



رونمایی از اولین نشان تضمین کیفیت محلی پوشاک در کشور

در نشست هم‌اندیشی مد و پوشاک که با حضور فعالان صنعت مد و پوشاک ایرانی اسلامی برگزار شد از اولین نشان تضمین کیفیت محلی پوشاک در کشور، رونمایی گردید.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان در این نشست **محمدرضا پاکروان** مشاور امور فرهنگی بین المللی و عضو کمیته راهبردی دانشگاه های مجازی جهان با اشاره به ظرفیت بالای استان اصفهان در صنایع مختلف به ویژه صنعت نساجی گفت: می توان با برنامه ریزی و مدیریت صحیح و استفاده از پتانسیل نخبگان حوزه پوشاک، اقدامات ویژه ای در این عرصه انجام داد.

وی با اشاره به هجوم آمریکا در حوزه مباحث فرهنگی کشور گفت: باید از تمام ظرفیت های موجود برای بی اثر کردن القاء فرهنگ غرب در مد و پوشاک ایران استفاده کرد. پاکروان همچنین بر ضرورت استفاده از فناوری های نوین در عرصه مد و پوشاک کشور و پیوستن به عرصه بین المللی همچنین بهره مندی از توانایی شرکت های دانش بنیان در این حوزه تاکید کرد.

مشاور امور فرهنگی بین المللی و عضو کمیته راهبردی دانشگاه های مجازی جهان اسلام در ادامه از آغاز به کار نخستین کنفرانس و نمایشگاه بین المللی ایران اسکوکواکس از 27 تا 30 مهرماه در تهران خبر داد و از اتاق بازرگانی اصفهان برای حضور در این نمایشگاه دعوت نمود.

پاکروان همچنین گفت: آمادگی داریم تفاهم نامه ای میان دانشگاه های جهان اسلام و اتاق بازرگانی اصفهان به منظور استفاده از ظرفیت های طرفین منعقد نماییم. وی در پایان سخنان خود از آمادگی برای راه اندازی شعبه اصفهان مجمع خیرین اشتغال و کارآفرینی خبر داد.

تولیدمکانیزه و شناخت کافی از بازار هدف صادراتی پیش شرط موفقیت در بازرجانی

در ادامه **جمشید پرویزیان** عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی اصفهان درون زا بودن اقتصاد کشور را یکی از موانع ورود به عرصه بین الملل دانست و گفت: متأسفانه صنعت نساجی کشور با تحولات روز عرصه صنعت، همگام نشده و در زمانی که مجموعه فرایندهایی به ماشین واگذار گردید با این حرکت خود را تطبیق نداد و این آغاز فاصله گرفتن نساجی از سایر صنایع بود.

وی در خصوص ایجاد برند نیز گفت: ایجاد برند از طریق تعامل با مشتری امکانپذیر است و باید تولیدات بر اساس نیاز بازارهای بزرگ تر از بازار داخلی صورت گیرد. پرویزیان مکانیزه کردن تولید و شناخت کافی از بازار هدف صادراتی را از پیش شرط های موفقیت در عرصه جهانی دانست.

دوره انجام کارهای تکراری گذشته سپری شده است

همچنین **محمدرضا اصغرزاده** پیشتاز فشن الکترونیک نیز در این نشست با تاکید بر اینکه هویت، تفکر و فرهنگ، کالای خریدنی نبوده و نیاز به حامل های دقیق دارند افزود: لازم است حامل های اقتصادی به درستی شناخته شده و برای آنها برنامه ریزی شود.

وی افزود: متأسفانه تنها هنرمندان ناشناخته و کوچک از ظرفیت متاورس استفاده کرده و ارزش افزوده فراوانی را برای هنر خود ایجاد می کنند در حالیکه توجه به این حوزه یک ضرورت عینی است.

اصغر زاده تاکید کرد دوره انجام کارهای تکراری گذشته سپری شده و باید وارد عرصه های نوظهور شویم.

وی در پایان سخنان خود از ایجاد اولین گالری هنر ایرانی متاورسی در جهان با کمک هنرمند بنام اصفهانی خبر داد و خواستار تعامل دیگر هنرمندان اصفهانی با این موضوع شد.

اتاق بازرگانی اصفهان به دنبال تسهیلگری برای برند سازی در حوزه پوشاک است

سید آرش امامی دبیر کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی اصفهان نیز حجم بازار نساجی و پوشاک ایران را در حالی ۱۵ تا ۲۰ میلیارد دلار عنوان کرد که نزدیک یک سوم آن از طریق واردات است.

وی با اشاره به سهم ۱.۹ درصدی استان اصفهان از صنعت پوشاک کشور گفت: برای اعتلای صنعت پوشاک ابتدا باید زیرساخت های آن را مهیا کنیم که شهرک پوشاک یکی از این زیرساخت هاست که اتاق بازرگانی اصفهان پیگیر راه اندازی این شهرک است و در این شهرک به دنبال به کارگیری روش های نوین تولید پوشاک هستیم.

امامی عدم وجود برند پوشاک در کشور را یکی دیگر از معضلات این صنعت دانست و افزود: علی رغم وجود تولیدکنندگان بزرگ پوشاک در کشور در این حوزه برندسازی نشده و اتاق بازرگانی به دنبال تسهیلگری برای برند سازی در حوزه پوشاک کشور است.

دبیر کمیسیون صنایع در ادامه بر ضرورت توجه به هویت ایرانی در پوشاک تاکید کرد و گفت: با وجود اینکه لباس هایی که می پوشیم می تواند نشان دهنده هویت ملی ما باشد، ولی متأسفانه امروز لباسی که می پوشیم فاقد هویت ایرانی است.

امامی همچنین گفت: برچسب مراقبتی لباس (care labeling) نیز از اهمیت زیادی برخوردار است و در حالیکه کشورهای منطقه اجازه ورود و فروش لباس بدون برچسب مراقبتی نمی دهند، ایران چگونه می تواند پوشاک خود را صادر کند.

کارگروه مد و پوشاک اتاق بازرگانی اصفهان ظرفیتی برای هویت بخشی به پوشاک ایرانی

نقیسه عروجی دبیر کارگروه مد و پوشاک اصفهان نیز در این نشست با بیان اینکه سنت، بخشی از هویت است و نمی توان سنت را مدرن کرد گفت: در حالیکه هویت از بین برنده فاصله میان سنت و مدرنیته است شکاف هویتی تولیدکنندگان و طراحان پوشاک کشور را دچار مشکل کرده است.

وی همچنین بر ضرورت ورود تلفیق فرهنگی به هویت پوششی تاکید و تصریح کرد: لازم است حاکمیت برای هویت بخشی به پوشاک ایرانی از پژوهشگران و صاحبان نظران بنام کشور استفاده کند.

وی با اشاره به احصاء مشکلات صنعت پوشاک کشور در کارگروه مد و پوشاک اتاق بازرگانی اصفهان خواستار همراهی دولت با بخش خصوصی برای ایجاد بستر هویتی و حمایت از تولیدکنندگان پوشاک هویتی کشور به ویژه در زمینه معافیت های مالیاتی شد.