



برگزار کننده نمایشگاه: شرکت سایان ایمان

آدرس سایت: [www.ifpex.ir](http://www.ifpex.ir)

تماس با دبیر خانه: ۰۲۱۷۷۶۸۳۵۲۸ - ۰۹۱۰۱۳۵۶۶۲۹



نمایشگاه آینده چاپ ایران

خبرنامه اختصاصی نمایشگاه آینده چاپ ایران | اردیبهشت ماه ۱۴۰۲ | ۸ صفحه

## مدیر کل دفتر چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تاکید کرد: نمایش توانمندی‌های صادراتی در ایفپکس



صنعت توانست ظرفیت و پتانسیل های موجود این صنعت را در بخش های مختلف به نمایش بگذارد و علاوه بر حضور بازدید کنندگان داخلی بازدید کنندگانی نیز از کشورهای همسایه جذب کند. وی با بیان اینکه در این راستا دفتر امور چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با حمایت از برگزاری این رویداد، در نظر دارد زمینه معرفی برای فعالان این حوزه ایجاد شناخت هر چه بیشتر تولید کنندگان صنایع مختلف نسبت به توان و ظرفیت چاپ کشور فراهم کند، افزود: در سال جاری نیز وزارت فرهنگ برای کمک به رشد تولید و معرفی ظرفیت های صنعت چاپ در برخی استان های کشور برنامه خاص و ویژه ای را با همکاری ادارات کل و اتحادیه ها برگزار نماید. برنامه ای که در دراز مدت می تواند هم پتانسیل های موجود شناسانده شود و هم به صادرات را تقویت کند.

ابراهیمی توجه به اعلام مسئولین برگزاری نمایشگاه قرار است امسال ظرفیت امکانات و توانمندی صنعت چاپ استان ها در حوزه های نشر، بسته بندی و تبلیغات مورد برنامه ریزی قرار گیرد. این اقدام می تواند نقش مهمی در توسعه سرمایه گذاری در استان های ایفا نماید.

وی یکی از ویژگی های نمایشگاه آینده چاپ ایران در دور نخست حضور شرکت های دانش بنیان و نوآور دانست و گفت: یکی از سیاست های برگزاری کنندگان این نمایشگاه جذب و حمایت از مشارکت شرکت های دانش بنیان و فنآور حوزه چاپ و تولید کنندگان مواد اولیه مصرفی چاپ است. که با توجه به ظرفیت های خوبی که در صنعت چاپ وجود دارد امیدواریم این حمایت ها در

### از سوی رئیس سندیکای تولیدکنندگان کاغذ و مقوا مطرح شد:

## IFPEX در قامت یک نمایشگاه تخصصی و آبرومند

وی افزود: شعار سال ۱۴۰۲ «مهارم تورم و رشد تولید» است. این موضوع محقق نمی شود؛ مگر در شرایطی که در حوزه تولید بتوانیم مبانی این شعار را محقق و به رشد تولید کمک کنیم. در این میان باید بدانیم که وقتی رشد تولید ایجاد میسر شود، تورم هم مهار خواهد شد و حتی به رشد اقتصادی در داخل کشور نیز کمک می شود.

روغنی با بیان اینکه در این زمینه نمایشگاه نقش مهم و سازنده ای دارد، ادامه داد: اگر می خواهیم رشد تولید داشته باشیم، باید از بازارهای داخلی فراتر برویم و فراموشی حرکت کنیم. باید کشورهای هدف را تعیین و سهم صادرات خود را در اقتصاد افزایش دهیم تا موازنه تجاری کشور مثبت شود.

وی تاکید کرد: در این صورت ما می توانیم شاهد رشد تولید، شغل پایدار و رشد صنعتی و تولیدی در کشور باشیم. برای صادرات مهمترین بحث این است که در چنین رویدادهایی شرکت کنیم و برای گسترش بازار و فروش از طرق مختلف؛ از جمله حضور در نمایشگاه های بین المللی اقدامات موثری را انجام دهیم.

روغنی همچنین نمایش توان و ظرفیت واحدهای داخلی در نمایشگاهی مثل آینده چاپ ایران را یک ضرورت دانست و گفت: سوگیری و هدف گذاری این نمایشگاه در حوزه چاپ و بسته بندی مقوایی و صنایع و تجزیه های مرتبط با آن است. در این زمینه یکی از محاسن این نمایشگاه در دوره نخست، محل برگزاری آن در ایران مال بود که توانست در قامت یک نمایشگاه تخصصی و آبرومند، جمع قابل توجهی از بازدید کنندگان تخصصی را گرد هم آورد.

وی در ادامه با بیان اینکه شرایط برگزاری باید به سمت برگزاری نمایشگاه های اروپایی و با کیفیت برود، توضیح داد: لزومی ندارد که اگر نمایشگاه های بازدید کننده زیادی داشت؛ بگوییم با کیفیت است و اگر بازدید کننده کم تری داشت؛ بگوییم بی کیفیت است. امروز در بسیاری از نمایشگاه های معتبر اروپایی برای بازدید

سال جاری نیز وجود داشته باشد و ما امسال هم شاهد حضور استارت آپ ها و مجموعه های دانش بنیان تاثیر گذاری برای این صنعت باشیم. ابراهیمی تخصصی بودن نمایشگاه آینده چاپ ایران را یک مزیت برای این رویداد بین المللی دانست و ادامه داد: در این میان دعوت از بازدید کنندگان تخصصی و فعالان صنایع مختلف باید در دستور کار برگزار کنندگان نمایشگاه قرار داشته باشد. همچنین این موضوع برای جذب سرمایه گذار خارجی برای خرید محصولات یا استفاده از خدمات چاپ و بسته بندی کشور اهمیت زیادی دارد. مدیر کل دفتر چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی توجه به صادرات چاپ را تاکید کرد و گفت: فعالان این صنعت طی سالهای اخیر در بخش های مختلفی به رشد رسیده اند، این ظرفیت وجود دارد با انجام معرفی کامل توان و ظرفیت صنعت چاپ زمینه ارتقاء صادرات هر بیشتر به خارج از مرزهای ایران باشیم.

ابراهیمی همچنین به اهمیت مسأله آموزش اشاره کرد و گفت برگزاری دوره ها و کارگاه های آموزشی و نشست های علمی و تخصصی همچون نخستین دوره برگزاری این رویداد موجبات انتقال دانش روز و تجربیات فعالان باشد. دفتر امور چاپ با استقبال از این رویکرد آمادگی خود را برای هر گونه همکاری جهت برگزاری دوره ها و نشست های علمی به ویژه برای میزگردهای تخصصی در تحقق شعار سال که از سوی رهبر فرزانه انقلاب بعنوان سال مهار تورم و رشد تولید نام گذاری شد اعلام می نماید. امیدوارم شاهد برگزاری دوره های آموزشی کاربردی و کارگاهی خوبی برای دست اندرکاران و فعالان صنعت چاپ کشور باشیم.

### از سوی رئیس سندیکای تولیدکنندگان کاغذ و مقوا مطرح شد:

## IFPEX در قامت یک نمایشگاه تخصصی و آبرومند

هم باید هزینه زیادی پرداخت کرد؛ چیزی که ما در نمایشگاه های تخصصی خود نمونه ای از آن نداریم. به گفته روغنی، می توان در نمایشگاه آینده چاپ ایران نیز شرایطی فراهم کرد که فقط مخاطبان خاص به آن مراجعه کنند و از این نمایشگاه بهره و استفاده کافی را ببرند. در این میان اجرایی شدن این مسأله و برپایی آن در ایران مال می تواند به مزیت این نمایشگاه به تبدیل شود.

وی با بیان اینکه در دوره نخست شرکت کنندگان در حوزه های چاپ و بسته بندی، صنایع وابسته و تجزیه ارزش حضور پررنگ و خوبی داشتند، یادآور شد: هم برگزار کنندگان، نمایشگاه را خیلی خوب برگزار کردند و هم اینکه در حوزه هدف گیری اولیه، بسیار موفق بودند. آنچه اهمیت دارد این است که این تجزیه باید بزرگ شود؛ زیرا حلقه های متعددی با این صنعت ارتباط دارند.

روغنی در صحبت های خود با بیان اینکه بسته بندی، به منزه ای پوشاندن لباس مناسب بر محصولات است، گفت: یکی از شاخص های تولید با کیفیت بسته بندی، مناسب آن است؛ به طوری که هزینه بسته بندی بسیاری از محصولات (ظهور عطرها و زیورآلات گران قیمت) اگر بیشتر از قیمت کالا نباشد، هم قیمت با آن ها است. به همین دلیل معتقدم که چاپ و بسته بندی در کشور باید رشد پیدا کند؛ زیرا هنوز در این زمینه با بسیاری از کشورهای دنیا فاصله داریم.

وی ضمن دعوت از فعالان صنایع مختلف به نمایشگاه آینده چاپ ایران افزود: اکنون که در شرایط تحریم به سر می بریم، سرمایه گذاری کمتری در این حوزه انجام شده است، اما این حوزه نیاز به سرمایه گذاری بیشتری نیاز دارد تا شاهد چشم انداز خوبی برای صنعت چاپ و بسته بندی و سایر صنایع کشور باشیم؛ خصوصا که به دلیل توسعه روابط اقتصادی و تجاری با کشورهای منطقه، فرصت های مناسبی برای افزایش صادرات ایجاد شده است.

**IRAN FUTURE PRINT EXPO**  
نمایشگاه آینده چاپ ایران  
چاپ، لیبل، بسته بندی و صنایع وابسته

خبرنامه اختصاصی نمایشگاه آینده چاپ ایران | اردیبهشت ماه ۱۴۰۲ | ۸ صفحه

مدیر کل دفتر چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تاکید کرد:  
**نمایش توانمندی های صادراتی در**  
**دومین نمایشگاه آینده چاپ ایران**

تشریح دلایل انتخاب شعار و برنامه های جنبی IFPEX2  
**نماد نمایشگاه امسال سمبل امید و جهش به سوی آینده است**

مدیرعامل شرکت پارسیان برچسب  
**تمایزات نمایشگاه IFPEX در دوره اول مشهود بود**

گفتگو با محمد دلیری، مدیرعامل «آذر مولوگرا»  
**تولید تخصصی مولوگرا: همگام با نیاز کشور**

رئیس سندیکای تولیدکنندگان کاغذ و مقوا تاکید کرد:  
**IFPEX در قامت یک نمایشگاه تخصصی و آبرومند**



## نمایشگاه آینده چاپ ایران

چاپ، لیبل، بسته بندی و صنایع وابسته



۲۵ الی ۲۳ تیر ماه ۱۴۰۲  
July 11-14 2023

مرکز دائمی نمایشگاه های بین المللی ایران مال  
Iran Mall International Exhibition Center

[www.ifpex.ir](http://www.ifpex.ir)

برگزارکننده: شرکت سایان ایمان با حمایت اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنعت چاپ و بسته بندی ایران و با همکاری مجتمع چاپ و بسته بندی هودیس پارس  
Organizer: Cyan Iman Group, in cooperation with Iran Printing and Packaging Exporters and Manufacturers Association and Hoodis Pars Printing Complex



تیم پشتیبانی  
مرکز جهش فرهنگی جدید  
هر طایفه، امیدی، دوباره  
[www.ifpex.ir](http://www.ifpex.ir)





## اخبار کوتاه از ایفپکس

نمایشگاه آینده چاپ ایران به عنوان یک رویداد تخصصی در صنعت چاپ و بسته بندی، بعد از کسب موفقیت در برگزاری نخستین دوره، در تدارک برداشتن گامی بلندتر در دوره دوم است؛ رویدادی که برگزارکنندگان آن قصد دارند با ارتقاء ظرفیت‌ها و تکمیل سیاست‌های اولیه، خود را به عنوان یک نمایشگاه کاملاً حرفه‌ای در تقویم نمایشگاهی ایران و جهان ثبت کند. آنچه در ادامه به آن اشاره خواهد شد، گزارشی اجمالی از آخرین اخبار و رویدادهای تیم برگزارکننده است.

### افزایش متراژ نمایشگاه تا مرز ۱۱ هزار متر مربع

اولین دوره از نمایشگاه آینده چاپ ایران (۲۰ تا ۲۳ دی ماه ۱۴۰۱) در شرایطی برگزار شد که شرکت‌های معتبر و شناخته شده این صنعت متراژ چهار هزار متری سالن E1 مرکز نمایشگاهی ایران مال را زیر پا بردند و جدیدترین دستاوردها و خدمات خود را در معرض بازدید بیش از ۶۰۰۰ بازدیدکننده تخصصی قرار دادند. این میزان استقبال؛ آن هم در اولین دوره از نمایشگاه، نوید استقبال گسترده تر شرکت‌های تخصصی در دومین دوره را می‌داد و با همین رویکرد، برگزارکننده تصمیم گرفت سالن E0 این مرکز را نیز در دومین دوره، مختص عرضه و نمایش ماشین آلات چاپ و بسته بندی رزرو کند که با این اتفاق، متراژ دومین نمایشگاه آینده چاپ ایران به بیش از ۱۰ هزار متر مربع افزایش خواهد یافت.

### تقویت ابعاد بین‌المللی و جذب شرکت‌ها و بازدیدکنندگان خارجی

از آنجایی که تبدیل این رویداد، به یک رویداد بین‌المللی و تبدیل شدن به هاب معتبر چاپ و بسته بندی در منطقه، یکی از اصلی ترین اهداف برگزارکننده است، ارتقاء ابعاد بین‌المللی برای دومین دوره، بخش قابل توجهی از فعالیت‌های ستادی و اجرایی را به خود اختصاص داده است. بر این اساس، اطلاع رسانی و دعوت از طیف گسترده‌ای از فعالان این صنعت در منطقه و جهان در دستور کار قرار گرفته که در دو دسته بندی شرکت کننده و بازدیدکننده در حال پیگیری است. اطلاعات اولیه حاکی از آن است که علاوه بر حضور هیات‌های تجاری از عراق و افغانستان، چندین شرکت از کشورهای منطقه، کشور چین و چند کشور اروپایی برای حضور در این نمایشگاه اعلام آمادگی کرده‌اند که اخبار آن، متعاقباً از طریق ستاد خبری نمایشگاه، منتشر خواهد شد.

### تبدیل سایت نمایشگاه به یک سایت با ترافیک بین‌المللی

طراحی حرفه‌ای سایت [www.ifpex.ir](http://www.ifpex.ir) از اولین نسخه، همگام با رویکردهای نوین رسانه‌ای پیش رفت که در این راستا می‌توان به اضافه شدن امکان چت آنلاین، ثبت قرارهای ملاقات با مدیران شرکت‌های حاضر در نمایشگاه و به روزرسانی بخش اخبار اشاره کرد. با نزدیک شدن به ایام برگزاری دومین دوره از نمایشگاه آینده چاپ ایران، طراحی سایت به زبان انگلیسی به آدرس [www.en.ifpex.ir](http://www.en.ifpex.ir) روی خط رفت. علاوه بر این، بازدیدکنندگان می‌توانند ترجمه تمام مطالب این سایت را در لحظه، به پنج زبان انگلیسی، عربی، اسپانیایی، هلندی و روسی مشاهده کنند. این تغییر در راستای تحقق اهداف بین‌المللی نمایشگاه انجام شده است. اضافه شدن بخش گالری (مشمتمل بر البوم‌هایی از دوره نخست

و شرکت‌های حاضر در آن)، بخش دانلودها (دربردارنده پوستر، فراخوان و بنرهای نمایشگاه در ابعاد مختلف) نیز از دیگر تغییرات سایت نمایشگاه بوده است.

### برنامه ریزی کارگاه‌های تخصصی با رویکرد آینده

شرکت‌کنندگان در اولین دوره از نمایشگاه آینده چاپ ایران، فرصت حضور در ۶ کارگاه تخصصی را در زمینه‌های مختلف (از جمله آموزش‌های تخصصی رنگ، معاملات بلاکچین، مبادلات ارزی و...) پیدا کردند و در ادامه سیاست‌های تحولی نمایشگاه، این کارگاه‌ها در IFPEX2 به سمت موضوعات نوین ارتقاء خواهد یافت تا ضمن پرهیز از مباحث کلیشه‌ای، به بیشترین راندمان در بخش آموزش دست بیاییم. ارتباط با مراکز علمی و استفاده از اساتید معتبر، از جمله پارامترهای اصلی در پیشبرد اهداف آموزشی نمایشگاه به‌شمار می‌آید و برنامه کارگاه‌ها، به زودی از طریق ستاد خبری، اطلاع رسانی خواهند شد.

### حمایت از حضور شرکت‌های دانش بنیان

یکی از مصادیق تعییر واژه‌ی «آینده» در عنوان این نمایشگاه، حمایت از حرکت‌های علمی و بنیادین در صنعت چاپ، بسته بندی و تولید ملزومات است که در اولین دوره از این رویداد، با حضور شرکت‌های فعال در حوزه تولید انواع مرکب، چاپگرهای سه بعدی، ابزار آلات آزمایشگاهی و... نمود یافت. برگزارکننده در دومین دوره از نمایشگاه، ضمن تعامل با نهادهای دولتی در صدد جذب طیف گسترده‌تری از شرکت‌های دانش بنیان، با در نظر گرفتن شرایط ویژه است؛ بنابراین این رویکرد در دومین نمایشگاه IFPEX به یکی از شاخصه‌های اصلی این رویداد تبدیل خواهد شد.

### تجلیل از غرفه‌های برتر

داوری و تجلیل از برترین غرفه‌ها در اولین دوره از نمایشگاه آینده چاپ ایران، یکی از برنامه‌های برگزارکنندگان نمایشگاه بود که با مشورت کارشناسان، به دومین دوره موکول شد. بر این اساس در IFPEX2 این گزینۀ فعال خواهد شد و سه غرفه‌ی برتر در نمایشگاه، از طریق نظرسنجی بین بازدیدکنندگان انتخاب خواهد شد و برگزاریدگان، به ترتیب تندیس‌های طلایی، نقره‌ای و برنزی نمایشگاه آینده چاپ ایران را دریافت خواهند کرد. همچنین بهترین مدرسان ایفپکس نیز با نظر شرکت کنندگان در کارگاه‌ها، انتخاب و در مراسم پایانی نمایشگاه، تجلیل خواهند شد.

### تکرار حضور پررنگ تشکله‌ها و رسانه‌ها

حضور گسترده اتحادیه‌ها، تشکله‌ها و انجمن‌های تخصصی صنایع چاپ و بسته بندی در نمایشگاه نخست، به عنوان یکی از نمادهای اصلی این رویداد، خودنمایی می‌کرد. در آن رویداد، مجموعه‌ا ۱۱ غرفه به این گروه از فعالان صنفی اختصاص یافت. همچنین توجه ویژه برگزارکنندگان به اهمیت و نقش رسانه با تخصصی ۱۰ غرفه به رسانه‌های تخصصی حوزه چاپ و بسته بندی، نمود پیدا کرد. این دویژگی به اهتمام ریاست نمایشگاه در دومین گام، ابعاد تازه‌ای خواهد یافت از جمله آن‌ها، می‌توان به اضافه شدن رسانه‌هایی که در سایر صنایع (نظیر صنایع غذایی، خودروسازی، آرایشی بهداشتی و...) فعالیت دارند، اشاره کرد. ■



## مدیرعامل ماشین سازی کیامرثی:

## ماشین سازی کیامرثی و رونمایی از دو دستگاه

## جدید در IFPEX



محمد کیامرثی با اعلام خبر رونمای از ماشین‌های جدید خود در دومین نمایشگاه آینده چاپ ایران، بسترسازی برای صادرات را یکی از نکات حائز اهمیت خواند که از نظر او این رویداد تخصصی باید به شکل جدی روی آن تمرکز کند. مدیرعامل ماشین سازی کیامرثی با اشاره به ویژگی‌های نمایشگاه IFPEX در گام اول گفت: روند برگزاری این رویداد در حالی که آمادگی‌های لازم و بسترها وجود نداشت اما خیلی خوب برگزار شد، در این زمینه ما انتظار این تعداد بازدیدکننده را نداشتیم.

وی بر لزوم توسعه بازارهای صادراتی و نمایش توانمندی‌های صنعت در این نمایشگاه تاکید کرد و افزود: وابستگی ما در صنعت چاپ به خارج کشور در بخش کاغذ، مرکب، صنایع ماشین‌سازی و سایر اقلام بالا است، اگر بخواهیم کار را به همین روال ادامه بدهیم، در آینده چاپخانه‌ها

بیکار می‌شوند؛ زیرا

باید منتظر باشیم

که مواد اولیه به

کشور برسد تا کار

چاپی تولید کنیم.

کیامرثی ادامه داد:

استمرار این روند موجب

می‌شود که بسیاری از کارها و

فعالیت‌ها به خارج از کشور بروند و

چین در مدت زمان کوتاهی بازار ما را تصرف

کند، در این میان باید برای افزایش توان تولید داخل

تلاش کنیم.

وی با بیان اینکه توجه و تمرکز به آینده صنعت چاپ به عنوان

شعار و هدف نهایی نمایشگاه IFPEX ضرورت دارد، عنوان

کرد: امروز دست‌اندرکاران و فعالان صنعت چاپ حرکت خوبی

## یادداشت

## فرگشت نمایشگاهی صنعت چاپ



حمید فریور

کارشناس چاپ

۱. صنعت نمایشگاهی ایران متأثر از شرایط اقتصادی، تحریم‌ها، سوءمدیریت و برخی رویکردهای کاسبکارانه، کمبودهایی دارد که باعث شده «کیفیت» نمایشگاه‌ها مطلوب نباشد و از استانداردهای جهانی و منطقه‌ای فاصله بگیرد. یکی از عوامل کاهش کیفیت صنعت نمایشگاهی در ایران «عدم رقابت» است که از دو سو دیده می‌شود: از سویی، به دلیل بسته بودن بازارهای ایران و عدم حضور صنایع و تولیدکنندگان خارجی، غرفه گذار ایرانی خود را بی‌نیاز از رقابت می‌بیند و کالایش رقیب قدرتمند ندارد، خواه خودرو باشد یا یخچال یا یک کالای چاپی.

از سوی دیگر، برگزارکنندگان نمایشگاه‌ها از امتیاز «انحصار» برخوردارند و مطمئن هستند که حتی بدون نیاز به «رابطه و رانت»، بر حسب ضوابط و قواعد جاری نیز مجوزشان «بی‌رقیب» است. نتیجه محتوم آنچه گفته شد کیفیت بد و نارس صنعت نمایشگاهی ایران است.

در این میان، تأسیس سایت‌های نمایشگاهی جدید همچون شهر آفتاب، گفت‌وگوی تمدن‌ها و به تازگی ایرانمال، و مجوزهای صادر شده برای برگزاری نمایشگاه‌های همگون، امیدها را برای شکل گیری فضای رقابتی تازه کرده است. طبعاً در سایه رقابت بین برگزارکنندگان نمایشگاه‌ها، کیفیت ارتقا پیدا می‌کند. «ایفپکس» یکی از آنهاست که می‌تواند به نمایشگاه‌های صنعت چاپ ایران روحی نو ببخشد و رقابتی جانانه را شکل بدهد. البته انتظار نداریم که «ژنوم» صنعت نمایشگاهی ایران با ایفپکس تغییر کند اما آرزو مندیم در چند سال آینده فرگشت قابل توجهی را در نمایشگاه‌های چاپ ایران در سایه حضور ایفپکس شاهد باشیم.

۲. در زبان انگلیسی اصطلاحی است با این عنوان: powered by که معنای آن در فارسی توانمند شده، نیرو گرفته، یا قدرتمند شده از یک چیزی است. وقتی که می‌خواهند اعتبار، اطمینان و ارزش به چیزی بدهند از این اصطلاح استفاده می‌کنند. مثلاً تمام گوشی‌های شیائومی و سامسونگ به وسیله اندروید - pow

ered شده است. در صنعت نمایشگاهی هم برخی از نمایشگاه‌های منطقه‌ای و کوچک از مجموعه‌های بزرگ اعتبار می‌گیرند مثل همین آی‌پاپ خودمان

که از سوی مسه دوسلدورف powered می‌شود. حالا این چه اهمیتی دارد؟

بزرگی و اعتبار یک نمایشگاه فقط به وسعت آن، تعداد غرفه‌ها و بازدیدکنندگان،

وابسته نیست این که چه مجموعه‌ای پس پشت برگزارکننده رویداد نمایشگاهی

قرار دارد، بسیار مهم است. در واقع توانمندی و ارزش یک نمایشگاه وابسته به آن

قدرت پشت برگزارکننده است. ایفپکس توسط شرکت «سایان ایمان» برگزار

می‌شود و نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته بندی تهران توسط شرکت «آروین مهر فجر». این شرکت‌ها ممکن است شناخته شده یا گمنام باشند، اهمیتی

ندارد. مهم این است که ما می‌دانیم ایفپکس از سوی اتحادیه تولیدکنندگان و

صادرکنندگان صنعت چاپ و بسته بندی ایران اعتبار می‌یابد. توانمند و powered

می‌شود. همچنین می‌دانیم که تمام اعتبار و توانمندی نمایشگاه بین‌المللی چاپ

و بسته بندی تهران از اتحادیه چاپخانه داران تهران است.

برای سادگی، این اعتبار و توانمندی را که یک نمایشگاه از قدرت پس پشت

خود می‌گیرد و powered می‌شود، «کارمایه» می‌نامیم. ایفپکس اگر از اتحادیه

تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنعت چاپ و بسته بندی ایران کارمایه می‌گیرد، پس باید به دنبال کشف و گسترش بازارهای صادراتی کالاهای چاپی ایران

باشد. کانونی برای گردهم آمدن تولیدکنندگان کالاهایی با استانداردهای جهانی باشد. محلی برای معرفی کالاهای بازارش صادراتی باشد. بکوشد تا اهالی چاپ ایران را با دست‌اندرکاران اتاق‌های بازرگانی و صنایع دیگر پیوند دهد

و بالاخره ایفپکس باید هاب ارتباطی اهالی چاپ ایران و بازرگانان و هیات‌های تجاری خارجی باشد. اینها همگی وقتی محقق می‌شود که آن قدرت پس پشت ایفپکس، آن کارمایه، یعنی اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنعت چاپ و بسته بندی ایران در ایفای نقش خود موفق ظاهر شود و آنچه گفته شد را مزیت رقابتی منحصر بفرد خود در برگزاری نمایشگاه قرار دهد. ■





حسین محمدی، پیشکسوت صنعت چاپ تاکید کرد:

نمایشگاه آینده چاپ ایران؛ رویدادی نوین در صنعت چاپ است



به گفته حسین محمدی، پیشکسوت صنعت چاپ؛ فعالان صنعت چاپ باید با قرار گرفتن در کنار یکدیگر زمینه رشد و ارتقای نمایشگاه آینده چاپ ایران را به عنوان یک رویداد نوین در این صنعت فراهم کنند.

حسین محمدی، پیشکسوت و مدیر چاپ تک با اشاره به برگزاری دومین نمایشگاه آینده چاپ ایران، گفت: سال گذشته اولین دوره این نمایشگاه به همت بابک عابدین، رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنعت چاپ و بسته‌بندی کشور و جمعی از حامیان صنعت چاپ برگزار شد؛ نمایشگاهی که با حمایت بخش زیادی از صنعت چاپ همراه بود و توانست عملکرد موفق‌تری از خود نشان دهد. وی با بیان اینکه دوره قبل با کارشکنی‌های زیادی در روند برگزاری همراه شد، ادامه داد: جمع زیادی از فعالان صنعت چاپ با حضور در این نمایشگاه توانستند ارتباطات خوبی میان صنف و صنعت ایجاد کنند؛ روابطی که در سال جدید با حضور مستمر شرکت‌ها ادامه خواهد داشت.

محمدی افزود: تعدد برگزاری نمایشگاه در یک حوزه به هیچ عنوان بدنیست؛ بلکه زمینه‌های ایجاد رقابت را در میان صنف فراهم می‌کند

و هر یک از دست‌اندرکاران این حوزه به تناسب تجربه و حوزه‌ای که در آن فعال هستند، از هر نمایشگاه برداشت خود را داشته باشند. وی با اشاره به نقش این نمایشگاه در ایجاد ارتباط موثر بین دست‌اندرکاران بخش‌های مختلف صنعت چاپ، عنوان کرد: سال گذشته جمع گسترده‌ای از زنجیره صنعت چاپ و نشر از بخش ماشین‌آلات، مواد اولیه مثل کاغذ و مقوا، و فعالان چاپ و بسته‌بندی در نمایشگاه ایفپکس حضور داشتند و امیدوارم امسال هم حضور داشته باشند.

محمدی تاکید کرد: آینده چاپ ایران، یک نمایشگاه نوظهور است و فعالان این صنعت در بخش‌های مختلف، باید با قرار گرفتن در کنار یکدیگر زمینه رشد و ارتقای این نمایشگاه را به عنوان یک رویداد نوین در این صنعت فراهم کنند. ■

رئیس هیئت مدیره شرکت تعاونی چاپخانه داران تهران عنوان کرد:

اهمیت آموزش به صاحبان صنایع در ایفپکس



نگاهی داشته باشیم، شاهدیم که اغلب محصولات غذایی، آرایشی و بهداشتی و دارویی، به شکل قابل توجهی تحت پوشش صنعت چاپ و بسته‌بندی قرار گرفته‌اند. تا قبل از آن به حوزه شیرینی و شکلات ایراد می‌گرفتند که بسته‌بندی ضعیفی دارند اما امروز ایراد می‌گیرند که چرا محتوا، با بسته‌بندی مطابقت ندارد. این یعنی جلوه نمود چاپ و بسته‌بندی بیشتر شده است.

طاهری آشتیانی یادآور شد: وقتی توانسته‌ایم جایگزین خوبی برای بسته‌بندی‌های خارجی باشیم، صاحبان صنایع برای رسیدن به بازارهای صادراتی باید از ابزار موجود در حوزه چاپ و بسته‌بندی به خوبی استفاده کنند. صاحبان کالا باید از بسته‌بندی به عنوان ابزار انطباق کالا با بازار هدف، مطابق با سلیقه و فرهنگ بازار بهره بگیرند.

رئیس هیئت مدیره شرکت تعاونی چاپخانه داران در ادامه با بیان اینکه صنعت چاپ و بسته‌بندی بهترین ابزار تحقق صادرات سایر صنایع است، توضیح داد: صنایعی مثل آجیل و خشکبار، لبنیات، محصولات کشاورزی و تبدیلی به واسطه صنعت بسته‌بندی صادر می‌شوند و این کار فقط با صنعت بسته‌بندی ممکن است.

وی همچنین بر لزوم دعوت از صاحبان صنایع در دومین نمایشگاه آینده چاپ ایران تاکید کرد و گفت: این حضور می‌تواند به ارتقای کیفیت بینجامد. همچنین کسانی که در بخش صادرات فعال هستند باید حضور پررنگی در این رویداد داشته باشند.

طاهری آشتیانی با اشاره به برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی در نخستین دوره نمایشگاه آینده چاپ ایران اشاره کرد و گفت:

امسال باید در نمایشگاه آینده چاپ ایران برای صاحبان صنایع غذایی، صنایع آرایشی - بهداشتی و دارویی و تمام کسانی که قصد ورود یا توسعه در بازارهای داخلی و خارجی دارند، دوره‌های آموزشی برگزار شود. باید به آن آموزش داد که با استفاده از ابزار بسته‌بندی چگونه می‌توانند در بازارهای داخلی و خارجی حضور موثرتری داشته باشند.

به گفته وی، برگزاری دوره‌های آموزشی متفاوت و خاص می‌تواند نقطه عطف نمایشگاه آینده چاپ ایران باشد؛ زیرا امروز در اغلب نمایشگاه‌های بزرگ دنیا، کمپانی‌های مختلف در قالب دوره‌ها و کارگاه‌های تخصصی به عرضه محصولات جدید خود می‌پردازند و ایجاد چنین فضای برای IFPEX2 ضروری است.

طاهری آشتیانی همچنین در پایان از حضور شرکت تعاونی چاپخانه داران در نمایشگاه آینده چاپ ایران خبر داد. ■

تشریح دلایل انتخاب شعار و برنام‌های جنبی IFPEX2

نماد نمایشگاه امسال سمبل امید و جهش به سوی آینده است



نمایشگاه آینده چاپ ایران در دومین گام خود بر نامه‌های ویژه‌ای پیش‌بینی کرده است؛ انتخاب نماد و شعار نمایشگاه IFPEX2 و تدارک برنام‌های ویژه در حوزه آموزش که می‌تواند نیازهای بسیاری از صاحبان مشاغل و صنایع مختلف را مرتفع سازد. در این زمینه با بابک عابدین، رئیس دومین نمایشگاه آینده چاپ ایران و رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنعت چاپ و بسته‌بندی به گفت‌وگو نشستیم که مشروح آن را در ادامه می‌خوانید.

قبل از هر چیزی لطفا در باره نماد و شعاری که امسال برای نمایشگاه آینده چاپ ایران طراحی و انتخاب کردید، بگویید.

برای نماد نمایشگاه ایفپکس برای امسال، از چند ماه قبل اتاق فکر تشکیل شد و از آنجایی که نمایشگاه یک رویداد نو در صنعت چاپ و بسته‌بندی است، توسعه و رشد کمی و کیفی از اهداف نمایشگاه به‌شمار می‌آید و قصد داریم آینده چاپ ایران را به عنوان یک نمایشگاه مطرح در منطقه و جهان معرفی کنیم، تصمیم گرفتیم نماد و شعاری را برای این دوره انتخاب کنیم که سمبل امید به آینده و جهش به سمت فرصت‌های جدید باشد. ما هر روز با طلوع آفتاب از خواب بیدار می‌شویم و طلوع به منزله امیدی است که هر روز مان را با آن آغاز می‌کنیم؛ بنابراین طلوع خورشید پوستر امسال، نماد امید دوباره‌ای است تا فعالیت‌های خود را برای حرکت رو به جلو گسترش دهیم، همچنین یوز پلنگ ایرانی هم که نماد کشور ما است، در این نماد گنجانده‌ایم که سمبل قدرت و جهیدن است، و در نهایت به شعار «هر طلوع امید دوباره، هر جهش فرصتی جدید» رسیدیم.

درباره ایجاد فرصت و شناسایی بازارهای جدید در نمایشگاه IFPEX2 بیشتر توضیح دهید.

ما به دنبال این هستیم تا برای کسانی که در نمایشگاه شرکت می‌کنند، یک فرصت جدید با حضور بازدیدکنندگان و دریافت نیاز آن‌ها ایجاد کنیم؛ فرصتی برای دیده شدن، برقراری تعاملات اقتصادی و سودآور بودن فعالیت‌هایشان. در تلاشیم زمینه‌ای ایجاد شود که شرکت کنندگان بتوانند با حضور در این رویداد بین‌المللی فرصت‌های جدیدی در سیستم تولید برای کشور ایجاد کنند. همچنین می‌خواهیم نشاط و امید را گسترش دهیم؛ زیرا اگر امید نباشد، حرکتی نیست و موانع اقتصادی و تحریم‌ها، فعالیت‌هایمان را تحت تاثیر قرار می‌دهد. اما اگر امید داشته باشیم و آن را در جامعه فرهنگی و اقتصادی کشور ترویج دهیم، می‌توانیم از موانع و مشکلات، گذر کنیم و با هر فعالیت تازه، یک قدم به جلو

برداریم و به سمت موفقیت حرکت کنیم. در تلاشیم که با برگزاری نمایشگاه ایفپکس، این امید را در بخش‌های اقتصادی صنایع چاپ و بسته‌بندی ترویج کنیم.

**برای افزایش بازدیدکنندگان داخلی و خارجی چه برنامه‌ای دارید؟**

در این مسیر برای اینکه بازدیدکنندگان تخصصی نمایشگاه را داشته باشیم، صنایع مختلف را هدف‌گذاری کردیم. در این زمینه به صورت حضوری و غیر حضوری، نمایشگاه آینده چاپ ایران را به صنایع مصرف‌کننده چاپ، بسته‌بندی و چاپخانه‌داران اطلاع‌رسانی می‌کنیم. صنایع مختلف را شناسایی و بخش‌بندی کرده‌ایم و با اطلاع‌رسانی در رویدادهای مختلف صنوف، فعالان آن‌ها را برای حضور در نمایشگاه برنامه‌ریزی دعوت می‌کنیم.

در این زمینه با تمام اتاق‌های بازرگانی استانی در داخل کشور نیز رایزنی کردیم تا به فعالان صنایع مختلف در استان‌ها اطلاع‌رسانی شود. در بخش بین‌الملل نیز به صورت مستقیم شرکت‌های مصرف‌کننده خارجی را شناسایی کردیم و از طریق ابزارهای بازاریابی به آن‌ها اطلاع‌رسانی می‌کنیم. هدف ما این است که در درآمدت، برند ایفپکس در جامعه بین‌الملل به عنوان یک برند ایرانی - بین‌المللی شناخته شود و آینده چاپ ایران در ذهن اصحاب صنایع چاپ و بسته‌بندی و مصرف‌کننده بسته‌بندی یک جرقه ایجاد کند. ما برای این کار هزینه و انرژی زیادی صرف می‌کنیم و امید داریم که در آینده، با حضور مستمر در محافل بین‌المللی برای معرفی ایفپکس و از طریق ابزارهای بازاریابی بتوانیم این نمایشگاه را در ذهن مخاطبان بین‌المللی جا بیندازیم تا به شنیدن نام این برند عادت کنند. می‌خواهیم مشتریان و برندهای معتبر اروپایی در این نمایشگاه حضور داشته باشند.

در بحث آموزش چه رویکردی را مدنظر دارید؟ کارگاه‌ها در دوره دوم نیز برقرار خواهند شد؟

بله، برای اینکه امسال بتوانیم بحث آموزش را حرفه‌ای‌تر کنیم همچنین به صورت کاربردی و مطابق با مسایل روز صنایع چاپ و بسته‌بندی برگزار کنیم، رویکرد خود را به این سمت بردیم که مدیریتی برای حوزه آموزش در نظر بگیریم، البته امسال برای همه بخش‌های نمایشگاه یک مدیریت مجزا در نظر گرفته شده است؛ زیرا معتقدیم این کار زمینه‌ای برای حرفه‌ای‌تر کردن نمایشگاه است، به همین دلیل در سطوح مختلف از افراد مرتبط با آن بخش برای اداره و اجرای آن در نظر گرفتیم.

یکی از مهمترین دستاوردهای هر نمایشگاهی، انتقال دانش است، که این انتقال از میان ارتباط بین غرفه‌داران و بازدیدکنندگان در سطوح اقتصادی و تولیدی غرفه‌دار است که از فرایند تولید و تکنولوژی‌ها به مخاطب دانش انتقال می‌دهد. بخش دیگر این اهمیت دانشی است که از طریق کارگاه‌های آموزشی در نمایشگاه‌ها مرتبط با صنعت و مباحث روز آن به مخاطبان انتقال پیدا می‌کند. این دانش در حوزه‌های مختلف سرمایه‌گذاری، نوآوری و خلاقیت برای تاثیرگذاری بیشتر در فعالیت‌های مولد و سودآور اهمیت دارد. همیشه یکی از دغدغه‌های ما در این صنعت آموزش بوده است و به همین دلیل امسال توجه ویژه‌ای به این بخش داشتیم و دوره‌های تخصصی و کاربردی پیش‌بینی کردیم. حداقل هفت دوره آموزشی در نمایشگاه داریم که همگی با نگرش به آینده صنعت چاپ با توجه به شعار و رویکرد نمایشگاه آینده چاپ ایران طراحی و تدوین شده است. ■





گفت‌وگو با محمد دلیری، مدیرعامل «آذر هولوگرام»:

## تولید تخصصی هولوگرام؛ همگام با نیاز کشور

**نمایشگاه آینده چاپ ایران در مسیر تخصصی شدن**



دانش و مطالعه دقیق این تکنولوژی که در آن دوران تازه به دنیا معرفی شده بود، کار خود را شروع کردیم و خوشحالییم که امروز بعد از دو دهه فعالیت الان تمام انواع محصولات هولوگرافی و لبیل های هولو گرمی در کشور را تولید می کنیم و کشور را در این زمینه به خود کفایی رسانده ایم. در حال حاضر یکی از شرکتهای تاثیر گذار در این حوزه به شمار می آیییم، به طوری که توانستیم در کشور تمام نیازهای بخش های مختلف شامل بخش های تولیدی، اسنادی، امنیتی و ... را پوشش دهیم، همچنین نیاز صنایع مختلف را شناسایی و کارها و نیازهای خاص آن ها را هم برطرف کردیم. در حال حاضر ۹۵ درصد مواد اولیه مورد نیاز ما تولید داخل کشور است و این برای ما افتخار است.

**محصولات شما الان شامل چند دسته و گروه می شود؟**

آذر هولوگرام تولید کننده ۱۲ محصول اصلی است که مورد استفاده بیشتر صنایع و مراکزی قرار می گیرد که به خاص شدن اسناد و محصولاتشان نیاز دارند؛ از لبیل های برچسب هولو گرمی تا لبیل های هولو گرم دار که در این لبیل ها، امکان قرار دادن اطلاعات در کنار هولو گرام وجود دارد تا کالا غیر قابل جعل شود. لبیل پلمب محصول دیگر ما است که به صورت ۱۰۰ درصد در کشور تولید می شود، از جمله لبیل های امنیتی بود که از خارج کشور وارد می شد و البته هنوز هم به صورت قاچاق و غیر قاچاق وارد می شود، ولی توان رقابتی با نمونه داخل ندارد، زیرا به دلیل قیمت پایین داخلی با توجه به اینکه تمام مواد اولیه تولید داخل کشور است و بومی سازی شده، صرفه اقتصادی ندارد که وارد شود. این نوع

شرکت بیشتر بدانیم.

**«آذر هولو گرام» به عنوان یک شرکت نوآور در صنعت لبیل می شناسند، درباره این مجموعه و چگونگی رسیدن به این جایگاه بر ایمان بگویند.**

ما خانه چاپ چکاوک را با نام تجاری «آذر هولو گرام» ۲۰ سال پیش با تحقیقات اولیه تاسیس کردیم، در این مسیر با کسب



شرکت خانه چاپ چکاوک با نام تجاری «آذر هولو گرام»، یکی از مجموعه های نام آشنا در حوزه صنعت چاپ و بسته بندی است؛ مجموعه ای که با اتکا به

توان داخلی و ظرفیت های موجود در کشور، طی سال های اخیر یکی از کامل ترین خطهای تولید هولوگرام را در داخل کشور تاسیس و راه اندازی کرده است. کسب جایزه اثر برتر مسابقات جهانی IHMA در سال ۲۰۱۶، انتخاب به عنوان شرکت برگزیده در شانزدهمین جشنواره صنعت چاپ و تجلیل به عنوان مجموعه نوآوری دانش بنیان در جشنواره بیست و دومین جشنواره چاپ (۱۴۰۱) از جمله افتخارات این شرکت به شمار می آید. آذر هولو گرام سال گذشته در نخستین نمایشگاه آینده چاپ ایران حضور داشت و محصولات آن با استقبال خوبی از سوی بازدید کنندگان داخلی و خارجی روبه رو شد، به بهانه حضور این شرکت در دومین نمایشگاه آینده چاپ ایران، دقایقی با محمد دلیری، مدیرعامل «آذر هولو گرام» به گفت و گو نشستیم تا درباره جدیدترین محصولات این شرکت بیشتر بدانیم.

**«آذر هولو گرام» به عنوان یک شرکت نوآور در صنعت لبیل می شناسند، درباره این مجموعه و چگونگی رسیدن به این جایگاه بر ایمان بگویند.**

ما خانه چاپ چکاوک را با نام تجاری «آذر هولو گرام» ۲۰ سال پیش با تحقیقات اولیه تاسیس کردیم، در این مسیر با کسب



مدیرعامل شرکت پارسیان برچسب:

## تمایزات نمایشگاه IFPEX در دوره اول مشهود بود

وی همچنین درباره اولویت توجه به بخشی های خاص این صنعت گفت: توجه به تمام بخش های صنعت در نمایشگاه، به خودی خود موقعیت های مثبتی را به همراه دارد اما در این میان، توجه به بخش هایی که بیشتر از تکنولوژی های روز دنیا تاثیر پذیری دارند، از اهمیت بیشتری برخوردار است. مثلا بسته بندی های انعطاف پذیری، شیرینک اسلیوها، IML ها، چسب ها و لبیل های تخصصی بسیار تکنولوژی محور هستند.

کاوسی با انتقاد از سیاست گذاری هایی پیشین در صنعت چاپ، یادآور شد: که سابق بر این، ریل گذاری های درستی در صنعت چاپ و بسته بندی صورت نگرفته است؛ به طوری که عمدتاً سرمایه گذاری های کلان در بخش های مختلف صنعت چاپ با نیاز بازار مطابقت نداشته است.

وی ادامه داد: متمرکز شدن سرمایه ها روی یک بخش خاص، نتایج معکوسی به همراه دارد و بهر کود در بازار و مشکلات اقتصادی برای فعالان آن بخش می انجامد. در این شرایط، ضرورت نیازسنجی بازار و ریل گذاری صحیح بسیار احساس می شود.

مدیرعامل شرکت پارسیان افزود: در این مسیر، ارائه محتوای علمی صحیح و فارغ از اصرار و طرفداری، اهمیت پیدا می کند. رسیدن به راه حل های جدید برای ارتقاء ارزش افزوده محصولات چاپی و به خدمت گرفتن تکنولوژی در این راستا، مواردی هستند که اتفاقاً نمایشگاه های تخصصی نقش پررنگی در تحقق آن ها دارند.

کاوسی تأکید کرد: ارائه اطلاعات صحیح و شفاف از صنعت در قالب نمایشگاه ها، به سرمایه گذاران این امکان را می دهد که با اطمینان خاطر و دقت عمل بیشتری به سرمایه گذاری در بخش های مختلف این صنعت، روی بیاورند و سهم بیشتری در ساختن آینده صنعت چاپ و سایر صنایع کشور داشته باشند. ■

وجود داشت که امیدواریم با تدبیر بر گزار کننده و صبوری شرکت کنندگان، در دوره های آتی رفع شوند.

وی برگزاری صادرات محور نمایشگاه آینده چاپ را یکی دیگر از ویژگی های موفق اولین خوانند و افزود: این ویژگی که با حضور و بازدید هیات های تجاری معنا پیدا کرد، باید در دوره های بعدی هم به لحاظ کمی و هم از منظر کیفی، تقویت شود تا زمینه ورود شرکت ها به بازار های خارجی بیشتر شود.

این فعال صنعت چاپ همچنین با تأکید بر ضرورت مساله آموزش، خاطر نشان کرد: یکی از مهمترین شاخصه ها در برگزاری نمایشگاه تخصصی، توجه به فعالیت های دانش بنیان است. در این راستا به اقداماتی که باعث آشنایی شرکت کنندگان از جدیدترین تکنولوژی ها و دانش های روز دنیا شود، آن هم با توجه به مختصات اقتصادی و صنعتی کشور و کشورهای منطقه، نیاز مبرم داریم.

مدیرعامل شرکت پارسیان برچسب با بیان این مطلب که نمایشگاه های تخصصی می توانند بابرگزاری کارگاه های آموزشی در موضوعاتی همچون سخت افزار، نرم افزار، ملزومات و مواد مصرفی سازگار با محیط زیست، بسیار تاثیر گذار باشند، افزود: در این راه، همکاری با انجمن های تخصصی داخلی و حتی خارجی، بسیار راهگشا است.

با تأکید بر ضرورت پررنگ شدن بخش ماشین آلات و تجهیزات چاپ در نمایشگاه، توضیح داد: بازدید کنندگان باید بتوانند دستگاه های در حال کار را مشاهده کنند تا به شکل تخصصی تر با فرآیند کار آشنا شوند. این مساله در دوره نخست وجود نداشت و امیدواریم در دوره دوم این ظرفیت با تعامل و همکاری مدیران ایران مال اضافه شود و شرکت ها امکان آوردن تجهیزات به محل برگزاری را داشته باشند.



امین کاوسی که بعد از تجربه حضور در اولین نمایشگاه آینده چاپ، در تدارک حضوری پررنگ تر در IFPEX2 است، اصلی ترین تمایز این رویداد را در گذر از دیدگاه های سنتی و حرکت به سمت تخصصی بودن دانست.

مدیرعامل شرکت پارسیان برچسب در این باره توضیح داد: مهمترین مزیت نمایشگاه آینده چاپ ایران در دوره نخست در اتخاذ رویکردهای جدیدی بود که در سایر نمایشگاه ها سابقه نداشت. این رویداد با عبور از دیدگاه های سنتی، به سمت ایجاد فضای تخصصی پیش رفت.

وی ادامه داد: تأثیرات این نگرش، مشخصاً روی سطح و جایگاه نمایشگاه مشهود بود؛ به طوری که ایفپکس در همان دوره نخست، در سطح بالاتری نسبت به سایر نمایشگاه های حوزه چاپ و بسته بندی در کشور بر گزار شد.

کاوسی با اشاره به جنبه های بین المللی نمایشگاه آینده چاپ ایران گفت: این رویداد برای پیشرفت و ارتقاء جنبه های بین المللی، گام اول را موفق برداشت. البته مشکلات و کاستی هایی هم

مدیرعامل شرکت «شبکه چاپ» اذعان کرد:

## ایفپکس در برقراری ارتباط با تولیدکنندگان محصولات نهایی موفق است

اضافه کرد: تجربه ما این است که بسیاری از شرکت های تولیدی در کشور از چنین امکانی بی اطلاعند؛ بنابراین برگزاری نمایشگاه های تخصصی چاپ و بسته بندی می تواند این آگاهی را به آن ها بدهد. این در شرایطی است که هزینه های چاپ و بسته بندی در ایران به مراتب ارزان تر از سایر کشورهاست و تولید کنندگان کشور می توانند با بهره مندی از امکانات، مزیت های صادراتی خود را در رقابت با شرکت های خارجی، ارتقا دهند.

وی گفت: به نظر من بر گزار کنندگان نمایشگاه آینده چاپ باید در امتداد مسیری که در دوره نخست آغاز کردند، فرآیندهای اطلاع رسانی را در ابعاد گسترده تری؛ هم در داخل و هم خارج از کشور تداوم ببخشند. این مساله هم در بین فعالان صنعت چاپ و بسته بندی و هم در میان تولید کنندگان محصولات نهایی از سایر صنایع که در واقع مشتریان صنعت چاپ هستند، ضرورت دارد.

مدیرعامل شرکت شبکه چاپ تأکید کرد: این کار، پای شرکت های بزرگ را به عنوان بازدید کننده به نمایشگاه باز می کند و می تواند به عقد قراردادهای همکاری با شرکت های چاپ و بسته بندی منجر شود. آن ها با حضور در نمایشگاه تخصصی آینده چاپ ایران می توانند ضمن آشنایی با شرکت های فعال در صنعت چاپ و بسته بندی و جدیدترین دستاوردهای این صنعت، از متخصصان این حوزه مشاوره های تخصصی بگیرند تا بهترین گزینه را برای نوع چاپ و بسته بندی محصولات خود پیدا کنند. ■

عمل کرد و توانست حلقه های مختلف زنجیره ی تامین کنندگان و تولید کنندگان را در فضایی تخصصی گردهم بیاورد.

وی ادامه داد: این رویداد امکان تعامل تامین کنندگان و تولید کنندگان با یکدیگر را فراهم آورد و هم اینکه زمینه ساز برقراری ارتباط مستقیم و همکاری صاحبان صنایع مختلف را با فعالان صنعت چاپ و بسته بندی مهیا کرد. روی هم رفته معتقدم این نمایشگاه توانست در اولین گام، موفق عمل کند و شرکت «شبکه چاپ» نیز از حضور در این رویداد، رضایت داشت.

مدیرعامل شرکت «شبکه چاپ» درباره آینده صنعت چاپ و اهمیت توسعه بازار های صادراتی گفت: صنعت چاپ و بسته بندی آن در جهان، به سرعت روبه پیشرفت است و این پیشرفت در کشور مانیز نیز محسوس است؛ هر چند به دلیل کاستی هایی که در بخش تجهیزات و ماشین آلات وجود دارد، این رشد کندتر است.

وی افزود: به نظر من برگزاری نمایشگاه هایی مانند آینده چاپ می تواند علاوه بر توسعه بازار های داخلی، به به نمایش گذاشتن توانمندی های این صنعت در کشور، به افزایش سهم ایران در بازار های منطقه ای و جهانی کمک کند. البته این مساله، تنها منحصر به شرکت های چاپ و بسته بندی نمی شود و سایر صنایع نیز می توانند با بهره مندی از خدمات این صنعت، بازار عرضه محصولات خود در بازار های خارجی را ارتقاء دهند.

شاهینکار در توضیح کارکردهای تخصصی نمایشگاه آینده چاپ



اردلان شاهینکار حضور در اولین دوره از نمایشگاه آینده چاپ ایران را موفقیت آمیز خواند و ضمن اعلام حضور در دومین دوره از این رویداد تخصصی، بر ضرورت توسعه بازار های داخلی و خارجی تأکید کرد.

مدیرعامل شرکت «شبکه چاپ»، با اشاره به تجربه حضور در نخستین دوره از نمایشگاه IFPEX که در دیماه سال گذشته بر گزار شد، توضیح داد: نمایشگاه آینده چاپ ایران در دوره نخست، قوی