



ضرورت تقویت ارتباط بین هنرمندان و شرکتهای صادراتی

گردهمایی فعالان اقتصادی حوزه صنایع دستی استان اصفهان با حضور هنرمندان، فعالان بخش خصوصی، برخی مدیران دولتی و سایر مدعوین برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان، **نوراله عبداللهی، معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان اصفهان** اظهار کرد: اگرچه اصفهان به عنوان شهر جهانی و شهر خلاق در زمینه صنایع دستی شهرت یافته است، اما مدت هاست که صنایع دستی این استان و هنرمندانش با چالش های بسیاری روبه رو شده اند.

وی در خصوص برگزاری و حضور هنرمندان صنایع دستی استان در نمایشگاه های بین المللی نیز گفت: ارتباط با خواهرخوانده های اصفهان مشکلات خاص خود را دارد، هنرمندان معمولاً به جشنواره های صنایع دستی دعوت می شوند، هنرمندان سال گذشته نیز با همکاری شهرداری به رومانی سفر کردند. هزینه سفر و اسکان با افزایش نرخ ارز نسبت به سال های گذشته برای هنرمندان بالا رفته و به همین دلیل هنرمندان از حضور در نمایشگاه های کشورهای خواهرخوانده اجتناب می کنند.

معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان اصفهان افزود: فعالان صادراتی اصفهان دفاتری در کشورهای عضو اگو تأسیس کردند و رابطی بین این کشورها با ایران و اصفهان هستند. درواقع به جای حضور موقت هنرمندان در کشورهای عربی، چند شرکت این کار را انجام می دهند و ارتباطاتی ایجاد کرده اند؛ تلاش ما این است که ارتباط بین هنرمندان و شرکت های صادراتی را تقویت کنیم.

او با بیان اینکه امیدواریم حضور گردشگران در اصفهان افزایش یابد، ادامه داد: اطلاع دارم ورود گردشگران چینی رو به افزایش است و امیدواریم بازار فروش صنایع دستی رونق پیدا کند؛ اما مزین کردن نهادهای دولتی با صنایع دستی، سیاستی است که در حوزه اختیارات ادارات کل است. فعالیتی که در راستای ترویج خرید صنایع دستی انجام داده ایم این بود که با پیگیری ما و وزارتخانه در سال گذشته به دستگاه های دولتی ابلاغ شد که از صنایع دستی به عنوان کالاهای هدیه ای استفاده شود.

توکلی، کارشناس واحد بازاریابی و تجاری سازی معاونت صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اصفهان نیز اظهار کرد: کشورهای خارجی در ابتدا بازاریابی و سپس بازاریابی می کنند و بر اساس نیاز مخاطب به تولید می پردازند، ضروری است ابتدا فرهنگ سازی رشته های صنایع دستی انجام شود تا بتوان مطابق با نیاز مخاطب، نقش و نگار و طرح های کشورهای مختلف را اجرا کرد.

وی ادامه داد: هنرمندان ما از زبان تجارت و زبان فرهنگ کشورهای دیگر فاصله گرفته اند؛ لذا حضور در دوره های آموزشی تجاری سازی اهمیت دارد. هنرمندان باید تولیدات خود را بر اساس سه کارکرد مصرفی، کاربردی و تزئینی ارائه دهند.

در ادامه جلسه، اهداف انجمن با استفاده از اساسنامه بازخوانی و کلیپ عملکرد انجمن پخش شد.

در این جلسه سه کمیته شامل «کمیته عضویت: جذب، تولید محتوا، سایت، اینستاگرام»، «کمیته آموزش و پژوهش: شناسایی بازارهای هدف، نیازسنجی تولید و ثبت آثار» و «کمیته صادرات: نوآوری، نمایشگاه ها، بسته بندی و رفع موانع صادراتی» تشکیل و برنامه ریزی برای فعالیت آنها انجام شد.