



حمایت از اکوسیستم پوشاک و صنایع وابسته

اشاره:

مجمع عمومی فوق العاده و همچنین مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده انجمن نشان‌های تجاری پوشاک ایران با اعمال تغییراتی در اساسنامه، ترمیم انتخابات اعضای هیئت مدیره و تعیین بازرس اصلی و علی‌البدل در طبقه هشتم ساختمان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران با حضور تولیدکنندگان و فعالان بخش‌های مختلف صنعت پوشاک کشور و حوزه‌های وابسته تحت نظارت مسعود عرفانی - مدیر امور تشکلهای اتاق ایران - برگزار شد.



گزارشی از برگزاری مجمع انجمن نشان‌های تجاری پوشاک ایران

می‌شود. به همین دلیل اولین تغییری که در اساسنامه انجمن نشان‌های تجاری پوشاک انجام می‌شود تغییر محتوای اساسنامه از تبصره به اهداف فعالیت اصلی انجمن می‌باشد.

مدیرعامل گروه درسا بیان داشت: در استانداردهای شناخته شده بین‌المللی، تعریف پوشاک عبارت است از انواع پوشش شامل انواع لباس، کیف، کفش، زیورآلات، طلا، نقره، جواهرات، ساعت و عطریات که همین موارد را از تبصره اساسنامه به اهداف و موضوع اصلی انجمن تغییر خواهیم داد. در نهایت موضوع فعالیت انجمن دارندگان نشان‌های تجاری پوشاک ایران عبارت است از: «با هدف حمایت از بقا و توسعه اکوسیستم نشان‌های تجاری برندهای پوشاک ایران شامل لباس، کیف، کفش، زیورآلات، طلا، جواهر، ساعت، عینک، عطر و تمامی صنایع وابسته». با توجه به این نکته فعالیت انجمن از تمرکز صرف بر پوشاک به تمام زیرمجموعه‌هایی که برندها در ذیل خود دارند و در دپارتمان استورها، مراکز آنلاین و آفلاین به فروش می‌پردازند نیز گسترش خواهد یافت.

موضوع دوم تغییر اساسنامه به گفته دکتر فاطمی شرایط احراز عضویت بود. طی دو سال گذشته بر زنجیره ارزش و خرده‌فروشی در حوزه برندینگ پوشاک متمرکز بودیم اما در مواردی با تناقض روبرو می‌شدیم برای مثال برندهای پوشاکی به وجود آمدند که

می‌دهند، اقتصاد را براساس مدل برند تعویض می‌کنند و خالق ارزش و دیزاین هستند در کشور ما نیز مدنظر قرار گیرد

وی مأموریت اصلی انجمن نشان‌های تجاری را حمایت از اکوسیستم پوشاک و صنایع وابسته اعلام کرد و گفت: در مجمع امروز تغییراتی در اساسنامه انجمن و همچنین ترمیم انتخابات اعضای هیئت مدیره انجام خواهد شد. رئیس هیئت مدیره انجمن نشان‌های تجاری پوشاک ایران یادآور شد: اتفاقات مهمی در صنعت پوشاک دنیا رخ داده و در این میان به طور قطع عامل محرک اشتغال‌زایی، ارتقای ارزش اقتصادی و توسعه فرهنگ پوشاک می‌باشد به عبارت بهتر با ۵۰۰ دلار سه شغل در صنعت پوشاک ایجاد می‌شود. در بخش توسعه اقتصادی و تغییر فرهنگ میلیاردها دلار هزینه شد تا بتوانیم فرهنگ خود را اصلاح نماییم ولی اگر این سرمایه‌گذاری در حوزه پوشاک و صنایع وابسته انجام می‌شد اتفاقات بسیار بهتری رقم می‌خورد.

دکتر فاطمی تصریح کرد: کلمه کلی پوشاک که در دنیا که با لفظ «پوشیدنی» شناخته می‌شود دارای زیرمجموعه‌های مرتبطی از جمله پوشاک پارچه‌ای و چرمی، کیف، کفش، کلاه، عطر، ساعت و عینک است که همگی در قالب فشن تعریف می‌شوند که در ایران به صنایع مختلف شکسته شده که شکستن و تقلیل موارد فوق باعث تضعیف تشکلهای تخصصی

پس از قرائت گزارش مالی و پس از به حد نصاب رسیدن مجمع و تشکیل هیئت رئیسه با حضور دکتر شاهین فاطمی، مهندس بهرام شهریاری، هدی امتیاز و پویا سعادتمند، دکتر فاطمی اذعان داشت: متأسفانه امروز در یکی از بدترین شرایط اقتصادی کشور قرار داریم، با بحران انرژی، گاز، نفت، قطعی برق، چالش‌های دلار، سایه جنگ، مسائل اجتماعی، آلودگی هوا و هر آنچه به افت شدید خرید مردم منتهی می‌شود دست و پنجه نرم می‌کنیم جالب این که در چنین شرایطی عده‌ای دور همدیگر جمع شده‌اند تا تشکلی راه‌اندازی نمایند.

وی ضمن تأکید بر وجود تشکل و رسانه در تمام صنایع کشور افزود: دو سال پیش با همت اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران و تلاش‌های فراوان مجوز فعالیت انجمن را از اتاق بازرگانی ایران دریافت کردیم و به این ترتیب شورایی عالی برندها به انجمن نشان‌های تجاری پوشاک ایران تبدیل شد.

دکتر فاطمی افزود: در طول دهه‌های متمادی، دولت در صنایع سنگین و بالادستی سرمایه‌گذاری نموده و جای خرده‌فروشی، طراحی، ارزش افزوده و برند در این صنعت گم شده بود و این تصور وجود داشت که صنعت فقط تولید در حوزه بالادستی به همین دلیل تصمیم گرفتیم در حوزه صنعت پوشاک، انجمن نشان‌های تجاری را راه‌اندازی نماییم تا بتوان ارزش ویژه‌ای که برندها در دنیا خلق می‌کنند، تجارت جهانی را تغییر



مارکت پلیس^۱ (MARKETPLACE) یافضای عرضه برندهای پوشاک همچون دیجی کالا، بانی مد و ... به شمار می‌آیند و به صنایع خرده‌فروشی و پوشاک کمک می‌کنند. در تعریف ما این قبیل مارکت پلیس‌ها نیز برند محسوب می‌شوند که هر چند خودشان به عرضه محصول نمی‌پردازند ولی در زنجیره ارزش به صنعت پوشاک خدمت می‌کنند به همین دلیل در اصلاحیه انجمن نشان‌های تجاری پوشاک ایران، اعلام می‌شود: «برندهای ثبت شده‌ای که در حوزه آنلاین یا فیزیکی به عرضه محصولات ماده فعالیت انجمن می‌پردازند هم می‌توانند عضو رسمی یا عضو هیئت مدیره این تشکل باشند»

تغییر بعدی اساسنامه، افزایش تعداد اعضای هیئت مدیره از ۷ نفر به ۹ نفر بود تا به گفته دکتر فاطمی انجمن نشان‌های تجاری پوشاک ایران بتواند از حضور فعالان صنایع مختلف مانند طلا و جواهر، دیارتمان استورهای آنلاین و افالین و... نیز بهره‌مند شود که مورد تأیید اعضای حاضر رسید.

در نهایت پس از تصویب موارد اصلاحی اساسنامه، مجمع فوق العاده انجمن به کار خود پایان داد و مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده با همان ترکیب هیئت رئیسه قبلی آغاز شد که طی آن دکتر فاطمی به ارائه گزارش عملکرد سال گذشته هیئت مدیره پرداخت و گفت: انجمن نشان‌ها به عنوان یک انجمن جوان و نوپا سال ۱۴۰۲ راه‌اندازی شده است، اولین مجوز فعالیت در حوزه برند را در سراسر کشور از اتاق بازرگانی ایران دریافت کرده در شرایطی که هنوز هیچ تشکلی مجوزی برای فعالیت برندهای خود در هیچ صنعتی ندارد. اگرچه انجمن ویژه‌های پوشاک نیز تأسیس شده و تلاش داشتیم این دو انجمن را به همدیگر وصل کنیم ولی متأسفانه علی‌رغم تلاش‌های بسیار به دلایل مختلف

موفق به انجام این کار نشدیم.

وی، یکی از مهم‌ترین اقداماتی که در انجمن نشان‌ها مدنظر قرار گرفته را پروژه ارزیابی برند دانست و افزود: در این راستا یک مدل علمی با حدود ۳۶۰ شاخص ممیزی پس از شش ماه مطالعه و تحقیق گسترده ترسیم شد و این مدل می‌تواند یک سرفصل آموزشی برای برندها باشد.

دکتر فاطمی سپس از رتبه‌بندی برندهای پوشاک کشور و ارزش‌گذاری آنها خبر داد و گفت: در تلاشیم برندها را برای فرابورس آماده نماییم.

وی به «ترسیم نقشه راه آموزش متخصصین اکنون و آینده»، «برپایی رویداد تخصصی سیاست‌گذاری آموزشی با هدف پرورش متخصصین»، «سلسله رویدادهای تخصصی IFS» و «رویداد کاوش در عمیات فروشگاهی» هم اشاره کرد و به برپایی ماستر کلاس‌های انجمن نشان‌ها به این شرح پرداخت:

* ماستر کلاس مسیر برزخ، خلق و رهبری برند (توسط دکتر فاطمی)

* ماستر کلاس ریل‌گذاری برندینگ در صنعت فشن (توسط علیرضا صفاری)

* ماستر کلاس طراحی سبک محور بر مبنای هویت برند (توسط استاد نیک‌نام)

* کلاس چیدمان فروشگاهی (توسط ماسیمو گراوانیو)

مدیرعامل درس‌ها به امضای تفاهم‌نامه ویزتری اسپانسر با گروه بهره‌برداری ثنا نور جم، مجله مد روز، آکادمی مد خلاق، آکادمی کسب و کار مد و جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران هم اشاره کرد و توضیحاتی در مورد برگزاری جلسات انجمن نشان‌ها با وزارت ارشاد، کارگروه مد و لباس، سازمان تعزیرات حکومتی، ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، اداره نظارت بر اماکن عمومی ناجا، معاونت صنایع عمومی و دفتر

منسوجات و پوشاک وزارت صمت ارائه نمود.

بخش بعدی مجمع ارائه گزارش خزانه‌دار و بازرس انجمن نشان‌های تجاری پوشاک ایران بود که توسط مهندس نازنین فرد اسماعیل‌پور و مهدی کوزه‌گر قرائت شد و مورد تأیید مجمع قرار گرفت.

روزنامه کثیرالانتشار اطلاعات نیز جهت درج آگهی‌ها و دعوت‌نامه‌های انجمن تصویب شد.

در مورد مبلغ ورودیه انجمن (۱۰ میلیون تومان) و حق عضویت سالیانه (۹ میلیون تومان) نیز تغییری صورت نگرفت. سپس نامزدهای هیئت مدیره و بازرسی در ظرف چند دقیقه به بیان سوابق شغلی و حرفه‌ای خود پرداختند که پس از رأی‌گیری و شمارش آراء، آقایان سیدمسعود طباطبایی (مدیرعامل دیجی کالا با کسب ۴۸ رأی)، بابک مصری (مدیرعامل چرم مشهد با کسب ۳۵ رأی)، امیر لیاقت (مدیرعامل مل اند موژ با کسب ۲۵ رأی) به عنوان اعضای اصلی هیئت مدیره و مهدی کوزه‌گر (با کسب ۲۸ رأی) به عنوان بازرس اصلی و اکرم عبوض خانی (با کسب ۲۳ رأی) به عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند.

۱- مارکت پلیس یک پلتفرم آنلاین که امکان فروش محصولات و خدمات را برای فروشندگان فراهم می‌کند.

این پلتفرم به فروشندگان اجازه می‌دهد تا در غرفه‌های مجازی خود محصولات خود را عرضه کنند و خریداران نیز می‌توانند از این غرفه‌ها بازدید کرده و محصولات مورد نیاز خود را بخرند. درآمد این پلتفرم معمولاً از طریق دریافت درصدی از مبلغ فروش یا حق عضویت از فروشندگان حاصل می‌شود.



مجمع انجمن نشان‌های تجاری پوشاک ایران





مجمع انجمن نشان‌های تجاری پوشاک ایران

