



## تعامل اتاق بازرگانی اصفهان و شورای تجاری ایران\_آ سه آن

مدیرشورای تجاری ایران\_آ سه آن با مدیر بازاریابی و روابط بین الملل اتاق بازرگانی اصفهان به منظور ایجاد برنامه اجرایی مشترک برای کمک به توسعه تجارت اصفهان با کشورهای عضو این شورا، دیدار و گفتگو کرد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان **مهدی سادات**، مدیرشورای تجاری ایران\_آ سه آن در دیدار با مدیر بازاریابی و روابط بین الملل اتاق بازرگانی اصفهان گفت: شورای تجاری ایران\_آ سه آن در 28 ژانویه 2016 به همت 40 شرکت مالزیایی و ایرانی فعال در حوزه تجارت بین الملل مالزی فعالیت خود را آغاز کرد. وی افزود: این شورا تاکنون اقدام به برگزاری بیش از 30 رویداد بزرگ با نهادهای دولتی و نیمه دولتی و اتاق های بازرگانی مالزی نموده است. سادات با اشاره به ارتباط مثبت و تفاهم نامه همکاری شورای تجاری ایران\_آ سه آن با سازمان توسعه تجارت مالزی از برگزاری نشست هایی در حوزه انرژی، تجارت محصولات حلال، فرصت های سرمایه گذاری و گردشگری توسط این شورا، همچنین برگزاری وبینارهای B2B با همکاری اتاق بین الملل بازرگانی مالزی در دوران کرونا باهدف ترویج و توسعه روابط تجاری دوکشور خبر داد.

مدیرشورای تجاری ایران\_آ سه آن درخصوص ساختار تجارت در مالزی نیز گفت: وزارت تجارت بین الملل این کشور، دارای سه زیرمجموعه اصلی شامل سازمان توسعه تجارت مالزی، سازمان توسعه سرمایه گذاری مالزی و سازمان تجارت حلال می باشد.

سادات ضمن بیان اینکه شورای تجاری ایران\_آ سه آن با هر سه زیرمجموعه قرارداد همکاری داشته و به معرفی بازار ایران می پردازد، تصریح کرد: مالزی دارای 5 اتاق بازرگانی اصلی شامل MICCI، FMM و سه اتاق نمایندگی مربوط به سه نژاد اصلی مالزی یعنی چینی ها، مالایی ها و هندی ها می باشد.

مدیرشورای تجاری ایران\_آ سه آن با اعلام تشکیل میز ایران در اتاق بین الملل مالزی درسال گذشته افزود: روسای این 5 اتاق بازرگانی تشکیل دهنده اتاق ملی مالزی هستند. وی در ادامه تشکیل کمیته فنی به منظور هدفگذاری حوزه های فعالیت های مشترک بین این شورا و اتاق بازرگانی اصفهان را ضروری دانست.

در ادامه **بهنام ابراهیمی**، مدیر بازاریابی و روابط بین الملل اتاق بازرگانی اصفهان ضمن تشریح اقدامات و فعالیت های اتاق بازرگانی و واحد بازاریابی و روابط بین الملل گفت: واحد بازاریابی با هدف تسهیلگری امور مربوط به تجارت بین الملل واحدهای کوچک و متوسط در دوره نهم فعالیت اتاق بازرگانی اصفهان شکل گرفته است. وی با بیان اینکه واحد بازاریابی و روابط بین الملل اتاق بازرگانی اصفهان به تعیین اولویت های تعامل تجاری با کشورهای هدف صادراتی تعیین شده از سوی سازمان توسعه تجارت می پردازد، افزود: هدف نهایی این واحد، هدفمندسازی حضور هیات های تجاری اعزامی از سوی اصفهان به نمایشگاه های بین المللی و تعیین محصولات تجاری بالقوه باهدف ایجاد رابطه برد-برد برای طرفین است.

ابراهیمی توانمندسازی اعضا، شرکت در نمایشگاه های مرتبط، اعزام هیات های تجاری و برگزاری وبینار، تعیین مزیت های رقابتی استان اصفهان و همچنین معرفی بهترین بازار فروش این محصولات و تعیین کشورکالا را از جمله خدمات ارائه شده در اتاق بازرگانی اصفهان نام برد.

جانشین دبیرکل پارلمان بخش خصوصی اصفهان استفاده از پتانسیل شورای تجاری ایران\_آ سه آن و میز ایران در اتاق بازرگانی خارجی مالزی (MICCI) برای پیگیری مشکلات برون مرزی اعضا، برگزاری وبینارهای معرفی بازار کشورهای حوزه آ سه آن و برگزاری جلسات B2B و استفاده از ظرفیت های موجود درپیمان مودت را ازمصادیق همکاریهای مشترک اتاق بازرگانی اصفهان و شورای تجاری ایران\_آ سه آن عنوان کرد.

وی افزود: اتاق بازرگانی اصفهان علاقمند به همکاری با شورای تجارت ایران\_آ سه آن درحوزه های صادرات کالا، جذب سرمایه، اعزام نیروی کار و واردات ماشین آلات و تجهیزات است.