف مشخص و استانداردی دارد و بیش از ۷۰ درصد این تعریف متعلق به هزینه هایی است که جهت اجرای آیت های اسپانسر به شرکت های طرف قرارداد



چیست، عنوان می‌کنند ملاقات با دوستان و مشتریان! اما به نظر می‌رسد تقبل هزینه‌های فراوان فقط برای ملاقات دوستان، غیرمنطقی است و متأسفانه هدفی برای حضور در نمایشگاه ندارند. شما به‌عنوان یک مجری برگزاری نمایشگاه اعلام بفرمایید که دلیل حضور یک بنگاه اقتصادی یا واحد تولیدی در نمایشگاه چیست؟

در حال حاضر هیچ تبلیغ و بازاریابی ارزان‌تر و موثرتر از مشارکت در نمایشگاه‌ها نمی‌باشد. در فضای نامساعد اقتصادی، منطقی نیست که توانایی شرکت‌ها نسبت به رقیبان با اجاره غرفه‌هایی با متراژ بالاتر مورد سنجش قرار گیرد و غرفه‌های بزرگ‌تر لزوماً به معنای شرایط اقتصادی بهتر مشارکت کنندگان نیست. مزید اطلاع برخی شرکت‌ها اطلاعات کاملی از نحوه حضور موثرتر در نمایشگاه‌ها ندارند، لذا وظیفه داریم جهت ارتقا سطح تخصصی مشارکت در نمایشگاه ایران تکس، بتوانیم پیش از برگزاری نمایشگاه جلسه‌ای با حضور مشارکت کنندگان ترتیب دهیم تا نسبت به ارتقا سطح حضور در نمایشگاه آگاهی بیشتری داشته باشند و چنانچه نتوانیم مقدمات برپایی این جلسه را فراهم آوریم تمامی اطلاعات مورد نیاز مشارکت کنندگان را در قالب بروشور در اختیار قرار دهیم.

#### ۴ مطلب نهایی...

اجازه دهید این گفت‌وگو را با تشکر ویژه از سرکار خانم مهندس محرابی مدیر کل محترم اداره نساجی پوشاک و چرم وزارت صمت از سرکار خانم مهندس نصرالهی مشاور محترم وزیر صمت و با سپاس و قدردانی از آقای مهندس امامی‌رئوف، مدیر مسئول ماهنامه نساجی امروز که همیشه حامی رسانه‌ای این نمایشگاه می‌باشند و همچنین از جامعه متخصصین نساجی ایران که با برگزاری کارگاه‌های آموزشی در ارتقاء سطح کیفی نمایشگاه ما را یاری داده‌اند و از انجمن صنایع نساجی ایران به‌عنوان ناظر این نمایشگاه و مجلات تخصصی نساجی مانند ماهنامه نساجی و پوشاک و ماهنامه نساجی موفق، به اتمام برسانم.

در مورد تبلیغات تلویزیونی هم باید بگوییم، هزینه پخش آگهی تلویزیونی نسبت به دو سال گذشته حدود ۳۰۰ درصد افزایش پیدا کرده است در دو سال گذشته تبلیغات تلویزیونی را پیش از اخبارهای مهم و پربیننده انجام می‌دادیم که بسیار موثر بود اما امروزه مردم اخبار را از شبکه‌های اجتماعی پیگیری میکنند و سرانه‌ی استفاده از تلویزیون در کشور بشدت کم شده است.

**\*با توجه به اینکه شرکت سامع پاد نوین برای اولین بار در نمایشگاه‌های نساجی مراسم اختتامیه برگزار می‌نمود، آیا امسال برای این بخش برنامه‌ای در نظر دارید؟**

متأسفانه امکاناتی که سیستم‌های نظارتی نمایشگاه در اختیار مجریان نمایشگاهی قرار میدهند هر ساله نسبت به سال قبل محدود ترمی‌گردد و از طرفی هزینه‌های مترتبه در این خصوص نیز افزایش داشته است، لذا امسال در نظر داریم به این بخش اسپانسرری مجزا اختصاص دهیم تا این لحظه از طرف مشارکت کنندگان سه درخواست واصل شده است که در حال بررسی و انتخاب برترین شرکت فعال در صنعت نساجی کشور می‌باشیم، البته در این خصوص قطعاً از نظرات تشکل‌های صنعت نساجی بهره خواهیم برد.

**\*آیا در ایران تکس شاهد حضور مقامات ارشد صنعت و تولید مانند وزیر صمت خواهیم بود؟**

طی ۲۶ سال برگزاری این نمایشگاه، سال گذشته برای اولین بار وزیر صنعت در ستاد برگزاری نمایشگاه حاضر شدند و حدود دو ساعت با نمایندگان تشکل‌های مختلف نساجی و پوشاک و مدیرکل دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت در مورد مسائل مختلف به بحث و گفت‌وگو پرداختند. امسال نیز در نظر داریم که با همکاری انجمن صنایع نساجی ایران در سالی بزرگ‌تر و مجهزتر امکان ملاقات فعالان نساجی و پوشاک با وزیر صنعت را فراهم نماییم.

**۴ بسیاری از شرکت‌کنندگان در پاسخ به این سوال که هدف شما از حضور در نمایشگاه**

پرداخت می‌گردد، برای مثال چاپ لوگوی شرکت روی لیوان‌ها، بند گردن آویز کارت‌های شناسایی نمایشگاه، بازاریابی و تبلیغات و... هزینه بر می‌باشد، ممکن است برخی مجریان نمایشگاه‌ها، بیش از یک اسپانسر در هر سال در نظر میگیرند اما حفظ و شأن نمایشگاه بیش از هر چیز دیگری برای ما اهمیت دارد به همین دلیل در ایران تکس امسال، دو جایگاه برای اسپانسرها در نظر گرفته‌ایم؛ سالن ۳۸ که مربوط به شرکت پتروشیمی شهید تندگویان و سالن خلیج فارس که گروه کالایی ایلیاف می‌باشد به شرکت ساینما دلجان اختصاص داده شده است، البته امسال در نظر داریم چند مورد اسپانسرری دیگر از جمله: اسپانسرری مراسم اختتامیه، اسپانسرری دیجیتالی اپلیکیشن نمایشگاه بر روی موبایل و اسپانسرری فضای عکاسی را اضافه نماییم.

**۴ آیا شاهد برگزاری دوره‌های آموزشی که هر ساله با همکاری جامعه متخصصین نساجی ایران برگزار می‌شود، خواهیم بود؟**

بله، جامعه متخصصین نساجی ایران مانند هر سال دوره‌های آموزشی را در تالار اصفهان برگزار خواهد نمود.

**۴ در زمینه تبلیغات و اطلاع‌رسانی نمایشگاه، چه تمهیداتی اندیشیده‌اید؟**

طبق برنامه، ۵-۴ بیلبورد در بزرگراه‌های پر رفت و آمد سطح شهر تهران خواهیم داشت اما فضای تبلیغاتی نسبت به گذشته تغییر کرده است، برای مثال: سال‌های پیش، حدود ۸ هزار کارت دعوت به بازدید از نمایشگاه پست می‌شد که ۲۰ درصد آن به دست مخاطبان نمی‌رسید، در عصر دیجیتال ارسال کارت دعوت یا انتشار آگهی در روزنامه‌ها چندان راه‌گشا نیست.

به اعتقاد من، فعالیت بیشتر در مجلات و گروه‌های تخصصی در فضاهای مجازی مانند: تلگرام، اینستاگرام و... به مراتب موثرتر هستند، بیلبورد جایگاه خود را نسبت به قبل از دست داده است زیرا مردم هنگام رانندگی یا ماندن در ترافیک، بر گوشی‌های همراه خود متمرکز هستند و کمتر به بالا نگاه می‌کنند!!