

مجله بین المللی تخصصی صنعت نساجی ایران
دوماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
صنعت فرش ماشینی، الیاف مصنوعی و مصنوعات پی بافت
سال ۱۳۹۸/شماره ۵۵/آبان ۱۳۹۸/قیمت ۳۰۰۰۰ تومان

کهن

kohanjournal



kohanjournal



چهل تکه

Patchwork Collection

Handmade 100% wool
دستباف صد درصد پشم

۰۹۱۲ ۱۲۶ ۱۸۳۴

۰۹۱۲ ۷۹۲ ۸۶۲۶

۰۲۱ ۵۵۱ ۵۵۶۰۷-۹

Instagram: Farshe40tekee



فرش ماهریس

تولید کننده انواع فرشهای ۷۰۰ و ۱۰۰۰ و ۱۲۰۰ شانه
دستباف گونه



آدرس: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان صابونچی
(مهنار سابق)، کوچه چهارم، پلاک ۱۹
تلفن: ۶۵-۸۸۵۳۰۴۵۹-۲۱ فکس: ۲۱-۸۸۷۴۵۳۵۵

www.mahris.ir
Telegram: @iranmahris
Instagram: iranmahris



تنوعی بی نظیر در فرش ماشینی ایران
با بیش از ۴۰۰۰ طرح و نقش



تهران، بازار، چهارراه سیروس
تلفن: ۷۱۲ ۵۷-۰۲۱
www.sarayeabrisham.com

بازرگانه خنامانه نقش کستر ساوین

خدمات:

فروش انواع مواد اولیه نساجی
الیاف ، جوت نخ های پنبه
مشاوره واردات و صادرات
فروش و سفارش نخ های آکرولیک
نمره ۱۸ تا ۵۰ در رنگ های مختلف

فرش ماشینی ، نخ های اکریلیک و پلی استر



مشاوره مالی و حسابداری @NGSAVINO



INFO@NGSAVIN.COM



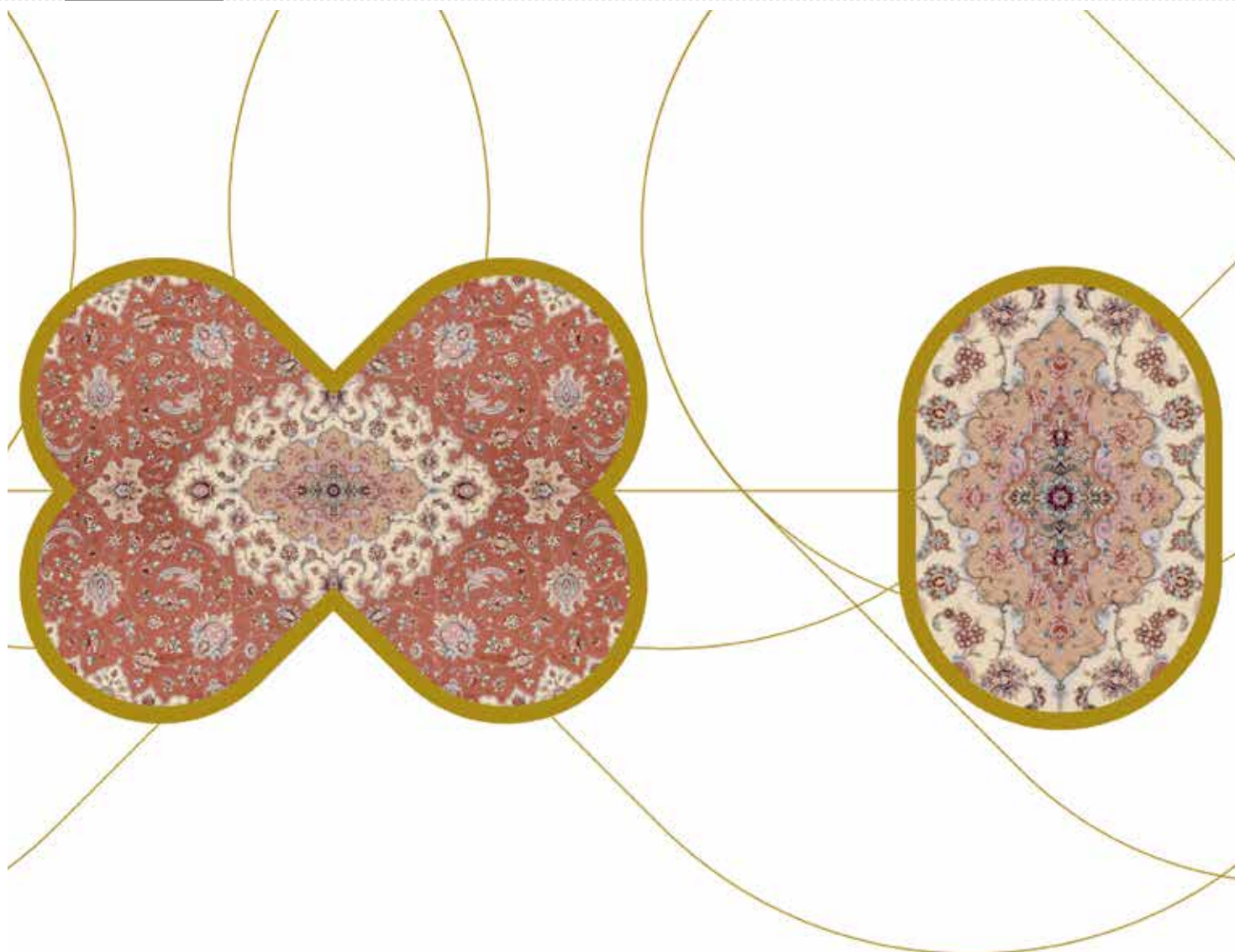
0912 454 7694

0919 408 3135



WWW.KHANAMANI.COM





تنوعی بی نظیر در فرش ماشینی ایران
با بیش از ۴۰۰۰ طرح و نقش



تهران، بازار، چهارراه سیروس
تلفن: ۰۲۱-۵۷ ۷۱۲



مفهوم فرش ایرانی



طرح زرین



واحد نمونه استاندارد
سال ۱۳۹۷

اولین
تولید کننده فرش
۱۵۰۰ شانه در جهان



صادر کننده نمونه ملی
سال ۱۳۹۷

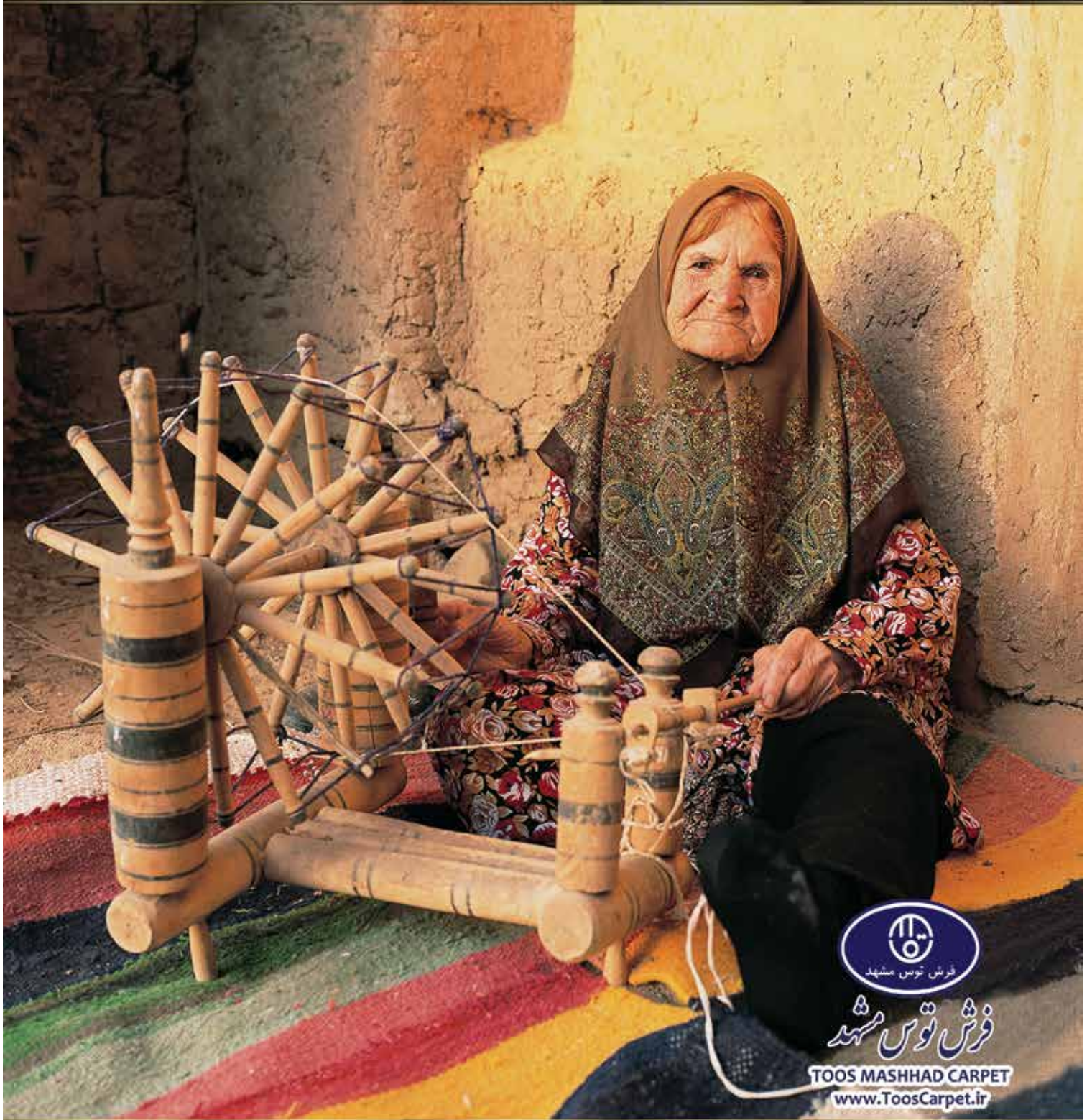
واحد فروش : ۰۳۱-۵۴۰۵۴

تلفن: ۰۵۴۷۵۰۵۸۰ - ۰۵۴۷۵۰۵۷۰ (۰۳۱) فکس: ۰۵۴۷۵۰۵۷۵ (۰۳۱)
همراه: ۰۹۱۳۱۶۱۰۶۱۱ سامانه پیام کوتاه: ۰۵۴۷۵۰۵۷۰
www.instagram.com/Gheytharan_carpet اینستاگرام :

www.gheytarancarpet.com

کاشان، جاده قدیم آران و بیدگل، میدان شهیدان اریایی
انتهای بلوار کارگر، میدان همت، بلوار جهاد، خیابان حکمت شرقی
ایمیل: info@gheytarancarpet.com





فرش توس مشهد

TOOS MASHHAD CARPET
www.ToosCarpet.ir

EMAIL: INFO@TOOSCARPET.IR

WEB: WWW.TOOSCARPET.IR

دفتر مشهد : ۰۵۱۳۲۲۵۵۵۰۸

دفتر تهران : ۵ - ۰۲۱۳۳۷۷۵۹۲۲

دنیای فرشت

www.donyayfarsh.com



گنجینه بافته ها ...

جاجرود ، بازار مبل کمره، روبروی پمپ بنزین تلفن : ۷۵۰۹۴۰۰۰

25 IRANTEX
سالان ۲۴۸ - ۱۸۱
۱۸ - ۱۸۱ سال ۱۸۱۸
سالان ۲۴۸ - ۱۸۱

Masterbatch,
Compound & Additive,
BioPlastic Compound,
Extruded Polymer,
Plastic Granules

Manufacturer
Nano & Hygienic (Food Contact)

Powder Predisperse Solid
Pigments (Carbon Black & Colors)

PE 100 +
Natural, Black & Colors Compound

Steel Pipe Coating (TOP-COAT)

Adhesive

PE100, PE80 Welding Rod

Agro PET Wire

موارد استفاده در صنایع نساجی، نخ و الیاف

فرش ماشینی و موکت:

نخ های فیلامنتی و الیاف کوتاه

الیاف پلی استر، پلی پروپیلن و پلی آمید کوتاه

نخ های B.C.F. مورد مصرف در فرش ماشینی،

موکت تافتینگ، کات و لوپ

نخ های CF مورد مصرف در دوخت، کمر بند ایمنی،
بافت های محافظتی

نخ های POY, FDY مورد مصرف در فرش ماشینی،
رومبلی، جوراب و البسه ورزشی

پارچه های بی بافت نساجی:

اسپان باند، ملت بلان، سوزن زن، SMS, SS,
SMMS (بهداشتی)

الیاف پلی استر، پلی آمید، پلی پروپیلن
مورد مصرف در رییسندگی نخ های پنبه ای،
فرش ماشینی، موکت و لانی های سوزنی

نخ های B.C.F., C.F., POY, FDY, DTY,

TFO، پلی پروپیلن، پلی استر و پلی آمید

مورد مصرف در فرش ماشینی، پارچه رومبلی،

پرده ای، جوراب، البسه نساجی و ورزشی

پارچه های Non woven بهداشتی و بیمارستانی

گونی و جامبو پلی پروپیلن

سفید کننده جهت تولید الیاف پلی استر PSF از
پرک بطری

براق کننده جهت تولید الیاف پلی استر PSF

مورد مصرف در موکت های چاپی

منسوجات نبافته، Spun bond, Melt Blown

مستریج، افزودنی، کامپاند، آمیزه های پلیمری،

کامپاند و گرانول زیست تخریب پذیر،

کامپاند PE100+, PE80+ لوله های فشار قوی،

روکش و چسب لوله های فلزی TOP-COAT،

سیم شید مونوفیلارنتی AgroPET wire مدول بالای گلخانه ای،

پودر و پیگمنت پری دیسپرس به صورت نانو صنعتی و بهداشتی،

نخ و الیاف مدول و مقاومت بالا



دستیابی به محیط زیستی سالمتر با تولید

کامپاند و گرانول زیست تخریب پذیر گیاهی

مورد مصرف در صنایع مختلف:

بسته بندی، ظروف، صنایع بهداشتی- بیمارستانی و نساجی



www.rangdaneh.ir info@rangdaneh.com

دفتر تهران:

خیابان دکتر بهشتی، خیابان پاکستان، کوی هشتم، پلاک ۲۴

کدپستی: ۱۵۳۱۷۱۳۹۱۳ صندوق پستی: ۷۴۵۸-۱۵۸۷۵

تلفن: (۲۰ خط) ۰۲۱-۸۸۷۵۰۶۱۸

فاکس: ۰۲۱-۸۸۷۴۱۵۳۰-۸۸۷۵۰۶۰۲





گروه صنایع نساجی نگین رز

هلدينگ صنایع رز، پس از گذشت نزدیک به چهار دهه فعالیت صنعتی، امروزه به یکی از پیشگامان در حوزه تولید منسوجات فنی تبدیل شده است. ارائه‌های ایده‌های نوآورانه، وجود امکانات تحقیق و توسعه، بهره‌مندی از کادر متخصص و آموزش دیده، ایجاد ارتباط مناسب با نخبگان و کارشناسان برجسته‌ی دانشگاه و صنعت، شرایطی را برای تولید محصولات و ارائه‌ی خدمات ممتاز توسط این شرکت فراهم ساخته است به گونه‌ای که قابل رقابت با سایر شرکت‌های باکیفیت در عرصه‌ی بین‌المللی باشد.

میزبان شما هستیم
در بیست و پنجمین
نمایشگاه ایران‌تکس
سالن ۴۴۸
گرفه شماره ۶

تولیدات | PRODUCTS



Rose Moquette

رز موکت



منسوجات بی بافت رز Rose Nonwovens



Rose Yarn

رز نخ



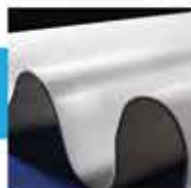
Rose Sintex

رز سینتکس (عایق صوت)



Rose Filter

رز فیلتر



Rose Fiber

رز الیاف



Rose Masterbatch

رز مستر بیچ



دفتر مرکزی:

تهران، خیابان استاد مطهری، خیابان علی اکبری، خیابان مصاف زاده، پلاک ۲۲، طبقه اول
کدپستی: ۱۵۷۶۹۴۵۱۱۱ تلفن: ۴-۸۸۵۱۵۴۸۱-۰۲۱ فکس: ۰۲۱-۸۶۱۲۱۸۰۹۱

Office:

1st. Floor, No. 22, Sahafzade St., Aliakbari St., Motahari Ave., Tehran, Iran.
Postal Code: 1576945111 Tel: (+98-21) 88 51 54 81-4 Fax: (+98-21) 86 12 18 09
E-mail: info@neginrose.com



NEGIN ROSE TEXTILE INDUSTRIES CO.

کارخانه

امبفهان، فلاورجان، شهرک صنعتی اشترجان، خیابان ششم، فرعی سوم، پلاک ۲۱۳
کدپستی: ۸۴۶۵۱۹۶۶۱۷ تلفن: ۸-۳۷۶۰۹۴۲۴-۳۱ فکس: ۳۷۶۰۹۴۲۹-۳۱

Factory:

No. 213, 3rd Alley, 6th St., Oshtorjan Industrial zone, Falavarjan, Isfahan, Iran
Postal Code: 8465196617 Tel: (+98-31) 37609424-8 Fax: (+98-31) 37609429
E-mail: factory@neginrose.com

شرکت صنعتی ساتیگراد

راهکارهای هوای صنعتی



بنیان گذار تهویه و تصفیه هوا در صنعت نساجی ایران



تحولات و نوآوری ها

● پکیج تهویه ماشین های بافندگی

● طراحی، تولید، نصب و خدمات
فیلترپلنت

● سیستم های هوشمند کنترل و
اتوماسیون

● هواشوی پرفشار (CiiFog)

فارس - شیراز - شهرک صنعتی بزرگ : تلفن ۰۷۱-۳۷۷۴۲۷۹۳-۵
فاز دو - میدان الکترونیک (ششم) : فکس ۰۷۱-۳۷۷۴۲۷۹۶
خیابان بهره وری - خیابان ۴۰۳ : ایمیل Info@ciinc.co



فرش کالین



۷۰۰ شانه ۱۰ رنگ
فرش کالین نقشی نوین
شرکت صنایع فرش باستان کویر یزد

SQC ISO 9001:2015 ISO 17025 CE

SQC ISO 12494:2011

CalinCarpet
calin.carpet

کاشان، آران و بیدگل، بلوار خلیج فارس
تلفن: ۰۳۱۵۴۷۵۹۴۷۳
calincarpets@yahoo.com

DARBARI

RUG DETAILS & DESCRIPTION

فرش الماس کویر
MODERN & CLASSIC

ALMAS KAVIR CARPET
ADDRESS : 1/28 SHAGHAYEH ST. 2 KHAZRA INDUSTRIAL PARK, BAGHIN ROAD, KERMAN
NEW PRODUCT PHONE: (034) - 31342000



اصالت طرح ، ظرافت بافت

گلکسیون درباری

۱۵۰۰ شله ۴۵۰۰ تراکم

مدرن و کلاسیک



فرش الماس کویر

www.almascarpet.com

[Almaskavir.official](https://www.instagram.com/Almaskavir.official)

Info@almascarpet.com





گفتگو با خانم نازینه آژلبار مدیر عامل
شرکت فوژن راهبران نامے ۲۶



گفتگو با سید محمد سبطینی،
مدیریت شرکت طراحی بیبا ۱۷



گفتگو با آقای اشکان کرمانی مدیریت
شرکت صنعتی سانه گراد ۳۱



گفتگو با سید محمد علی جهانگیر استاد
دانشگاه آزاد اسلامی کاشان ۲۳



گفتگو با حمید زارعی، طراح فرش
۲۵



گفتگو با سید محمد سبطینی، قائم مقام مدیر
عامل شرکت فرش چهل تکه ۲۹

مصاحبه‌ها

- عدم سیاست گذاری مناسب، مشکل بزرگ صنعت ۱۵
گفتگو با آقای میرمولا ثریا طراح فرش
- همدلی طراح و تولید کننده لازمه سامان بخش به وضعیت صنعت ۱۹
گفتگو با سید محمد سبطینی مدیریت شرکت طراحی بیبا طراح زین کاشان
- سنان، سازوکاری مبتنی بر سیستم تعریف شده ۲۳
گفتگو با سید محمد علی جهانگیر استاد دانشگاه آزاد اسلامی کاشان
- عدم تعهد و بی اخلاقه آفت جان صنعت و طراح ۲۵
گفتگو با آقای حمید زارعی طراح فرش
- کپه کاری، راهی پرسود برای تولید کننده ۲۸
گفتگو با حسین کدنده طراح فرش
- نسل جوان، عهده دار صنعت تولیدی کشور ۲۹
گفتگو با سید محمد سبطینی مدیریت شرکت فرش چهل تکه
- بحران ناشی از سقوط ارزش ریال تهدیدی که به فرصت تبدیل شد ۳۱
گفتگو با آقای اشکان کرمانی مدیریت شرکت صنعتی سانه گراد
- تولید گرانول به سبک رنگدانه سیرجان ۳۳
گفتگو با آقای علی نقی زاده مدیر تولید واحد تحقیق و توسعه شرکت رنگدانه سیرجان
- انجام وظیفه مطابق با سازوکار تعریف شده ۳۴
گفتگو با خانم راحله تاجفر مدیر شرکت طراحی کلجام
- دوموتکس ۲۰۲۰ با شعار Atmosphere ۳۵
گفتگو با خانم نازینه آژلبار مدیر عامل شرکت فوژن راهبران نامے

مقالات

- آیا کاشان می تواند میزبان نمایشگاه فرش ماشینی باشد؟ ۴۱
- نمایشگاه تخصصی فرش ماشینی و صنایع وابسته ۴۳
- فرار مغر ها؛ فرار طراحان! چه باید کرد؟ ۴۴
- توسعه های فناوری های جدید در ماشین آلات ریسندگی ارائه شده در ITMA ۲۰۱۹ ۴۶
- نیو دخلاقیت، حلقه گمشده غالب طراحان ۴۸

گزارش ها

- یازدهمین نمایشگاه فرش ماشینی و موکت تهران،
موفقیتی فراتر از انتظارات ۵۳
- نمایشگاه فرش ماشینی از نگاه غرفه گذاران ۵۸



گفتگو با آقای میرمولا ثریا، طراح فرش ۱۵

مجله نساجی کهن

دوماهنامه علمی، پژوهشی، خبری و اطلاع رسانی
بین المللی تخصصی فرش ماشینی و صنعت نساجی

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر:
مهندس بهنام قاسمی

مدیر بازرگانی و روابط عمومی:

فرشادسلطانی

خبرنگار و عکاس: پاریس مجاهد دینی

ویراستار: زهرا علی پور

صفحه آرایی و طراحی: مجتبی محمدنژاد

مدیر مالی: امیر صادقیان

شورای مشاورین تخصصی مجله کهن:

دکتر شاهین کاظمی، مهندس احمد فرهی، علیرضا قادری،
دکتر منصور دیاری، مهندس علی جهانگیر و مرکز تحقیقات
فرش ماشینی دانشگاه آزاد کاشان

نویسندگان و همکاران این شماره:

مرتضی نجف زاده، دکتر منصور دیاری، فرشادسلطانی،
سرکار خانم نازینه آژلبار، دکتر رحمن عابدین زاده،
پریس مسلم زاده، محمد سبطینی، حمید زارعی،
علی جهانگیر، مهندس مبارکی، محمد کاشانی،
مهندس اشکان گرامی، خانم مهندس دریا سبچه

سامانه اشتراک نشریات تهران و شهرستان:

شرکت پست منطقه رشد (حکیمیه) تهران

وبسایت:

www.kohanjournal.com

پست الکترونیک:

info@kohanjournal.com

آدرس: تهران - میدان رسالت - خیابان مدنی - خیابان
کبریایی - خیابان محمدی پلاک ۳۰ طبقه اول

کد پستی: ۱۶۳۳۹۵۵۷۱۱

تلفن: ۰۲۱-۷۷ ۱۹ ۱۹ ۶۱

۰۲۱-۷۷ ۲۳۰ ۳۱۰

۰۹۹۰ ۵۴۰ ۸۲۶۹

لیتوگرافی و چاپ:

خیابان دماوند، بین خیابان غفری نصب (حجت) و ۱۵ متری
اول (فانی)، پلاک ۱۱۱۴، طبقه دوم، واحد ۵، چاپ پاسارگاد

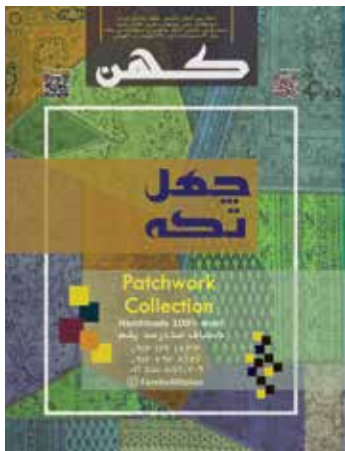
تلفن: ۰۲۱۷۷۵۷۴۱۹۰

۰۹۱۲۵۲۳۲۹۲۵۵

* مجله نساجی کهن آماده دریافت و انتشار مقالات و
دیدگاه های صاحب نظران، همکاران و کارشناسان صنعت
فرش ماشینی و نساجی و نیز کارشناسان حوزه اقتصادی است.
* مجله نساجی کهن در انتخاب و ویرایش مطالب ارسالی آزاد است.
* مطالب ترجمه شده ارسالی باید با یک نسخه از متن اصلی
همراه باشد.
* استفاده از مطالب و تصاویر مجله نساجی کهن با ذکر ماخذ
بلامانع است.
* نظرات طرح شده لزوماً دیدگاه مجله نساجی کهن نیست.
* این مجله در قالب فایل PDF از طریق مراجعه به سایت
مجله کهن نیز قابل دسترسی است.

www.instagram.com/kohanjournal

Telegram: @kohanjournal



طراحے، نقطه آغاز صنعت فرش ماشینه

اکنون پس از گذشت پانزده سال از انتشار مجله کهن بران شدیم تا شیوه جدیدی را برای انتشار هر شماره نشریه کهن پیش بگیریم. اولین قدم در این مسیر را به در شماره شهریور مجله، با بررسی مسئله نمایشگاه و برگزاری همزمان دو نمایشگاه به فاصله زمانی یک ماه آغاز کردیم. در این مسیر که از چند ماه قبل نیز در شبکه‌های اجتماعی خود عنوان کرده بودیم. برای هر شماره نشریه کهن موضوع واحدی در شورای سردبیری انتخاب خواهیم کرد و تمامی مصاحبه‌ها، مقالات و گزارش‌های منتشر شده در قالب موضوع و پرونده تأیید شده خواهد بود.

با توجه به اینکه مسئله کپی برداری و مشکلات و معضلات ناشی از آن سالهاست در حوزه فرش ماشینی از طرف تمامی فعالان این صنعت به ویژه طراحان به صورت جدی عنوان می‌شد و حتی در نمایشگاهی که شهریور ماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد به صورت ملموس قابل درک بود و بازدیدکننده و یا به تعبیری مصرف‌کننده عادی نیز متوجه آن بود. مسئله جدی و مهمی که با ماهیت صنعت فرش ماشینی و دستباف ایران که تکیه بر طراحی زیبا و منحصر به فرد خود است و در دنیا نیز با این ویژگی شناخته می‌شود تضاد جدی دارد. لذا در شورای سردبیری مجله کهن به عنوان موضوع روز و داغ مطرح کردیم و تصمیم گرفتیم دو شماره پیش روی نشریه را به بررسی کپی‌کاری در طراحی فرش بپردازیم.

مسئله کپی‌کاری طرح فرش هم به عنوان طراحان به عنوان خالق اثر مربوط می‌شد و هم به تولیدکنندگان به عنوان خریداران طرح‌های آماده شده. به همین منظور در شماره آبان ابتدا تصمیم گرفتیم به سراغ خالقان آثار برویم تا در رابطه با نحوه آماده شدن، نوع طرح‌ها و دیگر مسائل و مشکلاتی که این صنف با آن درگیر هستند بپردازیم. تقریباً سوالات کلی مشابهی توسط تیم مجله کهن آماده شد که به صورت مشترک از تمامی طراحان پرسیده شد به همراه یک سری سوال جزئی در رابطه با شیوه‌های کاری هر یک از عزیزان.

در میان طراحان به سراغ طیف‌های مختلفی از این حوزه رفتیم. در کاشان چند شرکت شناخته شده وجود دارد که قالب شرکت‌های تولیدکننده همکاری‌های مشتری‌کی با آنها دارند. شرکت‌هایی همچون دفتر طراحی آقای سبطینی، آقای زارعی و همچنین آقای گندمی که بسیاری از تولیدکنندگان شناخت کافی از آنها دارند. از طرف جامعه دانشگاهی نیز به سراغ خانم مهندس تاجفر مدیر شرکت گلجام رفتیم تا به عنوان کسی که در حوزه دانشگاهی مشغول پژوهش هستند نظرات ایشان را نیز جویا شویم.

همچنین با خبر شدیم در چند سال گذشته از طرف مرکز تحقیقات فرش ماشینی دانشگاه آزاد کاشان نیز نرم‌افزاری جهت ثبت طرح‌های فرش آماده شده است حتی در همین زمینه تشکیل اتحادیه و ایجاد یک روند قانونمند و نظم بخشی به کار کارهایی صورت گرفته. در همین راستا به سراغ مهندس جهانگیر ریاست محترم مرکز تحقیقات فرش ماشینی رفتیم تا ضمن آشنایی با ساز و کار نرم‌افزار ستان از کارهایی که در چند سال گذشته صورت گرفته اطلاعات جامعی خدمت مخاطبان عزیز ارائه کنیم.

در این شماره نشریه کهن تلاش کردیم تا از طرف طراحان به قضیه نگاه کنیم و ایرادات و نواقصی که از نظر خودشان مطرح است را خدمت مخاطبان خود ارائه کنیم. شاید برخی از صحبت‌هایشان سالها گفته شده باشد اما ما از این جهت به آن پرداختیم که اینبار با حمایت بخشهای مختلف این مسئله را حل کنیم. از همین جهت است که در شماره بعدی مجله قصد داریم به سراغ شرکت‌های تولیدی برویم تا دیدگاه‌های آنها را نیز مطلع شویم. طراحان ضمن مصاحبه به ارائه راهکارهایی برای رفع مشکلات نمودند که می‌توانید در این شماره از مجله کهن مطالعه بفرمایید.



شماره تلفن جهت اشتراک مجله
۰۹۹۰۵۴۰۸۲۶۹



Instagram

اینستاگرام مجله کهن
@kohanjournai

مخاطبان مجله نساجی کهن می‌توانند
دیدگاه‌ها و انتقادات خود را از طریق پست
الکترونیک با ما در میان بگذارند.
INFO@KOHANJOURNAL.COM

بهنام قاسمی
مدیر مسئول نشریه کهن



www.kohanjournal.com

برای آگاهی از آخرین اخبار حوزه نساجی و فرش از سایت کهن بازدید نمایید.



آقای میرمولا ثریا
طراح فرش

عدم سیاست‌گذاری مناسب، مشکل بزرگ صنعت

در سال‌های گذشته افراد صاحب سبک، ایده و استعداد ترجیح داده‌اند، برند شخصی خود را در حوزه‌های مختلف راه اندازی کنند. یکی از مهم‌ترین دلایل تمایل افراد به راه اندازی برند شخصی، عدم همکاری شرکت‌ها با افراد صاحب ایده است. این افراد را در کشورهایی مانند ایران در نظر بگیرید که مسئله‌ی احترام به حقوق مولف، قانون کپی رایت، فرهنگ حمایت از هنرمند و اثر هنری چندان جا نیافتاده و به کارهای هنری اهمیت چندان در ابتدا داده نمی‌شود؛ اما پس از آنکه هنرمند به موفقیتی رسید شرکت‌ها و افراد سودجو به سراغ‌شان می‌روند. برخی از این شرکت‌ها که نمی‌توانند رضایت هنرمندان را برای همکاری کسب کنند، به سرقت هنری اقدام می‌کنند. برخی هم قبول نمی‌کنند که اگر اثر هنری در کار نبود چه بسا بسیاری از شرکت‌های صنعتی نیز وجود نداشتند. در سال‌های قبل، شرکت‌ها به سمتی رفته‌اند که به این مسائل کمی اهمیت می‌دهند و این رویه روز به روز نیز بیشتر می‌شود، اما نمی‌توان ادعا کرد که بدون جبهه‌گیری هم نیستند. در ادامه گفت‌وگویی ترتیب دادیم با «آقای میرمولا ثریا» که توانسته‌اند برند شخصی و طرح‌های منحصر به فرد خود را روانه بازار کنند.

○ جناب میرمولا ابتدا قبل از ورود به بحث طراحی، کمی درباره‌ی مفهوم هنر، بطور کلی صحبت کنیم.

در اوایل قرن بیستم، هنر مدرن تمام آن تعاریف هنر گذشته را به هم ریخته و مفهوم جدیدی می‌آفریند که عمر آن تنها به ۶۰ سال می‌رسد؛ یعنی از حدود ۱۹۰۰ شروع و در ۱۹۶۰ تمام می‌شود. پس از آن دوران هنر معاصر شروع می‌شود، که ما همچنان در آن هستیم و بعد از آن سبک جدیدی به وجود نیامده است. هنر، تا قبل از قرن معاصر یعنی سال‌های قبل از ۱۹۰۰، اسلوب، قالب، ساختار و قوانین خاص خودش را داشته است. در آن دوران بیشتر بحث نور و زیبایی بود، اما در این دوران افرادی مثل «پیکاسو»، «شاگال» و «دالی» زندگی ما را تغییر می‌دهند. این افراد در واقع فقط هنر را دستخوش تغییر نمی‌کنند؛ بلکه معماری، سبک پوشش، نوع «اکسسوری» (لوازم جانبی) و حتی طراحی صندلی‌های ما را تغییر دادند. به صورت کلی می‌توان گفت قالب جدیدی برای هنر معاصر تعریف شد و امروز دیگر آن حالت کلاسیک پر تزئینات ما به عناصر و نشانه‌های ساده تبدیل شد و مفاهیم جدیدی در غالب هنر مینیمال در آن به وجود آمد.

○ آیا برای یاد گرفتن طراحی مدرن فرش، نیاز است که پیش از آن طراحی فرش کلاسیک را آموخته باشیم؟

پاسخ این سوال را با نمونه‌ای به شما خواهیم گفت: من در مورد شعر خاطره‌ای از «نیما یوشیج» یاد می‌آید - که در جایی خوانده بودم - نیمادار جواب کسی که می‌خواست شعر بگوید، گفت: «برو گذشته‌ات را بخوان و یاد بگیر، نه اینکه مثل حافظ شعر بگویی بلکه بدانی چگونه شعر بگویی!». شما در نظر بگیرید که ما شاعری همچون «سایه» داریم که هم شعر کلاسیک و هم شعر نو را به خوبی می‌سراید. نمونه‌های این چنینی زیاد است؛ ولی اینکه شما گذشته‌ات را بلد باشید خیلی چراغ راه آینده‌تان خواهد بود.

○ دلایل عدم علاقه تولیدکنندگان در توجه به کارهای نو چیست؟ یا به عبارتی دلایل نبود کارهای نو در بازار چیست؟

اتفاقاً برخی از تولیدکننده‌ها خیلی هم مشتاق هستند که کارهای نو انجام دهند. بعضی‌ها واقعا دلشان می‌تپد برای تولید فرشی با طرح نو که بازار را در گون کند و برای آن هزینه هم پرداخت می‌کنند. ولی وقتی هزینه می‌کنند و پای طراحی نو گرایانه، پالت جدید و حتی مواد اولیه جدید به بازار می‌آید، اگر ببینند که مورد استقبال قرار نمی‌گیرد، به عقب برمی‌گردند؛ در واقع دوباره همان طرح‌های کلاسیک لچک - ترنج یا افشان تولید می‌کنند.

در حال حاضر در میان محصولات تولیدی شرکت‌ها دو یا سه قالب بیشتر نداریم که مرتباً تکرار می‌شود. فروش این محصولات تثبیت شده است؛ یعنی تضمینی وجود دارد که اگر شما یک «افشان» بزنید که یک گل رز، دو «سایه» و مثلاً دو نقش هم در وسط کار داشته باشد، این محصول حتماً فروش خواهد رفت.

در وضعیت فعلی سیستم تولید با هزینه‌های سرسام‌آور و همچنین وضعیت اقتصادی نه چندان مناسب، تولیدکننده و کارآفرین ناچار است که همان فرش با طرح لچک و ترنج را

انتخاب کند. چرا که او برای ارائه کاری نو به بازار بایستی تمامی اجزای آن محصول را از صفر بنا کند و این یعنی، حداقل شش ماه تا یک سال طراح برای خلق اثر وقت بگذارد. علاوه بر این موارد و تهیه‌ی مواد اولیه، لازم است تیم بازاریابی و فروش قوی نیز داشته باشید. تولیدکننده در وضعیت فعلی نمی‌تواند نخ «بامبو» از هند بیاورد و اگر هم بتواند نخ را وارد کند باید زمان زیادی برای پرداخت و نحوه‌ی شستشوی آن صرف کند.

امروزه فناوری ساخت مواد اولیه مانیز خیلی پیشرفته نیست و همچنان در تهیه همین مواد آکریلیک دچار مشکل هستیم. امروز اگر بخواهید یک نخ سرخابی مخصوص -که در پالت‌های موجود در بازار فرش وجود ندارد- تهیه کنید، به سختی می‌توان در کارخانه ریسندگی آماده‌شود و نزدیک به همان رنگ مورد نظر در نتیجه‌ی کار، بوجود آید. مگر اینکه به سراغ کارخانه‌های ریسندگی و رنگرزی ترکیه و شهر «قاضی‌آنتپ» بروی و نخ مورد نظر خود را تولید کنید. تولید نمونه مشابه همان نخ تولیدی قاضی‌آنتپ در کارخانه‌های ایران کاری بسیار سخت است؛ نه علم ما به اندازه آن‌ها با تکنولوژی روز مطابقت دارد و نه ماشین‌آلاتی در حد اندازه آن‌ها داریم.

علاوه بر این‌ها، آن طور که باید و شاید به سلیقه و ذائقه مردم پرداخته نشده و رشد داده نشده است. نکته بعدی افرادی هستند که از کاری حمایت می‌کنند؛ در واقع تفکر و انتخاب آن‌ها در حمایت از ایده‌های طراح نقش مهمی دارد. اصولاً باید مدیران مجموعه‌ها اهل کار نباشند.

مسئله دیگر شاید حضور بخش زیادی از شرکت‌های تولیدی در کاشان باشد، کاشان در گذشته چندان ارتباط مستقیمی با دنیای مدرن و مراکز اصلی شهر هانداشت؛ مردمان و مدیرانش به اصطلاح چندان «دنیادیده» نبودند و از لحاظ بصری رشد کرده بودند. کاشان از لحاظ فرش سنتی یکی از مراکز مهم فرش‌بافی در صد ساله گذشته بوده است. ولی نمی‌توان نادیده گرفت که این شهر از لحاظ پارچه‌بافی، فرش‌بافی سنتی بی‌ظیر است. فرش‌هایی که مادر کاشان می‌بافیم از لحاظ تنوع نقش و بافت در سایر نقاط ایران هم‌تا نداشت؛ یعنی نه کرمان نه اصفهان نه تبریز حتی این شاگرد جدید کاشان؛ یعنی قم، هیچ‌وقت توان رقابت با بافت کاشان را نداشتند.

○ حال که صحبت از قم شد، در رابطه با نقشه‌هایی که برخی شرکت‌های مطرح کاشانی از روی نقشه‌های قم تولید می‌کنند، نظر تان چیست؟

ابتدا لازم است یک پیشینه در رابطه با فرش بافی قم خدمت شما عرض کنم. حدود ۸۰ سال پیش وقتی سفارش برای فرش کاشان زیاد می‌شود، تجار کاشان از شهرها و روستاهای اطراف، بهره بردند. یکی از مراکز که این افراد انتخاب کردند و قالی بافی را در آنجا ترویج دادند، قم بود. قم بعنوان شاگرد جدید کاشان، بسیار با استعداد بود و در بحث تولید فرش مردم با مدیریت داشت. به سرعت این تکنیک و هنر را از شهر همسایه و معلمش؛ کاشان یاد گرفته و به سرعت از کاشان پیشی می‌گیرد. این پیشرفت به جایگاهی رسید که دیگر هیچ اثری از نبوغ و فروغ فرش کاشان در این چند سال اخیر دیده نمی‌شود.

○ امروز چه بلایی سر طراحی فرش ماشینی و هنر کشور آمده است؟

اتفاقی که در حوزه طراحی فرش افتاده کاملاً مشابه با اتفاقاتی است که امروز بر سر موسیقی آمده و ما امروز در حوزه موسیقی گرفتار آدمی مثل «تتلو» هستیم، که این نتیجه سیاست‌های غلط است. یعنی وقتی وضعیت جامعه به هر کسی اجازه‌ی خوانندگی داد و از

سویی صداوسیما نیز هر صدایی را پخش کرد. در عرصه‌ی شعر هم به هر شعر ناموزونی اجازه نشر داده شد، البته واقف هستیم که هر صدایی اجازه پخش شدن و هر شعری اجازه نشر نداشت. در مجموع نتیجه‌ی آن، آفت سلیقه مردم شد؛ یعنی انتخاب‌های مردم محدود به بد و بدتر شد. در نظر بگیرید که اکنون اگر امکانش باشد، مردم بین شجریان و تتلو، تمایل شان به تتلو است، می‌گویند ما شجریان نمی‌خواهیم. چون در ک و فهم و شناختی از موسیقی شجریان ندارند. پس تنها موسیقی که به گوششان آشناست را گوش می‌دهند.

در حوزه فرش هم با توجه به وضعیت فعلی، افراد مستعد با شرکت‌هایی همکاری می‌کنند که توان و سرمایه لازم برای راه‌اندازی برند شخصی را نداشتند، پس ترجیح دادند هنر خود را در خارج از کشور ادامه دهند.

متأسفانه این مسائل حقیقت امروز جامعه ما است که اگر مثلاً یک طراح، نقشه‌ای خلق می‌کند به آن چندان بهایی داده نمی‌شود. من بارها دیده‌ام پسر فلان کارخانه دار کنار ماینیتور اپراتور می‌نشیند و به شخصی که به عنوان طراح (نمی‌گویم طراح) در مجموعه است، دستور می‌دهد. یعنی می‌گوید که رنگ‌ها یا شیوه را تغییر بدهیم، اگر فرشی با این تغییرات، فروشی پیدا کند، متصور می‌شوند که طراح شده است؛ به طور خلاصه یعنی با جابه‌جا کردن رنگ میشود مسئول طراحی سیستم تولیدی پدر!

کار به اینجا ختم نمی‌شود و آن فرد شروع می‌کند به خط دادن طراح‌هایی که بعضاً تخریب طرح‌های خوب را در پی دارد و در نهایت متصور می‌شود که بهترین طراح روی زمین و نابغه طراحی جهان است! در ادامه وقتی طراح بعدی می‌آید تا ایده‌ای مطرح کند، انگیزه‌ای ندارد، چرا که می‌گوید من وقتی کار درستی هم ارائه دهم، در آخر کار به نام آن‌ها تمام می‌شود. در این حال او اگر کار خوبی انجام دهد، در دسر چیدن پالت و تهیه نخ با من است و در نهایت اگر نتیجه‌بخش نباشد، طراحی‌های پسر مالک شرکت را ایده‌آل متصور می‌شوند. بیشتر از همه‌ی این موارد، سرمایه هست که نقش تعیین‌کننده دارد؛ کارخانه‌ها هم به عنوان یک بنگاه اقتصادی دنبال Maxproduction یعنی پول هستند. البته در بین آن‌ها نمونه‌هایی می‌شناسم که خیلی بی‌سروصدا کار با کیفیت می‌سازند.

○ حال از یک زاویه دیگر به قضیه نگاه کنیم؛ آیا طراحان حاضر در کشور تماماً

کار حرفه‌ای ارائه می‌دهند یا آن‌ها هم نواقصی دارند؟

اولاً طراح خوب و درجه یک در کشور خیلی کم داریم که بتوانند شرایط را خودشان تعیین کنند. طراح خوب و درجه یک که ایده پرداز هم باشد ما یکی دو مورد در ایران نداریم و بقیه‌ی طراحان هم کار بقیه را کپی می‌کنند.

من مشکل را صرفاً در کارخانه‌ها و تولیدکنندگان نمی‌بینم. در حال حاضر شرکت‌هایی وجود دارد که با یک طراح یا تیم طراحی به صورت اختصاصی کار می‌کنند و نتیجه هم گرفته‌اند. (نیاز هم نیست اسمی برده شود). به نظر من، مشکل اصلی تعداد افراد صاحب سلیقه و صاحب سبک است. مشکل بزرگ مانده در بخش طراحی و نه در بخش تولید است، اگرچه مثلاً در تولید هم یکی دوست دارد کاری تکراری و مشابه انجام بدهد یا مدیریت چندان موفقی ندارد یا مثلاً آن چیزی که فکر می‌کند خیلی خوب است؛ اما در حد یک شهر کوچک و یا فقط به درد مردم یک منطقه می‌خورد و کالایی متناسب با فرهنگ مردم کشورهای خارجی نیست.

اگر شرکتی بخواهد کالایی در حد و اندازه بازار جهانی تولید کند. باید قوانین و زیر ساخت‌های لازم برای تعریف هنر و طراحی را بداند. سلیقه مردم هر منطقه و شهر را



متأسفانه این مسائل حقیقت امروز جامعه ما است. که اگر مثلاً یک طراح، نقشه‌ای خلق می‌کند به آن چندان بهایی داده نمی‌شود. من بارها دیده‌ام پسر فلان کارخانه داری نشسته کنار ماینیتور اپراتور -نمی‌گویم طراح- به شخصی که به عنوان طراح در مجموعه کار می‌کند دستور می‌دهد. می‌گوید جای این آبی را با سرمه‌ای عوض کن، این قسمت را تغییر بده، حال با این شیوه فرش بافته می‌شود. و گاهی فرش تولید شده فروش می‌کند. آن آقا فکر می‌کند که دیگر طراح شده است.





سال ۲۰۳۰ پیشنهاد می‌دهد که زندگی مادر داخل خانه به فلان شکل خواهد بود. از شما می‌پرسم که در چه زمانی یک فرد به همین تفکری دست پیدا می‌کند و تعریف و مدل سازی می‌کند؟ وقتی همه چیز مرتب و منظم است. نه زمانی که درگیر تولید روزانه‌ی گوشی تلفن باشد. ما الان در بدترین شرایط اقتصادی هستیم و کارخانه‌های ما درگیر تأمین هزینه‌های روزانه و هزینه‌های پرسنلی هستند که واقعا نباید کار آفرین و تولیدکننده تا این حد درگیرش باشد.

چه عواملی باعث شد برند «میرمولا» امروز به این نقطه برسد و پیشرفت خود را مدیون چیست؟

امروز تعهد درونی و اخلاقی عاملی است که خیلی از افراد در جامعه آن را رعایت نمی‌کنند. بسیاری از تولیدکنندگان نظرشان این است شما پول طرح را بگیری و بقیه کار با خودشان باشد؛ در واقع فقط نمی‌خواهد حق‌تورا بدهد، بلکه می‌خواهند پول طرح به توداده شود، در صورتی که اصل، همین طرح است. اگر طرحی نباشد چه محصولی قرار است تولید شود؟ من همیشه سعی کرده‌ام تعهدی درونی به مقوله‌ی تولید داشته باشم. من یا قبول می‌کنم با شما کار کنم یا قبول نمی‌کنم، اگر قبول کردم کار شما را انجام بدهم، کار شما کار من است؛ یعنی من در یک تیم کنار شما ایستاده‌ام و تا لحظه‌ای که محصول روانه بازار شود و تا لحظه‌ای که به فروش نرسد، من آرام و قرار ندارم. مرتب دنبال رفع عیب و به دنبال جایگزینی هستم.

به قولی که به کارخانه‌دار می‌دهم، متعهد هستم و تمام تلاشم این است که در شرایط گذار سخت اقتصادی - که اگر تولیدکننده تمام سرمایه خود را در بانک پس انداز می‌کرد، سود بیشتری نصیبش می‌شد - اگر این کار را انتخاب کرده و ریسک آن را به جان خریده من نیز با تمام

ماشینی همان اتفاقی بود که تولیدکننده فرش ماشینی می‌خواست. با بالا رفتن تعداد ماشین‌ها فرصت رقابت ایجاد شد و طراح و تولیدکننده، برای نشان دادن ظرفیتی که سال‌ها در پی آن بودند، امکان داشتند. بزرگترین مشکل فرش ماشینی ۱۲۰۰ شانه این است که تعداد رنگ مورد استفاده مقداری محدود - هشت رنگ - بود.

زمانی که ماشین ۱۵۰۰ شانه تولید شد، توانست فرش‌ی معادل فرش دستباف ۱۰۰ رج تولید کند؛ اینجا آرمان تولیدکننده فرش ماشینی بود. البته اگر تولیدکننده بخواهد فرش ۱۵۰۰ شانه واقعی تولید کند فقط برای طراحی آن یک سال زمان لازم دارد.

وضعیت بازار را برای تولیدکننده چگونه تحلیل می‌کنید؟

زمانی وضعیت جامعه و اقتصاد آن قدر شکوفا بود که به تولیدکننده برای انجام کارهای پرریسک امکان می‌داد؛ ولی امروز با شرایطی که هر روز قیمت نخ نوسان دارد و یا هر روز ماشین به جای سه شیفت، یک شیفت و آن هم به زحمت، کار می‌کند. هر ماه بنکدار به تولیدکننده در مورد سفارش تولید، دستور می‌دهد و قیمت دلخواه بنکدار بر روی محصول گذاشته می‌شود. تولیدکننده مجبور است آنچه که سالیان متمادی بافته را روانه بازار کند و دست به کارهای ریسکی نزند.

هنر، اقتصاد و صنعت در یک کشور زمانی به کارهای ریسکی روی می‌آورد که شرایط با ثباتی داشته باشد. ورد که یا شرایط در آن کشور به ثبات رسیده باشد و یا برای مثال کشور ژاپن بعد از جنگ شروع به ساخت و ساز کرد، اقتصاد رو به رشدی را ایجاد کردند و در حال حاضر از این لحاظ به ثبات رسیده‌اند. امروز محققان و دانشمندان آنجا برای

بشناسد، طرح مناسب برای هر گوشه از کشور را بدانند که چه شرایطی دارد، چرا که شانس و شوخی هم نیست بلکه اصول خاص و مشخصی دارد. به عنوان نمونه در رنگ آمیزی، طراحی نشانه‌ها، کادر بندی، سایز و انتخاب مواد اولیه دقت لازم را داشته باشد. توجه به تمام این موارد موجب می‌شود که یک کالای خوب تحویل بازار می‌دهید. برای مثال ترک‌ها به جای توجه صرف به شانه و تراکم بالا خلایق‌های بهتری خرج کرده‌اند و شاید دلیل آن ارتباط قوی و موثر آن‌ها با دنیای خارج از ترکیه است. آن‌ها شناخت بهتری نسبت به ماز دیگر کشورها دارند. ما اسیر همین همین لچک ترنج، شانه و فلان هستیم که بیشتر نفع آن هم برای بلژیکی‌ها است که ماشین می‌سازند و آنها را شرکت‌های مای‌خرند.

دلیل علاقه شرکت‌های ایرانی به فرش شانه و تراکم بالا چیست؟

تولیدکننده فرش ماشینی در تمامی این سال‌ها می‌خواست تا فرش‌ی تولید کند نزدیک و مشابه فرش دستباف و ماشین ۷۰۰ شانه این خواست تولیدکننده را برآورد نمی‌کرد. فرش دستباف در معمولی‌ترین حالت ۴۰ تا ۵۰ رج دارد که مربوط به نوع فرش شهری است که در اصفهان، کاشان، نائین، کرمان، مشهد و تبریز بافته می‌شود.

علاوه بر آن، نوعی فرش‌های عشایری بافت داریم که در شهرستان و روستاها بافته می‌شود. که به آن فرش دستباف عشایری، دهاتی یا شکسته می‌گویند مثل فرش بختیاری، قشقایی، فرش میمه و فرش جوشقون. این قبیل فرش‌ها بیشتر ۳۰ تا ۳۵ رج هستند، که معادل فرش ۵۰۰ شانه ماشینی است. در واقع تولید فرش ۱۲۰۰ شانه



در وضعیت فعلی سیستم تولید با هزینه‌های سرسام‌آور و همچنین شرایط اقتصادی نه‌چندان مناسب، تولید کننده و کارآفرین ناچار است که همان فرش با طرح لچک و ترنج را انتخاب بکند. برای ارائه کاری نوبه‌بازار بایستی تمامی اجزای آن محصول را از صفر بنا کند. حداقل شش ماه یک سال طراح برای خلق اثر وقت بگذارد، مواد اولیه آن متفاوت با چیزی که در بازار وجود دارد باشد و تیم بازار یابی و فروش قوی نیز داشته باشید.



و دیگر دستشان برای نوآوری باز است. در این میان تعداد محدودی نیز هستند که با وجود تعداد ماشین بالا همچنان چند کار کپی در لابلای کارهای خود دارند. نکته جالب حضور معدود شرکت‌هایی است که با وجود یک ماشین، تعهد اخلاقی خود را هرگز زیر پا نگذاشته‌اند و هرگز وارد تولید کار کپی نشده‌اند. شیوه‌ی کلی کار شرکت‌ها به شخص مدیر، نحوه مدیریت، نگاه، تفکری مدیرعامل و گرداننده مجموعه بستگی دارد. مثلاً در کارخانه «آقای مشیری»، محال است فرش کپی ببینید. دلیل اینکه اسم بردم شناخت دقیق خودم از مجموعه تحت مدیریت ایشان است. کارخانه‌های دیگری نیز هستند اما من به شخصه مواجه نشده‌ام.

○ مسئله‌ای که به طور کلی در فضای آسیب‌شناسی فرش ماشینی، کمتر به آن پرداخته شده و یادیده نشده، چیست؟

یک مشکل بزرگ دیگر که همیشه نه‌ما می‌بینیم و نه شمای روزنامه‌نگار و اصحاب رسانه از آن باخبر هستید موارد ایستایی و سکون فرش ماشینی ما است و غالباً هیچ‌اسمی از آنها وجود ندارد، اما آنچه بیشترین انتفاع مالی را می‌برد و مهم‌ترین خط‌دهی فرش را انجام می‌دهد، واسطه‌ها هستند. واسطه‌ها اغلب از جنس همان بنکدارها هستند و کامل نقش منفی در مسیر تولید دارند. علاوه بر این موارد، در بسیاری از کارخانه‌ها این افراد هستند که تعیین می‌کنند چه فرشی با چه طرحی تولید شود.

توان خود در کنار او باشم.

دوم هم اینکه همیشه پیوسته و آهسته یک مسیر را دنبال کردم؛ از همان دوران کودکی، طراحی می‌کردم هنر طراحی همیشه برای من خیلی شفاف و روشن بوده و می‌دانستم در آینده باید به سراغ آن بروم، شاید نقطه قوت من یادگیری طراحی کلاسیک بود. معمولاً طراحی کلاسیک را که یاد می‌گیرید آنقدر وسیع و سخت است که می‌توانید طرح نو خلق کنید. اکثر افراد زمانی که کار کلاسیک یاد می‌گیرند، به سراغ هنر مدرن نمی‌روند و همین را کافی می‌دانند؛ اما من هنر مدرن و معاصر را یاد گرفتم و آن را با هنر مدرن مشابه و همانند سازی کرده و سبک‌های جدیدی را از دل سنت‌ها درآوردم. شبی نیست من کار جدید از هنرمندان در حیطه‌های مختلف طراحی نبینم. تمامی کارها را رصد می‌کنم، رنگ‌ها را دنبال می‌کنم سعی می‌کنم حساسیت بصری‌ام را همیشه تیز و آماده نگه‌دارم.

○ شرکت‌هایی که کار کپی تولید می‌کنند تا چه میزان می‌توانند در بازار بمانند؟ در واقع از تجربه‌های چندین ساله همکاری خود با شرکت‌ها با حفظ نام اشخاص و کارخانه‌ها برای ما بگویید.

به هر حال تعدادی از همان شرکت‌هایی که قبلاً به صورت کپی طرح تولید می‌کردند امروز تبدیل به برند شده‌اند و در بازار به صورت موفق هم حضور دارند. جای امیدواری است زمانی که برند می‌شوند کمی وضعیت‌شان فرق کند ولی تا قبل از اینکه برند شوند از این کپی‌کاری‌ها زیاد دارند. تفاوت اینجاست که با برند شدن، وسعت کار تولید بالا می‌رود





سید محمد سبطینی
مدیریت شرکت طراحی پیا طرح زمین کاشان

همدلی طراح و تولید کننده لازمه سامان بخشه به وضعیت صنعت

پس از برگزاری یازدهمین دوره نمایشگاه فرش ماشینی و مشاهده کارهای مشابه حاضر یا به اصطلاح؛ کپی کاری در طراحی فرشهای ماشینی موجود در غرفه‌ها به این فکر افتادیم تا شماره آبان مجله را به موضوع طراحی اختصاص دهیم و به صورت ویژه پرونده‌ای برای این موضوع تهیه کنیم.

بدین منظور ابتدا در این شماره به سراغ تعدادی از طراحان شناخته شده حال حاضر کشور در حوزه فرش ماشینی رفتیم تا در این زمینه گفت‌وگویی داشته باشیم. آقای محمد سبطینی که سالیان زیادی است در حوزه طراحی فعالیت دارند یکی از افرادی بود که پس از بررسی فراوان در شورای سردبیری مجله کهن برای مصاحبه انتخاب شدند. گفت‌وگوی طولانی و چند ساعته‌ای را با آقای سبطینی؛ مدیریت «مجموعه طراحی بینا» ترتیب دادیم و در مورد مسائل مختلفی پیرامون طراحی صحبت کردیم. ایشان قبل از هر چیز از کلیه خوانندگان مجله کهن درخواست کردند تا با مطالعه این مصاحبه نظرات و نقدهای خود را در قالب یادداشت به دست مجله یا خودشان برسانند. چرا که معتقدند زمانی می‌توانیم در مسیر درست قرار بگیریم که از نظرات همدیگر باخبر شویم. متن کامل این گفت‌وگو که در ادامه می‌آید نظرات شخصی و تجربه چندین ساله آقای سبطینی است.

○ در یازدهمین دوره نمایشگاه فرش ماشینی که شهر یورماه امسال؛ یعنی دو ماه قبل برگزار شد، مسئله کپی کاری طرح‌های فرش ماشینی از طرف اکثر بازدیدکنندگان و نیز کارشناسان این حوزه نقدهای بسیاری را به دنبال داشت. شما به عنوان طراح فرش ماشینی چه پاسخی برای این انتقادات دارید؟ به نظر من نگاه بازدیدکنندگان از نمایشگاه؛ اعم از بنکداران و مردم عادی (مصرف کنندگان نهایی یا خانه‌دارها) از کپی بودن طرح‌ها با نگاه طراحان یا تولیدکنندگان بسیار فرق دارد. بنکدار یا خانه‌دار به محض مشاهده یک طرح فرش در آلبوم یک شرکت و مشاهده همان طرح در آلبوم شرکتی دیگر، قضاوتی جز کپی طرح‌ها ندارد یا اینکه همه طرح‌های شرکت‌ها را مشابه می‌داند. نه اینکه این قضاوت اشتباه باشد بلکه به موضوع چگونگی عرضه و تقاضای طرح واقف نیستند.

به طور کلی در مقوله‌ی طراحی فرش دو گونه طرح داریم:

الف - طرح‌های اورجینال (اختصاصی یا انحصاری) و طرح‌های غیر اورجینال (غیر اختصاصی)

ب - طرح‌های کپی یا کلاژ

راجع به مورد الف، این تولیدکننده است که تعیین می‌کند طرح را به صورت اختصاصی خرید کند یا غیر اختصاصی.

در صورتی که اگر اختصاصی خرید کند، طرح مختص همان شرکت خواهد بود و طراح اجازه فروش آن را به دیگری نخواهد داشت و در صورتی که غیر اختصاصی خرید کند طراح صاحب اثر اجازه دارد این طرح را به صدها شرکت دیگر هم بفروشد.

تعیین کننده این دوروش عرضه و تقاضا، مبلغ طرح است. زمانی که تولیدکننده حاضر به پرداخت حق تعیین شده طرح از سوی طراح نباشد، قاعدتاً تقاضای غیر اختصاصی انجام شده و این باعث می‌شود که شاید گاهی تا ۱۰۰ شرکت هم یک طرح مشابه را تولید کنند. اینجاست که بنکداران و مصرف کنندگان نهایی به اشتباه قضاوت کپی بودن را دارند. در حالی که تولیدکنندگان از این موضوع مطلع‌اند و به خاطر پرداخت مبلغ پایین‌تر بابت یک طرح، درخواست غیر اختصاصی و طرحی مشابه همکار خود را دارند.

راجع به مورد ب، دو طرف مقصر هستند. مقصر اول، به اصطلاح طراح کپی کار و دوم - متأسفانه - حامی او؛ یعنی تولیدکننده خریدار. پس نهایتاً در اینجا قضاوت بنکدار و مصرف کننده نهایی از مشابهت طرح‌ها و کپی بودن آن صحیح خواهد بود.

و علاوه بر آنچه گفته شد، در برخی موارد حتی شرکت‌های صاحب نام هم اقدام به خرید طرح کپی از دست کپی کاران و سارقان هنری می‌کنند و این بسیار دردناک است. توجیه‌شان این است که مشتری درخواست دارد و اگر این کار را نکنیم مشتری را از دست می‌دهیم یا اینکه در این وضعیت نابسامان تولید و اقتصاد مملکت حفظ مشتری برای مان حیاتی است.



پول، پارتی و... خود را به رخ طراح صاحب اثر کشیده، اصرار به فعل حرام و کسب درآمد از راه نامشروع سرقت هنری داشته‌اند، ولی این موارد انگشت شمار بوده‌اند. در مجموع کپی شدن طرح‌ها ریشه در کج اخلاقی‌های کپی کاران و حامیان آن‌ها دارد که اکثر اشکات‌های کوچک یا بی‌نام‌ونشان هستند که اتفاقاً کم‌هم نیستند که امیدوارم همه این افراد در درجه اول زمانی متوجه وارد کردن این خسارت مادی و معنوی به طراحان صاحب اثر و در درجه دوم به اثرات لقمه حرام بر روی کانون خانواده خود بشوند.

امیر مؤمنان علی (ع) در نهج البلاغه می‌فرماید:

حاسبوا انفسکم قبل ان تحاسبوا و زوها قبل ان توزنوا

پیش از آنکه از شما حساب بکشند - که در قیامت خواهند کشید - خودتان همین‌جا از خودتان حساب بکشید و خودتان را این‌جا وزن کنید و بکشید پیش از اینکه آنجا شمارا بکشند. آنجا شمارا به ترازو خواهند گذاشت و خواهند کشید.

○ دلیل وجود کپی‌کاری آن‌هم در این وسعت از کار در صنعت فرش ماشینی چیست؟

اگر خوب بنگریم و خودسانسوری نکنیم متأسفانه باید بگوییم، مردم ما کلاً در کپی‌کاری و به‌طور کلی ضایع کردن حقوق دیگران از هم سبقت می‌گیرند. بحث تنها کپی‌کاری در این صنعت نیست، در تمامی اصناف این رویه زشت و ناصواب ظاهراً نهادینه شده است. البته این را هم اضافه کنم که به رقم پیگیری من و برخی دیگر از دوستانم و پیگیری و ثبت طرح‌ها و البته با احترام تولیدکنندگان شریف به حقوق مادی و معنوی طراحان به جرأت می‌توانم بگویم این وضع بیش از ۷۰ درصد نسبت به دهه‌های ۶۰ و ۷۰ و ۸۰ فرق کرده و کم شده است که بنده به نوبه‌ی خود از آن دسته از طراحان و تولیدکنندگانی که به این موضوع احترام می‌گذارند تشکر کرده و سر تعظیم فرود می‌آورم.

○ چرا طراحان به صورت اختصاصی با یک مجموعه کار نمی‌کنند؟

این را هم قبلاً اشاره کردم، اما دلایل متعددی دارد؛ یکی از آن‌ها تفاوت در قیمت طرح اورجینال اختصاصی و غیر اختصاصی است که باعث می‌شود تولیدکننده رغبت چندانی به خرید طرح اورجینال اختصاصی نداشته باشد و دلیل عمده آن این است که در برخی

این ادعا زمانی جالب توجه است که در سال‌هایی که بدین شکل مشکلات اقتصادی هم وجود نداشت داستان به همین منوال و حتی بدتر بوده و همیشه عده‌ای بوده‌اند و هستند و خواهند بود که از کپی کاران حمایت می‌کنند. تازمانی که ضعف قانون وجود داشته باشد، شاهد این بداخلاقی‌ها در این صنف و دیگر اصناف خواهیم بود. به نظر می‌رسد ما ایرانی‌ها یاد گرفته‌ایم که به هر شکل ممکن توجیه کنیم، بی‌توجه باشیم، حقوق یکدیگر را ضایع و ادعای فرهنگ و تمدن کنیم!

○ فرض کنیم یکی از طرح‌های شما کپی شده مسئله پیگیری آن به چه شکلی است؟

سیاست شرکت طراحی ما کلاً بر پایه اورجینال بودن و اصطلاحاً طرح‌های مدادی پایه‌ریزی شده و تاکنون هیچ طرح کپی در این مجموعه طراحی نشده و در این مورد به جرأت می‌توانم بگویم تمامی فعالان در بخش طراحی و تولید فرش ماشینی به این موضوع واقف‌اند. به همین دلیل هم با توجه به زیاد بودن پروژه طراحی و آفرینش یک طرح جدید مدادی بر روی کاغذ، سپس اسکن کردن آن، نقطه، رنگ، سایه کردن و... هزینه زیادی برای ما در بردارد لذا کلیه طرح‌های خود را ثبت صنعتی کرده و به بازار معرفی می‌کنیم. البته سیاستگزارم از آن دسته از شرکت‌هایی که به حقوق مادی و معنوی ما احترام گذاشته و می‌گذارند. لیکن اگر احیاناً موردی پیدا شود که طرح کپی تولید کرده باشد در درجه اول با مراجعه به شرکت تولیدی و با یک گفتگوی دوستانه و حرفه‌ای سعی در جلوگیری و توقف تولید یا دریافت وجه طرح را داریم و در غیر این صورت با توجه به در دست داشتن سند رسمی ثبت صنعتی، اقدامات قضایی را پیگیری می‌کنیم.

○ بیشتر کپی‌کاری‌ها از طرف شرکت‌های مطرح و شناخته شده اتفاق می‌دهد یا شرکت‌های گمنام؟

قبلاً عرض کردم که گاهی متأسفانه در شرکت‌های مطرح و صاحب‌نام یا برند هم این اتفاق افتاده ولیکن در برخی موارد دیده شده که واقعا از موضوع ثبتی بودن طرح اطلاع نداشته‌اند و به محض اطلاع نسبت به توقف تولید یا کنار آمدن با طراح صاحب اثر، موضوع به راحتی حل شده و البته گاهی هم دیده شده که متأسفانه و با وقاحت تمام، داشتن قدرت،

در برخی موارد حتی شرکت‌های صاحب‌نام هم اقدام به خرید طرح کپی از دست کپی کاران و سارقان هنری می‌کنند و این بسیار دردناک است. توجیه‌شان این است که مشتری درخواست دارد و اگر این کار را نکنیم مشتری را از دست می‌دهیم یا اینکه در این وضعیت نابسامان تولید و اقتصاد مملکت حفظ مشتری برایمان حیاتی است.



واقعاً چند طراح قابل و ایده پرداز وجود دارد که بتواند طرحی خلق کند که فروش خوبی داشته باشد؟ لذا این تعداد کم طراحان ایده پرداز نهایتاً چند طرح در سال می توانند طراحی کنند که مورد پذیرش بازار هم واقع شود؟ و مهم تر از همه اینکه به فرض که همه طرح های خلق شده ی آن ها مورد پسند بازار هم واقع شود، باز هم توازن بین تعداد زیاد دستگاه های تولیدی و تعداد کم طراحان وجود ندارد تا بتوان به طرح های اختصاصی اکتفا کرد، از این رو تقاضا برای طرح های غیر اختصاصی رواج می یابد.



آن حتماً و بدون شک می تواند نسبت به برقراری توازن بازار در ثبت صنعتی شده ی اختصاصی و غیر اختصاصی کمک شایسته ای داشته باشد. در این بین ضایع نشده و در نتیجه با پشتوانه ی خوب مالی به طرح های جدید و زیباتر کوشا باشد. برعکس آن هم ممکن خواهد شد.

۵ اساساً جنابعالی به عنوان یک طراح نقشه فرش برای برون رفت از شرایط موجود یا حداقل بهبود آن چه راه های متعددی برای برون رفت از تمامی مشکلات تولید کنندگان شریف وجود دارد.

از تغییر در اندیشه و کمی فکر کردن به حقوق مادی، معنای حق که بگذریم باید عرض کنم، من همیشه برای از بین بردن مشکل سرقت هنری، مشکل قیمت و به طور کلی کنش ها تولید کننده تنها راه را در این میدانم که این دو یعنی طراح باید در کنار هم بنشینند و اتاق فکری مشترک بین آن ها به و منافع و حقوق مادی و معنوی یکدیگر را ببینند و درک کنند. را بارها و بارها به تولید کنندگان پیشنهاد داده ام اما تاکنون به یک شرکت هم گوش نداده و بکار نبسته مگر در وضعیتی که ذکر کرده باشد؛ آن هم قراردادی است که بارها در کانال های تلگراف تولید کنندگان حضور داشته اند انتشار داده ام و عرض کرده ام، هنگام فروش به عنوان یک قرارداد کامل و مرجع استفاده کنید. طراح امضا بگیرند.

لطفاً به این بند از قرارداد توجه کنید:

در صورتی که مشخص گردد که طرح واگذار شده از سوی خریدار (تولید کننده)، اصل نبوده و کپی از طرح اصل است، ادعا گردد. لذا فروشنده حکم فروش مال غیر به دیگران را پیدا کند. قضایی دستگاه قضا با وی برخورد شده و حق هر گونه اعتراض این بند یعنی اینکه به فرض اگر بنده طرحی را به تولید کننده مشخص شد این طرح کپی بوده، نتیجتاً بنده به عنوان فروشنده ام.

لطفاً خوب توجه کنید. در صورتی که با وجود چنین بندی قرارداد نشوم، پرواضح است که من سارق هنری، کپی کار یا، بگذارید بگویم، به نام فروشنده و تولید کننده متوجه خواهد شد که اقدام دچار خسارت مالی و بدنامی وی در بین همکاران و در پیشگاه به عنوان کپی کار خسارت به خرج داده و با وجود این بند از قرارداد بالطبع در آینده و به دنبال پیگیری های قضایی صاحب واقعی، امضاشده، همه خسارت می تواند متوجه کپی کار گردیده شود. به نظر شما چرا تولید کننده به هنگام خرید طرح حاضر به امضا

طراح فروشنده طرح نیست؟! حال آنکه در آینده و در صورت بروز برای نجات خود از ورطه دادگاه و شکایت و سیستم قضایی و ... تیرنه ی خود وی است.

موارد صحبت تولید کننده این است که فرضاً حاضر به پرداخت وجه بابت طرح اورجینال اختصاصی باشم و طرح را هم ثبت صنعتی کنم، اگر کپی شود چه؟ پیگیری قضایی آن قدر طولانی است که تولید کننده ی دیگری که طرح را کپی کرده حدود دو سال از آن طرح کپی می تواند تولید کند و سود می برد و من در حال پیگیری، هزینه بابت دادگاه، وکیل حقوقی و... هستم و در نهایت شاید بتوانم مبلغی را به عنوان خسارت دریافت کنم. به همین دلیل رغبت در خرید طرح اختصاصی کم می شود و نهایتاً طراح اورجینال کار، حمایتی نمی شود تا به صورت اختصاصی یا با یک مجموعه کار کند.

مسئله ی دیگر اینکه واقعاً چند طراح قابل و ایده پرداز وجود دارد که بتواند طرحی خلق کند که فروش خوبی داشته باشد؟ لذا این تعداد کم طراحان ایده پرداز نهایتاً چند طرح در سال می توانند طراحی کنند که مورد پذیرش بازار هم واقع شود؟ و مهم تر از همه اینکه به فرض که همه طرح های خلق شده آن ها مورد پسند بازار هم واقع شود، باز هم توازن بین تعداد زیاد دستگاه های تولیدی و تعداد کم طراحان وجود ندارد تا بتوان به طرح های اختصاصی اکتفا کرد، از این رو تقاضا برای طرح های غیر اختصاصی رواج می یابد.

۵ نقش واسطه ها در این بین چیست؟

به طور کلی به نقش بازار با بان و یا واسطه ها بین طراحان و تولید کنندگان مخالفم و دلیل آن این است که در درجه اول معمولاً این افراد اصلاً طراح نیستند و هیچ علمی از پروسه طرح، طراحی و شناخت اجزا یک طرح و سبک های گوناگون طرح و طراحی ندارند و برای فروش آن اقدام می کنند در حالی که به آن به عنوان یک کالای ساده می نگرند و فقط به درصد سود خود در هر فروش فکر می کنند. نتیجه این می شود که به هر تولید کننده ای و با هر قیمتی حاضر به فروش طرح می شوند تا به سود خود برسند. در این بین صاحب طرح هم با توجه به فروش زیاد (به هر مبلغی) و سود کم (در هر فروش)، نهایتاً به جمع قابل توجهی از همین سودهای اندک دست می یابد؛ اما آنچه مهم تر است، این است که در این بین با ارزان فروشی توازن بازار را به نفع خود به هم می زنند. حال فکر کنید من و دیگر دوست آن هم به این روش به فروش طرح روی آوریم، فکر می کنید چه خواهد شد؟ دیگری از من ارزان تر خواهد داد و من از دیگری اجالب است نه؟ نتیجه نهایی آن هم از بین رفتن رقابت سالم، از بین رفتن خلاقیت ها و آفرینش های نو، وجود طرح های ضعیف و با قالب های تکراری می شود.

و از همه بدتر وجود طرح های ضعیف باعث عدم فروش فرش های تولید شده و حتی تحت الشعاع قرار دادن سلیقه بازار و مشتری می شود. علاوه بر آن به شکلی نادرست، ناشیانه و در نتیجه از بین رفتن تدریجی هنر اصیل و غنی طراحی فرش را در پی دارد. در نهایت وجود این طرح های ضعیف موجب می شود که ما از قافله ی رقابت با دیگر رقبایمان در اقصا نقاط جهان که به تولید فرش های ماشینی مشغول اند، عقب بمانیم. همه این ها چیزی نیستند که نسبت به آن ها بی تفاوت باشیم و یا به تعبیری خیلی سخت گیرانه باشد.

به شما قول می دهم که در طول یک سال آینده همه طراحان به چنین شیوه ای روی آورند،

۵ عدم وجود قانون کپی رایت چه میزان در این مسئله تأثیر گذار است؟

به طور کلی وجود قانون کپی رایت و البته اجرای درست، صحیح، به موقع، تمام و کامل

○ نقش نهادهای صنفی مانند انجمن صنایع نساجی، اتاق بازرگانی، اتحادیه فرش ماشینی، شرکت تعاونی فرش ماشینی و... را در حل این مشکل چگونه و چه میزان می‌دانید؟!

نهادهای ذی‌ربط در صنعت نساجی در صورتی که بخواهند می‌توانند در حل این مشکلات به جرات بگویم تا ۹۹ درصد مشکل گشا باشند اما تاکنون این اتفاق نیفتاده.

در شروع و برای اولین بار و با پیگیری‌های شخصی بنده در سال ۱۳۸۷ خوسه صنعتی فرش ماشینی کاشان، آران و بیدگل و بعد از آن با پیگیری‌های جمعی از طراحان در سال ۱۳۹۳، مرکز تحقیقات فرش ماشینی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کاشان و بعد از آن هم اتحادیه فرش ماشینی و اتاق بازرگانی سعی در همکاری داشتند و واقعا جای تشکر و قدردانی دارد ولیکن در اینجا باید عرض کنم علی‌رغم تلاش‌های من و چند تن دیگر از دوستان طراحان به عنوان نمایندگان منتخب آن‌ها و حضور تعدادی دیگر از طراحان در جلسات هم‌اندیشی و با عرض تأسف مجدداً، عدم حضور و همراهی مابقی طراحان شاید در بزنگاهی که برای آن بسیار و سخت کوشیده بودیم، نهایتاً حرکتمان به سکونی رسید که اگر این سکون، عدم توجه و پیگیری کارهای انجام‌شده قبلی ادامه یابد در سالهای آینده کاملاً به عقب باز خواهیم گشت و به شما قول می‌دهم که اگر حمایت طراحان، حمایت نهادهای ذی‌ربط و در نهایت حمایت تولیدکنندگان را در پی نداشته باشد، امروز طرحی را که روی بافت ۱۵۰۰ یا ۱۲۰۰ مشاهده می‌کنید در عرض کمتر از دو یا سه هفته بر روی بافت ۴۴۰ و ۵۰۰ و ۷۰۰ شانه خواهید دید. پس در آن موقع دیگر حرف از اورجینال، اختصاصی، طرح قوی، شکیل، طراح ایده پرداز و غیره و ذالک حرف مفت خواهد بود و بس. دست در سفره همدیگر بردن رویه‌ای خواهد شد و کپی کردن هنر خواهد شد و کپی کار هنرمند نام خواهد گرفت.

○ نقش رسانه‌هایی مانند مجله کهن در بهبود وضعیت موجود چیست؟ به عبارت دیگر آیا ما به عنوان اعضای مجله کهن می‌توانیم کمکی به بهبود شرایط موجود داشته باشیم؟!

مجله وزین کهن همیشه در انتشار اخبار و اطلاعات مربوط به هنر طراحی و صنعت نساجی چه در مجله و چه در فضای مجازی پیشگام و پیش‌قدم بوده و من به نوبه خود از این همه توجه و عنایت کلیه‌ی متصدیان این مجله کمال تشکر و قدردانی را دارم؛ اما به عنوان یک پیشنهاد باید عرض کنم اگر بتواند به طریقی ذهن خوانندگان را به مطالب عنوان‌شده درگیر کنند یا به روشی اطلاع‌رسانی کنند که شاغلین در صنف نساجی و مسئولان ذی‌ربط حتماً شماره جدید را مطالعه دقیق نمایند، باز هم کمک بزرگی خواهند کرد. چون اصولاً ما ایرانی‌ها اهل مطالعه و تحقیق نیستیم! مگر آنکه تأکیدی در کار باشد و متوجه شویم که شاید اطلاع یافتن از فلان موضوع می‌تواند به مادر کار و حرفه یا زندگی روزمره مان کمک کند و راه گشا باشد. در پایان از شما و همکارانتان و همه مخاطبانی که صبورانه وقت می‌گذارند و این مطالب و دیگر مطالب مجله را به درستی و با نگاه نو مطالعه، تفکر کرده و در استفاده درست از این مطالب راسعی دارند، کمال تشکر و قدردانی را دارم و به نوبه خود تمام‌قد در مقابل این عزیزان سر تعظیم فرود آورده، پیشنهادها و انتقادات سازنده‌ی آن‌ها را به گرمی می‌پذیرم.



ستان سازوکاری مبتنی بر سیستم تعریف شده

مهندس عالی جهانگیر
استاد دانشگاه آزاد اسلامی کاشان



مرکز تحقیقات فرش ماشینی دانشگاه آزاد اسلامی کاشان به عنوان یک نهاد علمی از چند سال قبل پیگیر مسئله ثبت طرح از طرف طراحان بوده تا به صورت قانونی جلوی کپی کاری گرفته شود. در این زمینه نرم افزاری آماده شد تا طی یک پروسه کوتاه مدت، طراحان با ثبت طرح خود در آن قدمی روبه جلو در این زمینه برداشته باشند. یکی از دلایل ایجاد این نرم افزار، طولانی بودن، زمان و هزینه بر بودن ثبت طرح در سیستم قوه قضاییه بود. اساتید و مسئولان دانشگاهی این ایده را مطرح کردند که برای اینکه در مدت زمانی که لازم است تا طرح به طور قانونی ثبت گردد، امکان کپی کردن از کپی کاران ساقط گردد؛ اما در ادامه به دلایلی این کار مدتی نیمه کاره رها شد اما اخیراً مسئولان و مدیران مرکز تحقیقات پیگیری هایی انجام داده اند که در ادامه به طور مفصل به وسیله ی «مهندس جهانگیر» توضیح داده می شود.

○ آقای مهندس جهانگیر لطفاً در رابطه با اقداماتی که در مرکز تحقیقات فرش ماشینی انجام داده اید، برای مخاطبان نشریه بفرمایید.

از چند سال قبل مرکز تحقیقات فرش ماشینی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کاشان جلساتی را با نمایندگان طراحان محترم فرش کاشان برگزار کرد و از نزدیک با مشکلات این بزرگواران آشنا شد. در این خصوص لازم است که از زحمات همکار عزیزمان جناب آقای دکتر دیاری تشکر کنم که زمان زیادی را صرف کردند تا این جلسات به نتیجه برسد. بزرگ ترین مشکل طراحان طولانی بودن و عدم کارشناسی تخصصی و حرفه ای در پروسه ثبت مالکیت معنوی نقشه های فرش بود که علت کم میلی این عزیزان برای ثبت نقشه خود بود. علاوه بر آن، همین موضوع، وضعیتی را برای تعدادی سودجو فراهم می کرد تا نقشه ها را کپی کرده و در بازار به فروش برسانند. با مذاکرات و مشورت هایی که داشتیم، تصمیم بر این شد که با حمایت طراحان و همکاری مرکز تحقیقات فرش، سامانه ی تشخیص اصالت و ثبت نقشه فرش (ستان) راه اندازی گردد که در ابتدا از استقبال خوبی هم بهره مند شد ولی به علت بعضی صحبت ها در رابطه با اینکه اشخاص خاصی در این سامانه ذینفع هستند، حضور طراحان محترم در سامانه ستان کمرنگ شد. در حالی که متولی این سامانه مرکز تحقیقات فرش ماشینی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کاشان بوده که کاملاً مستقل و بی طرف است و به هیچ فرد یا گروه طراحی و یا تولیدی کوچک ترین وابستگی ندارد و هدفش صرفاً کمک به اعتلای صنعت فرش ماشینی است.

○ در مورد سامانه ستان، سازوکار آن برای ما توضیح دهید.

در مورد این سامانه باید عرض کنم که پانزده طراح از بین طراحان صاحب نام بارای گیری انتخاب شده و به عنوان داور به سامانه معرفی می شوند. سامانه، نقشه ی ارسالی را به صورت خود کار و کاملاً تصادفی برای هفت نفر از این داورها فرستاده تا آن را کارشناسی کنند. اگر هفت نفر به اصالت نقشه و عدم کپی کاری در آن رأی دادند، نقشه به مدت ۴۸ ساعت در معرض دید طراحان عضو سامانه ستان قرار می گیرد تا اگر اشتباهی در داوری رخ داده بود و یا طرح متعلق به شخص دیگری بود که داورها متوجه آن نشدند، در این مرحله مشخص شود. اگر نقشه این مرحله را هم بدون اعتراض و ادعای طراحی گذرانند، این نقشه به نام طراح آن ثبت شده و در آلبوم نقشه های سامانه ستان قرار گرفته و دارای شناسنامه می شود. در آلبوم نقشه ها شماره ی ثبت و تاریخ ثبت نقشه، نام طراح، شماره های تماس با طراح و غیره در کنار هر نقشه ثبت شده و خریدار به راحتی می تواند با طراح ارتباط برقرار کند.

○ در این نرم افزار چه حقوقی برای طراحان و همچنین شرکت های خریدار در نظر گرفته شده است؟



اولین و مهم‌ترین دلیل عدم استقبال طراحان از نرم افزارستان، را عدم شناخت صحیح طراحان از کارآمدی این سامانه می‌دانم و دومین دلیل احتمالاً نداشتن جایگاه حقوقی خیلی محکم سامانه است. البته در این خصوص به وسیله مرکز تحقیقات فرش ماشینی اقداماتی در حال انجام است تا به شکلی این سامانه به بدنه قوه قضاییه متصل شده و جایگاه معتبر حقوقی خود را پیدا کند



آن‌ها، سمت و سوی مناسبی داد.

○ آیا قراردادهایی که میان طراحان و شرکت‌ها بسته می‌شود از نظر حقوقی مشکل دارد؟

در مورد وضعیت حقوقی قراردادها چون تخصصی ندارم اظهار نظر هم نمی‌کنم و در این مورد بهتر است که حقوق دانان پاسخ دهند ولی سعی شده با مشورت گرفتن از حقوقدان، نمونه قرارداد مناسبی در سامانه ستان جهت استفاده طراحان بارگذاری شود.

○ نقش واسطه‌ها در این میان به چه صورت است؟

واسطه‌ها به شکلی برای نقشه طراحان فرش، بازاریابی کرده و آن‌ها را به فروش می‌رسانند، صرفاً وجود واسطه مشکلی ایجاد نمی‌کند؛ حتی شاید باعث افزایش رونق کسب و کار آن‌ها هم بشود، ولی باید مسیرهای سوءاستفاده بسته شود.

○ انتقادهای زیادی به مسئله طراحی در حوزه فرش ماشینی وارد هست و بسیاری از کارشناسان هر دو طرف را مقصر این قضیه می‌دانند از دیدگاه شما جلوی این کپی کاری را به چه شکلی می‌توان گرفت؟ راهکار شما برای این مسئله چیست؟

عرض کردم هر دو طرف دیگری را مقصر می‌دانند. قطعاً تا بستر برای کپی کاری نقشه‌ها فراهم باشد این مشکل هم وجود خواهد داشت. به نظر ما بهترین راهکار برای جلوگیری از کپی کاری، تقویت سامانه‌هایی مثل ستان است که هم در کوتاه‌ترین زمان ممکن و با دآوری تخصصی نقشه را به نام طراح خود ثبت کرده و هم اینکه خیلی راحت نقشه‌های موجود را در قالب آلبومی به خریداران معرفی می‌کند. ضمناً در این سامانه امکان نظرسنجی مخاطبان اعم از خریداران فرش، تولیدکنندگان و غیره در مورد نقشه‌های ثبت شده در آلبوم ستان وجود دارد که با این اوصاف می‌توان امتیاز نقشه مورد نظر در بازار را هم به دست آورد و مطابق با سلیقه بازار به طراحی نقشه‌ها و انتخاب

نقشه‌هایی که مراحل ثبت را با موفقیت طی می‌کنند با مشخصات طراح آن روی سامانه ثبت می‌شوند، بنابراین طراح نقشه خود را مستقیماً در معرض دید خریداران نقشه که همان تولیدکنندگان هستند قرار داده است. علاوه بر آن تولیدکنندگان هم دسترسی به یک آلبوم غنی از نقشه فرش دارند، می‌توانند آن را مستقیماً از شخص طراح خریداری کنند. در این سامانه فایل قرارداد فروش هم بارگذاری شده تا در صورت نیاز از آن استفاده کنند و کاملاً قانونی معاملات خود را انجام دهند.

طبق نظرسنجی‌ها، در خصوص کپی کاری طرح‌ها بعضی از طراحان، تولیدکنندگان را - که خریداران اصلی این نقشه‌ها هستند - مقصر می‌دانند. تعدادی از تولیدکنندگان هم صحبت از عدم تعهد بعضی از طراحان کرده که نقشه اختصاصی را به دیگران هم می‌فروشد. مطمئن هستیم با فراگیر شدن استفاده از این سامانه و همکاری جدی‌تر طراحان محترم در این زمینه، آمار چنین مشکلاتی به شدت کاهش پیدا کرده و کمتر شاهد سوءاستفاده کپی کاران از این وضعیت خواهیم بود.

○ دلایل عدم استقبال طراحان عزیز از این برنامه چه بود؟

اولین و مهم‌ترین دلیل را عدم شناخت صحیح طراحان از کارآمدی این سامانه می‌دانم و دومین دلیل احتمالاً نداشتن جایگاه حقوقی خیلی محکم سامانه است. البته در این خصوص به وسیله مرکز تحقیقات فرش ماشینی اقداماتی در حال انجام است تا به شکلی این سامانه به بدنه قوه قضاییه متصل شده و جایگاه معتبر حقوقی خود را پیدا کند و این مورد وقتی محقق خواهد شد که سامانه از حمایت واقعی و جدی طراحان بهره‌مند باشد.

○ به نظر شما ریشه این مشکلات فعلی در حوزه طراحی به کجا برمی‌گردد؟

به نظر من اصلی‌ترین مسئله نداشتن تشکل صنفی و عدم یکپارچگی طراحان است؛ هر کس راه خودش را می‌رود و کاری با دیگران ندارد. پس تا این وضعیت موجود باشد مسیرهای سوءاستفاده هم برقرار خواهد بود. در حالی که همراهی جامع طراحان با این سامانه می‌تواند تا حد زیادی آمار کپی کاری را پایین بیاورد.



عدم تعهد و بی‌اخلاق آفت جان صنعت و طراحی

آقای حمید زرعی
طراح فرش



«آقای زارعی» در مجموعه شرکت طراحی زارعی که به‌تازگی با یک ایده تعریف و برنامه‌ریزی‌شده در حال حاضر مشغول به آموزش جوانان مشتاق به طراحی هستند. ایشان از افرادی بودند که مشتاق به گفت‌وگو با ایشان بودیم و در شورای سردبیری مجله مصاحبه با ایشان نیز مورد بررسی قرار گرفته و تأیید شد. شاید یکی از دلایل علاقه مجموعه «کهن» برای گفت‌وگو با ایشان، سابقه چندین ساله‌ی وی در همکاری با شرکت‌های تولیدی مختلف بود. قبل از مصاحبه با توجه به تحقیقاتی که در مورد افراد مورد انتخاب داریم، مطلع بودیم که آقای زارعی به‌صورت غیراختصاصی با شرکت‌های بسیاری همکاری‌هایی داشته‌اند. ما نیز بر آن شدیم تا دلایل را از زبان ایشان جویا شویم. در ادامه متن کامل گفت‌وگوی مجله کهن با آقای زارعی می‌آید.

○ در نمایشگاه‌های اخیر که گذشت مسئله کپی‌کاری نقشه‌های فرش ماشینی، از طرف اکثر بازدیدکنندگان و نیز کارشناسان این حوزه نقدهای زیادی داشت. شما به‌عنوان طراح فرش ماشینی چه نظری در این مورد دارید؟

متأسفانه کپی‌نقشه‌فروش، مدت‌ها پیش چه در حوزه دستبافت و چه ماشینی سابقه داشته است. در حوزه فرش ماشینی کپی‌نقشه به‌عنوان یکی از مواردی که اکثر به آن می‌پرداختند باعث شد زشتی این کار ناپسند از بین برود. شرکت‌های پیشرو نقشه‌هایی را تولید می‌کردند و شرکت‌های پایین دست و کوچک‌تر از آن‌ها تقلید کرده و طرح‌های آن‌ها را کپی می‌کردند. اکثر شرکت‌ها نقشه‌ای که در بازار موفق بود را تهیه کرده و به روش‌های گوناگون مثل کپی‌نقشه از روی فرش و نیز متأسفانه استفاده از فایل لورفته اقدام به کپی‌کاری می‌کردند. فرهنگ‌سازی و آگاه‌سازی شرکت‌ها و طراحان برای استفاده از ایده‌های نو و اجتناب از کپی‌کاری با برگزاری جلسه‌های زیادی از طریق بسیاری از همکاران و بنده، سال‌ها به طول انجامیده و خوشبختانه تا حدودی نتیجه‌بخش بوده است. ورود طراحان دستبافت و دانش‌آموختگان این رشته به حیطه فرش ماشینی تأثیر زیادی در ایجاد طرح‌های جدید و خلاقانه داشته است. اما متأسفانه کپی‌نقشه همچنان مانند علف‌های هرز در این باغ پرگل خودنمایی می‌کند؛ یکی از مهم‌ترین دلایل کپی‌نقشه و اینکه افراد به این کار مبادرت می‌ورزند عدم وجدان و تعهد اخلاقی به کار و حرفه خویش است. ثبت نقشه‌ها و تلاش برخی از طراحان و تولیدکنندگان برای پیگیری طرح‌های کپی‌شده باعث شده تا کپی به این اوضاع سروسامان داده شود. به‌طور کلی ارائه طرح فرش در حوزه فرش ماشینی به دو صورت انجام می‌شود: اختصاصی و غیراختصاصی. طرح‌های اختصاصی نقشه‌هایی هستند که تولیدکننده به‌صورت انحصاری برای شرکت خریداری کرده و طرح حق واگذاری به غیر را ندارد. طرح‌های غیراختصاصی هم به نقشه‌های گفته می‌شوند که طرح حق واگذاری آن به شرکت‌ها را دارد و طبعاً قیمت نقشه غیراختصاصی پایین‌تر از اختصاصی بوده و برای تولیدکننده صرفه اقتصادی را به همراه خواهد داشت. اینکه کدام نوع فروش بهتر هست جای بحث و گفت‌وگوی زیادی دارد که در این مجال نمی‌گنجد. انشالله به‌زودی به این مسئله خواهیم پرداخت.

نکته حائز اهمیت این است که برخی از طراحان و تولیدکنندگان نوع دوم فروش را هم کپی‌نقشه می‌دانند با این تفاوت که خود طراح اقدام به فروش کپی‌نقشه خود می‌کند؛ در بسیاری از محصولات هنری هر دو نوع فروش را داریم برای مثال در حوزه نرم‌افزار اگر بخواهیم نرم‌افزار حسابداری خریداری کنیم از بسیاری از نرم‌افزارها در این حیطه می‌توانیم استفاده کنیم و در سایت مرتبط آن اقدام به خرید کنیم. اما اگر بخواهیم بر اساس نیازهای شرکت خود و مواردی که اختصاصاً به آن‌ها احتیاج داریم نرم‌افزاری را بخریم از خرید اختصاصی استفاده می‌کنیم، به‌صورت اختصاصی سفارش داده و مبلغ بیشتری می‌پردازیم و با سایت‌های معتبر عکاسی خارجی که عکس‌های طبیعت را با قیمت پایین‌تری می‌فروشند. این مورد در همه حوزه‌های فروش چه هنری و چه غیر هنری وجود دارد؛ بنابراین کپی‌نقشه فقط به معنای سرقت هنری از ایده‌های دیگران است.

○ با فرض اینکه یکی از طرح‌های شما کپی‌شده، نحوه پیگیری آن به چه شکلی خواهد بود؟

قبل از ارائه طرح به بازار، باید اقدام به ثبت صنعتی نقشه در اداره ثبت اسناد کشور نمود. در صورتی که بعد از ارائه نقشه، شخصی آن را کپی نمود از طریق جمع‌آوری مدارک معتبر از جمله خریداری فرش به فاکتور شرکت مرتبط و دلایلی که ثابت کند شخصی آن را کپی نموده این موضوع پیگیری خواهد شد. طبعاً این موارد از طریق وکلای متخصص پیگیری طرح‌های صنعتی و هنری انجام می‌شود.

○ بیشتر کپی کاری‌ها از طرف شرکت‌های مطرح و شناخته شده رخ می‌دهد یا شرکت‌های گمنام؟
طبعاً شرکت‌های کوچک‌تر و به اصطلاح دنباله‌رو بیشتر به کپی نقشه می‌پردازند.

○ دلیل وجود کپی کاری آن‌هم در این وسعت از کار در صنعت فرش ماشینی چیست؟

متأسفانه در کشور ما قوانین کپی‌رایت در اکثر زمینه‌های هنری از جمله نقشه فرش آن چنان که باید و شاید رعایت نشده است. دلیل عمده آن نبود قوانین اجرایی، زودبازده و نتیجه‌بخش در این حوزه است. طراح و یا تولیدکننده نقشه خود را ثبت کرده و در صورت کپی آن اقدام به پیگیری می‌نماید. متأسفانه در کشور ما مدت زمان پیگیری نقشه و رسیدن به نتیجه مطلوب طولانی بوده و عملاً برای تولیدکنندگان و طراحان طاقت فرساست. علت طولانی بودن این پروسه بیشتر به عدم سرعت عمل در اجرای قوانین قضایی در کشور ما برمی‌گردد که متأسفانه در اکثر حوزه‌ها شاهد آن هستیم.

چندین دلیل عمده برای کپی نقشه فرش وجود دارد از جمله: عدم تعهد اخلاقی و وجدان کاری، متکی بودن به نقشه‌ها و ایده‌های دیگران، توجیه اقتصادی تولیدکننده فرش برای فرار از هزینه‌های طراحی، عدم ریسک‌پذیری و اعتماد به نفس کاذب شرکت‌ها برای تولید نقشه جدید.

به اعتقاد بنده نداشتن وجدان کاری و تعهد اخلاقی و عدم تقبل هزینه طراحی از طرف تولیدکننده از مهم‌ترین دلایل کپی نقشه فرش است.

○ چرا طراحان به صورت اختصاصی با یک مجموعه کار نمی‌کند و ترجیح می‌دهند به صورت غیر اختصاصی با چند شرکت همکاری داشته باشند؟

برخی از طراحان با یک شرکت یا مجموعه فعالیت می‌کنند اما بسیاری از طراحان به صورت مستقل و در قالب دفاتر طراحی با شرکت‌های مختلف در ارتباط هستند. یکی از دلایلی که طراحان با یک مجموعه فعالیت نمی‌کنند فرهنگ غلط کار در کشور ماست. در فرهنگ کار ایرانی، کار گروهی آن‌طور که باید جایگاه خود را پیدا نکرده است؛ یعنی ما یاد بگیریم چطور بتوانیم با دیگران یک کار مشترک را به بهترین نحو اجرا کنیم که خود مقوله‌ای جدا است و نیاز به فرهنگ‌سازی، تربیت و پژوهش دارد.

طرح‌ها به دو صورت ارائه می‌شوند اختصاصی و غیر اختصاصی. به اعتقاد بنده هر دو نوع فروش درست است و بستگی به شرکت خریدار دارد که کدام را انتخاب کند. طرحی که به چند مجموعه فروخته می‌شود قیمت بسیار پایین‌تری ارائه شده و برای تولیدکننده صرفه اقتصادی به همراه دارد. از طرفی خرید طرح اختصاصی مخصوصاً در بازاری که تنوع طرح‌ها بالاست، قدرت فروش فرش و توان تولید آن را پایین می‌آورد به همین خاطر اخیراً بسیاری از تولیدکننده‌ها از طرح‌های اختصاصی استقبال بیشتری می‌کنند. معمولاً طراحانی که توانایی تولید طرح‌های بیشتری را دارند به صورت اختصاصی فعالیت می‌کنند و همچنین تولیدکنندگانی که قدرت ارائه طرح‌های نو و ریسک‌پذیری بالا دارند از طرح‌های اختصاصی استقبال می‌کنند. طراحانی که عموماً تازه کار هستند و یا قدرت تولید طرح‌های کمتری را دارند بیشتر به فروش نقشه‌های غیر اختصاصی می‌پردازند.

○ قاعده این روند طراحی را چه کسی برهم می‌زند؟

به نظر بنده فروش اختصاصی نقشه فرش برای گسترش و اعتلای این صنعت بهتر است به دلیل این که ایده‌های نو و خلاقانه بیشتری وارد بازار شده و در نهایت بازار پربارتر و قوی‌تری خواهیم داشت. به اعتقاد من هر دو قشر تولیدکننده و طراح نوع فروش را مشخص می‌کنند مخصوصاً تولیدکننده که خریدار محسوب می‌شود با نوع درخواست خود نحوه فروش را تا حدی مشخص می‌کند در واقع نوع تقاضا، نوع عرضه را تعیین می‌کند. طراحان نیز می‌توانند در نوع فروش نقشه تأثیرگذار باشند؛ به این صورت که با توجه به نیاز تولیدکننده و متقاعدسازی برای تولید طرح‌های نو و خلاقانه دست به عمل شوند. البته این امر اتحاد جمعی و خواست طراحان را می‌طلبد.

○ نقش واسطه‌ها در این بین چیست؟ و سهم هر کدام از طرفین ماجرا در این مسئله به چه شکلی است؟

واسطه‌ها در حقیقت همان کپی کارها یا سارقان ادبی هستند که باعث می‌شوند که حق طراح صاحب ایده و تولیدکنندگانی که حامیان طراح واقعی هستند، پایمال شوند. این اشخاص با استفاده کردن نقشه‌های دیگران و یا به دست آوردن فایل‌های لورفته باعث ایجاد مشکلات برای طراحان، تولیدکنندگان شریف و با اخلاق می‌شوند. به نظر بنده واسطه یا همان کپی کار و تولیدکننده به یک میزان در کپی طرح فرش نقش دارند. طراح نیز با پیگیری نقشه کپی شده می‌تواند از این جریان جلوگیری به عمل آورد.

○ عدم وجود قانون کپی‌رایت چه میزان در این مسئله تأثیرگذار است؟

وجود قانون کپی‌رایت در هر کشور تأثیر بسزایی در سلامت و دزدیده نشدن آثار هنری دارد. اگر هنرمند بتواند ثبت اثر خود را به راحتی انجام دهد و از آن مهم‌تر در صورت سرقت ایده، پیگیری آن را سریعاً انجام دهد بسیاری از مشکلات که گریبان گیر طراحان و تولیدکنندگان است، به وجود نمی‌آید.

○ اساساً جنابعالی به عنوان یک طراح نقشه فرش ماشینی چه راه‌حلی برای برون رفت از شرایط موجود یا حداقل بهبود آن پیشنهاد می‌دهید؟

بنده در خصوص به حداقل رساندن کپی نقشه، رشد و بالندگی طراحی و تولید فرش چند راه حل را پیشنهاد می‌کنم:

۱- اتحاد طراحان؛ که می‌تواند با ایجاد جلسه‌های طراحی تمرین و تبادل نظر و البته خیر خواهانه (و نه سودجویانه از طرف برخی اشخاص) انجام شود. از سویی به دلیل اینکه بسیاری از طراحان به دلیل مشغله‌های زیاد امکان حضور در جلسه را ندارند، می‌توان از فضای مجازی برای ابراز عقیده‌ها و ارائه راهکارها استفاده کرد.

۲- ایجاد صنف طراحان فرش ماشینی؛ که دیری است با تلاش بسیاری از دوستان هنوز به سرانجام نرسیده است.

۳- آموزش و فراگیری حرفه‌ای و کاربردی جامعه طراحان و تولیدکنندگان فرش.

۴- ایجاد بازار جدید و گسترش آن از اهمیت زیادی برخوردار است. هرچقدر نیروی متخصص و متعهد در یک حرفه هنری بیشتر تربیت شود و کارها حرفه‌ای‌تر انجام شود به گسترده شدن بازار و ایجاد بازارهای جدید داخلی و خارجی کمک خواهد کرد. برای موفقیت بیشتر در هر هنر و صنعتی به نظر بنده مهم‌ترین موردی که باید به آن توجه شود

اکثر شرکت‌ها نقشه‌ای که در بازار موفق بود را تهیه کرده و به روش‌های گوناگون مثل کپی نقشه از روی فرش و نیز متأسفانه استفاده از فایل لورفته اقدام به کپی کاری می‌کردند. فرهنگ‌سازی و آگاه‌سازی شرکت‌ها و طراحان برای استفاده از ایده‌های نو و اجتناب از کپی کاری با برگزاری جلسه‌های منظم از طریق انجمن صنایع نساجی و یا اتاق بازرگانی کاشان یک راهکار مفید برای کاشه کپی برداری است.



بحث آموزش صحیح است متأسفانه آموزش در کشور ما در حرفه‌های مختلف هنری مخصوصاً طراحی فرش به صورت حرفه‌ای و کامل انجام نمی‌شود بنده به عنوان مربی حرفه‌ای طراحی فرش با ارائه کلاس‌های حرفه‌ای و تربیت هنرجویان خلاق، هنردوست و بااخلاق سعی در بهبود وضعیت طراحی و تولید داشته و دارم. آموزش صحیح طبق موازین اصولی و دقیق می‌تواند راه‌حلی مؤثر البته بلندمدت برای ایجاد فضای هنری و اقتصادی بهتر و نیز حذف مشکلاتی از قبیل کپی نقشه و غیره باشد.

○ دلیل عدم تمایل طراحان به طراحی فرش‌هایی با شانه و تراکم پایین مثل ۵۰۰ و ۷۰۰ شانه چیست؟

متأسفانه بسیاری از طراحان از طراحی نقشه‌های شانه پایین اجتناب می‌کنند. شاید دلیل عمده آن سود پایین تر و یا غیر حرفه‌ای تلقی کردن طراحی نقشه در این شانه‌هاست. بسیاری از شرکت‌ها در جهان از جمله برخی از شرکت‌هایی که در ترکیه فعال هستند، به دلیل تقاضای زیاد محصولات، فقط شانه‌های پایین تولید می‌کنند. به نظر بنده طراحان فرش باید در هر شانه نقشه‌های جدید ارائه کنند که باعث می‌شود هم خود را محک زده و تنوع‌های ایجاد آثار هنری را تجربه کنند و هم از تولیدکنندگانی که دستگاه‌های ۷۰۰ شانه یا ۵۰۰ شانه دارند و با کمبود طرح مواجه هستند حمایت کنند.

○ نقش نهادهای صنفی مانند انجمن صنایع نساجی، اتاق بازرگانی اتحادیه فرش ماشینی، شرکت تعاونی فرش ماشینی و غیره را در حل این مشکل چگونه و چه میزان می‌دانید؟

همه نهادها تا حدود زیادی می‌توانند تأثیرگذار باشند مخصوصاً اتاق بازرگانی و اتحادیه فرش ماشینی از طریق همکاری این سازمان‌ها می‌توانیم صنف طراحان فرش ماشینی را تشکیل دهیم و قدم بزرگی در جهت نظام‌مند شدن سیستم طراحی و تولید برداریم.

○ نقش رسانه‌هایی مانند «مجله کهن» در بهبود وضعیت موجود چیست؟ به عبارت دیگر آیا ما به عنوان مجله کهن می‌توانیم کمکی به بهبود شرایط موجود داشته باشیم؟

رسانه‌ها نقش بسیار مهمی در اطلاع‌رسانی و ایجاد فضای گفت‌وگوی سالم و بیان عقاید و ایده‌های جدید دارند مخصوصاً مجله‌های تخصصی که با مصاحبه‌ها و تحقیق در مورد مشکلات و بررسی آن‌ها در صنعت و طراحی می‌توانند گره‌گشای بسیاری از مشکلات باشند، مجله کهن از دیرباز همراه تولیدکنندگان و طراحان بوده و با کارکنان توانا و کوشای خود سعی در بیان مشکلات و ارائه راه‌حل‌ها از طریق مصاحبه‌ها و پژوهش‌ها داشته است که به نظر بنده قابل تحسین است.

کپے کاری، راهے پرسود برای تولید کنندہ

حسین گندمے
طراح فرش



ایشان تنها راه رسیدگی به این مسئله را از طریق قوه قضاییه و ثبت طرح به وسیله ی طراح دانسته و یاد آور شدند: «اگر طراحی طرح خود را به ثبت برساند دیگر امکان کپی کاری را به پایین ترین حد خود رسانده است. غالباً این شرکت های گمنام هستند که دست به چنین اقداماتی زده، با خرید طرح های کپی، به تولید محصولاتی نه چندان با کیفیت مبادرت می ورزند و اغلبشان هم متوجه این مسئله نیستند و دلیل این کار هم رسیدن به سود بیشتر با در دسر و هزینه کمتر است، پس نتیجه آن می شود که دیگر طراحان تمایلی به فروش طرح به صورت اختصاصی ندارند. چون اغلب شرکت ها حاضر به پرداخت مبالغ بالا برای یک طرح نیستند و در هر صورت نیز طرح به وسیله ی افراد سودجو کپی می شود؛ بنابراین خودشان ترجیح می دهند طرح ها را پیش از کپی کاری به چند شرکت به صورت غیر اختصاصی بفروشند تا این سود نصیب خودشان شود. غالباً هم شرکت ها برای شیوه خرید غیر اختصاصی مشتاق تر هستند. در واقع تعداد کمی شرکت وجود دارد که حاضر باشد قیمت واقعی یک طرح را برای طرح انحصاری پرداخت کنند! اغلب یا به هنگام تسویه تعلل می کنند یا از همان اول تخفیف زیادی می گیرند. پس می توان گفت، فرهنگ حمایت از حق مؤلف و حفظ شخصیت هنرمند در جامعه آن چنان جا نیفتاده است. حال اگر بخواهیم مقصری برای این رویه پیدا کنیم باید به سراغ کپی کار و آن شرکتی که طرح کپی می خرد، برویم که البته هر دو طرف نیز در همین شهر کاشان مشخص هستند.

ایشان همچنین نقش واسطه ها را بسیار کم رنگ دانستند و دلیل آن را این گونه ذکر کردند: «ببینید چه کسی طرح را در اختیار واسطه قرار می دهد و این امکان را برای آن فراهم می کند تا اقدام به کپی کار کند، مسلم است که طراح اگر این اجازه را از او بگیرد یا شرکت تولید کننده سفت و سخت پای طرح خریداری شد بایستد، به هیچ عنوان واسطه جرأت انجام چنین کاری را نخواهد داشت. زمانی که شرکتی، مشاور حقوقی داشته باشد این قضیه کپی به وسیله ی واسطه، عملاً به صفر میل می کند.

راهکار مفیدی که بتوان برای حل مسئله در نظر گرفت، رایزنی با شرکت ها و آشنا کردن آن ها به نقش مخرب کپی در صنعت است. یک سوی ماجرا، مسئله کپی شدن کار به وسیله ی کپی کار و یا قرار دادن آن در اختیار کپی کار به وسیله ی طراح است و سوی دیگر مسئله تولید کننده ی خریدار طرح کپی است. زمانی که یک شرکت کار کپی خریداری نکند، در نتیجه کپی کار هم مجبور خواهد شد یا از این کار منصرف شود یا اگر استعداد و هنر طراحی دارد، به ایده ی جدید روی بیاورد.

همچنین ایشان در مورد نقش مطبوعات و اهالی رسانه را بدین صورت شرح دادند: «به هر حال مجله هایی مثل «نشریه ی کهن» که پر مخاطب هم هستند، قطعاً می توانند نقش مثبتی را در این زمینه ایفا کنند. هر چند که کار کپی برای بعضی از شرکت ها آن قدر پرسود هست که متأسفانه توجه به هیچ مطلب یا موضوعی جز سود ندارند.

در پایان در پاسخ به سؤالی مبنی بر عدم علاقه طراحان به طراحی فرش با شانه و تراکم پایین آن را منوط به این سه عامل دانستند: عدم توان طراحان در طراحی شانه پایین، زمان بر بودن طرح شانه پایین و تقاضای بالای شرکت ها برای طرح با شانه بالا.

در ادامه گفتگوهای خود با طراحان برجسته ی کشور، در حوزه فرش ماشینی به سراغ یکی از طراحان بنام آن: «آقای گندمے» رفتیم تا از ایشان راجع به زمینه ی کپی کاری های صورت گرفته، بپرسیم. ایشان در ابتدا کپی کاری را کاری زشت و ناپسند خوانده و عنوان کردند: «چه در کارهای هنری و چه در امور مربوط به طراحی فرش، نباید افراد دست به چنین کاری بزنند، اصولاً از شخص هنرمند بعید است این چنین اقداماتی انجام دهند. اشخاصی که دست به کپی کاری می برند قطعاً هنرمند نیستند. این قبیل کارها سبب می شود طراحان انگیزه ی لازم، برای خلق اثری نو را از دست دهند چرا که می بینند کپی کار در طی مدت زمان کم به سودهای آن چنانی می رسد.

نسل جوان، عهدمدار صنعت تولیدی کشور

دربیا سبچه

قائم مقام مدیر عامل شرکت فرش چهل تکه



○ خانم مهندس سبچه ابتدا ضمن معرفی خود به تشریح قصه چهل تکه برای مخاطبان «نشریه کهن» بفرمایید.

من دریا سبچه هستم. مهندسی نساجی و نسل سوم از خانواده سبچه. در زمان قدیم بانوان تکه پارچه‌های اضافه آمده از دوخت و دوز را برای صرفه جویی جمع کرده و از دوخت آن‌ها در کنار هم پارچه زیبایی برای روی کرسی و یا روی لحاف درست می‌کردند که به چهل تکه معروف بود. حال با الهام گرفتن از آن ما این کار را با فرش‌های مستعمل انجام می‌دهیم.

○ نحوه جمع آوری و تولید این فرش‌ها به چه شکلی است؟

ما در تمامی شهرستان‌ها کسانی را داریم که به ما در جمع آوری فرش‌های کهنه کمک می‌کنند. فرش‌های کهنه را از آن‌ها خریداری می‌کنیم و یک سری کارها روی آن‌ها انجام می‌شود که تبدیل به فرش چهل تکه بشود و این تولید اصلاً آسان نیست. مافرش‌های کهنه‌ای که اصطلاحاً به دردمی خوردند را خریداری کرده و آن‌ها را رنگ‌زدایی می‌کنیم؛ یعنی سفید می‌شوند. وقتی فرش‌ها سفید شدند، ما باید این‌ها را رنگ کنیم و قسمت‌های سالمش را طبق آن الگو و سائزبندی که داریم کنار هم می‌دوزیم و با چسب خوردگی، تبدیل به فرش چهل تکه می‌شود.

○ در جوامع مختلف میزان استقبال مردم از این محصولات به چه شکلی است؟

در ایران بیشتر رنگ‌های شاد و شرقی را خریداری می‌کنند که رنگ‌بندی‌های ما هم خیلی متنوع است؛ اما در اروپا مثلاً رنگ‌های سرد را بیشتر می‌پسندند. رنگ‌های طوسی، آبی و سفید را بیشتر می‌پسندند؛ اما در آمریکا هم مثل ایران رنگ‌های روشن و شرقی را بیشتر پسند می‌کنند. مردم آمریکا بیشتر ترجیح می‌دهند که فرش‌هایشان را تعمیر کنند تا اینکه فرش جدیدی را جایگزین فرش‌های قبلی کنند.

○ نظر شما در رابطه با وضعیت طراحی و کپی کاری چیست؟

به نظر من، هم طراح‌ها و هم شرکت‌ها باید طرح‌هایشان را ثبت کنند و اجازه‌ی کپی برداری از آن را ندهند. آن‌ها باید به اندازه‌ی خوب کار کنند که کسی نتواند آن را کپی برداری کند. به نظر من خود طراح؛ یعنی کسی که این طرح را دارد و شرکتی که می‌خواهد این طرح را عملی کند باید با هم این کار را انجام بدهند و واسطه‌ها حذف بشود. در واقع وقتی شرکتی طرح را دریافت می‌کند باید به نحو احسن آن را انجام بدهد که شرکت‌های دیگر با واسطه‌های دیگر نتوانند آن کار را انجام بدهند و کپی برداری کنند.

خب یکی از بزرگ‌ترین مشکل‌ها این است که شرکت‌ها آن طرحی را که دریافت می‌کنند، مبلغی که پرداخت می‌کنند به اندازه‌ی آن طرحی که گرفتند، نیست. شاید دلیلش همین باشد که آن طراح مجبور می‌شود طرحش را به چند نفر بفروشد.

از سویی دیگر، طراح هم وقتی طرحی را که برای خودش طراحی کرده را باید به یک شرکت بفروشد و اینکه مبلغی را باید تعیین کند و بگوید که اگر شما می‌خواهید این طرح فقط برای شما باشد انقدر باید هزینه کنید، در غیر این صورت من این طرح را به کسان دیگری هم خواهم فروخت. این طور، آن شرکت متقاعد می‌شود که هزینه‌اش را پرداخت کند تا این طرح به اسم خودش باشد.

امروزه می‌توان گفت که نسل جوان، تحصیل کرده و متخصص جای پدران باتجربه را در صنعت نساجی گرفته است و اداره امور را بر عهده دارند. شرکت «چهل تکه» یکی از این مجموعه‌هایی است که در آن نسل سومی‌ها مشغول اداره و مدیریت هستند. خانم «مهندس سبچه»، فارغ‌التحصیل رشته مهندسی نساجی اکنون علاوه بر دانش و علم روز، تجربه سالیان متمادی پدر و پدربزرگ خود را نیز در مدیریت به همراه دارد. شرکت چهل تکه با طرح‌های متفاوت و سبک تولید منحصر به فرد خود ما را بر آن داشت تا گفت‌وگویی با مدیریت این مجموعه داشته باشیم که متن کامل آن را می‌توانید مطالعه کنید.



در زمان قدیم بانوان تکه پارچه‌های اضافه‌آمده از دوخت و دوز را برای صرفه‌جویی جمع کرده و از دوخت آن‌ها در کنار هم پارچه زیبایی برای روی کرسی و یاروی لحاف درست می‌کردند که به چهل تکه معروف بود. حال با الهام گرفتن از آن ما این کار را بافرش‌مای مستعمل انجام می‌دهیم.



نمی‌دهند و از آن سو، کسی که در این رشته تحصیل کرده فقط مدرکش را می‌گیرد. حتی شاید با آن کار هم نکند و این خیلی بد است چون ما به طراح در هر زمینه‌ای، نیاز داریم.

○ دلیل عدم حضور طراحان ایرانی در خارج از کشور و عدم همکاری آن‌ها با شرکت‌های داخلی چیست؟

امروزه طراح‌هایی که معروف هستند و کار می‌کنند، سعی می‌کنند طرحشان را در ایران نیاورند. چون معتقدند قدر این طرح را در ایران نمی‌دانند و اینکه خارج از کشور هم مبلغ بهتری را دریافت می‌کنند. علاوه بر این همدعی هستند که در آن کشورها هم طرح و الگویشان دیده می‌شود اما در ایران شاید طرحی را ارائه بدهند اما هیچ وقت آن طرح دیده نشود و حتی ممکن است اسمش عوض شود!

به عنوان مثال ممکن است یک طرح را شخصی مطرح کرده اما به اسم یک شخص دیگر این طرح گرفته بشود برای همین ترجیح طراحان معروف این است که در ایران کار نکنند.

○ به نظر شما یکی از دلایل کپی کاری، نبود خلاقیت در طرح‌های موجود نیست؟

-بله. متأسفانه اکنون طراح‌های ما هم خودشان کپی بردار شده‌اند! این هم یکی از بزرگ‌ترین مشکلات است که ایده پرداز نیستند؛ اما باید بدانند که این ایده است که در بازار امروز، پول ساز و موفقیت آفرین است.

○ با وجود آموزشگاه‌های مختلف چرا امروزه کمتر طراح خبره و حرفه‌ای در بازار حضور دارد؟

به عنوان مثال کسی که می‌خواهد رشته‌ی طراحی بخواند باید بداند که این استعداد را دارد یا خیر. فقط داشتن مدرک، ملاک نیست. باید انگیزه داشت و آن وقت است که آموزش دیدن می‌تواند آن را شکوفا کند. در کنار این موارد و بهره‌مندی از تجربیاتی که به دست می‌آورد، می‌تواند موفق باشد؛ اما متأسفانه ۸۰٪ کسانی که مدرس هستند، این را آموزش



بحران ناشی از سقوط ارزش ریال تهدیدی که به فرصت تبدیل شد

آقای اشکان گرامی
مدیریت شرکت صنعتی سانتی گراد

○ ابتدا معرفی کوتاهی از شرکت سانتی گراد و حوزه کاری مجموعه تان، بفرمایید؟

شرکت سانتی گراد در سال ۱۳۶۰ تأسیس شد و در حوزه‌ی ساخت تجهیزات تهویه مطبوع صنعتی کار خود را شروع کرد. بومی‌سازی طراحی، تولید تهویه و تسویه هوای واحدهای نساجی را در دستور کار قرار دادیم و برای نخستین بار در ایران، ما بودیم که واحدهای نساجی را به تجهیزات تهویه و تصفیه هوا مجهز کردیم. بازار رقابتی خارجی به شدت لطمه خورد. رفته‌رفته حوزه‌های دیگری را هدف گرفتیم و حالا در مترو، تونل، نفت و گاز، و پتروشیمی، نیروگاه‌ها، سیمان، فولاد، فلزات و هر جا که به تولید هوا و گاز، هدایت یا کنترل آن‌ها، تصفیه فیلتراسیون هوا و گاز نیاز باشد، برندی کاملاً شناخته‌شده و مورد وثوق مشتریان گوناگون هستیم.

○ استقبال واحدهای تولیدی کشور به خصوص فرش ماشینی از محصولات شما چگونه است؟ آیا تمایلی برای استانداردسازی مجموعه‌های خود از نظر تهویه وجود دارد؟ یا همچنان دیدگاه سنتی بر شیوه مدیریتی این مجموعه‌ها حاکم است؟

یک واحد نساجی و از جمله فرش ماشینی نمی‌تواند بدون تهویه و تصفیه هوا کار کند. تهویه و تصفیه هوا در نساجی کالای لوکس نیست، بلکه ضرورتی انکارناپذیر است. ما با دیدگاه مهندسی و علمی شروع کردیم و اکنون طراحی و مهندسی ما حالا خیلی بهتر از چهار سال پیش است. اگر مجموعه‌ی فرش ماشینی از ما سیستم کامل بخرد، خوشحال می‌شویم و اگر از رقبای ما بخرند - هر چند افتابه خرج لحیم می‌کنند - ما خوشحال می‌شویم، چون بیش از هفتاد هشتاد درصد رقبای ما در مدرسه سانتی گراد درس خوانده‌اند و هنوز حرفی برای زدن دارند؛ اما اگر لوله آبی را سوراخ کنند روی ماشین وندویل چند میلیون دلاری هزینه کنند تا رطوبت تأمین کنند و یا با کولر اسپلیت کارگاه را خنک کنند، دارند به ریشه خودشان تیشه می‌زنند. متأسفانه ریسندگی‌ها، بافندگی‌ها و دوزندگان در این حوزه درک عمیق‌تری ندارند.

○ تولیدات شما محدود به یک بخشی از واحدهای صنعتی است یا واحدهای دیگر را نیز شامل می‌شود؟

ما مهندس هوا، گاز، گردوغبار و سرو صدا هستیم. هر جا این‌ها هستند، سروکله ما هم پیدا می‌شود. سر ما دردی می‌کند برای تحقیق و توسعه! به عنوان نمونه ما امروز برای بهبود هوای توربین نیروگاه برق راه‌حل قطعی داریم. تا مدتی دیگر برای «کندان سورهای هواخنک» ایشان هم راه‌حل عرضه می‌کنیم. یا مثلاً شما گلخانه دارید؟ بیایید پیش ما!



شرکت صنعتی «سانتی گراد» از شرکت‌های قدیمی و با سابقه صنعت نساجی به شمار می‌رود که نقطه آغاز و شکل‌گیری آن به دهه شصت برمی‌گردد. زمانی که کشور درگیر جنگ بود عده‌ای از صنعت گران نیز در داخل کشور با ایجاد شرکت‌های در پی سرپا نگه داشتن کشور و مردم بودند. در واقع جنگ فقط در جبهه‌ها نبود بلکه افراد متخصص در پی راهی بودند تا بتوانیم کشور را از لحاظ تولید و صنعت همچنان به جلو برانیم. کشوری که تازه در آن انقلاب شده بود حال درگیر جنگی ناعادلانه بود. بومی‌سازی و عدم وابستگی به غرب با عنوان شعار معروف «نه غربی، نه شرقی، جمهوری اسلامی» سرلوحه صنعتگران قرار گرفت تا کشوری مستقل بسازیم. شرکت سانتی گراد نیز با بومی‌سازی طراحی و تولید تهویه و تسویه هوای واحدهای صنعتی به خصوص نساجی قدم در راه باارزش و بزرگی گذاشت. متن کامل گفت‌وگوی تخصصی مجله کهن با آقای اشکان گرامی مدیریت محترم شرکت صنعتی سانتی گراد به طور مفصل در ادامه می‌آید.



محصولات شما چه بخشی از مشکلات واحدهای تولیدی را رفع می کند؟

هوایی که انسان ها تنفس می کنند و هوایی که ماشین ها در آن کار می کنند. چه قدر هوا؟ چه نوع هوا؟ با چه دمایی؟ با چه رطوبتی؟ با چه فشاری؟ به چه میزان تمیزی، چقدر آلاینده؟ از کجا بیاید و به کجا برود. البته در حوزه صنایع گاز، پتروشیمی و نفت، علاوه بر هوا همین عوامل را برای گازها نیز تعریف می کنیم؛ ما راه حل می فروشیم، ما هوای خوب می فروشیم.

استفاده از محصولات شرکت شما یا محصولات مشابه چه تأثیری در رانندمان و بازده مجموعه های تولیدی دارد؟

ماشین های نساجی بدون تهویه از کار می ایستند و انسان ها بیمار می شوند. از تونلی که تهویه ندارد نمی توان استفاده کرد. «ریفرمر» پتروشیمی بدون کنترل گاز کار نمی کند، مبدل هواخنک اسمش همراهش است؛ بدون هوا چیزی را خنک نمی کند. پس محصولات ما همواره بخشی ضروری از ماشین آلات و تجهیزات تولید یا فرایند شمرده می شوند.

امروز میزان تمایل شرکت های تولیدی از خدماتی که شما ارائه می دهید چگونه است؟

گفتم که محصولات ما ضروری است. فرش ماشینی اگر این ضرورت را نمی بیند، به خودش لطمه می زند. ما برند قابل اعتمادی هستیم، چهل سال است در بازار حضور داریم و به مشتریان وفادار خود افتخار می کنیم. ما محصولات خود را توسعه داده و می دهیم، ما خوش اخلاق، آگاه، خدمتگزار و فروتن هستیم. فکر می کنم خیلی از مشتری ها دوست دارند با ما کار کنند. توجه می کنید؟ «دوست دارند و ترجیح می دهند» با ما کار کنند. این دستاورد بزرگی است و حاصل چهل سال زحمت کشیدن است.

همان طور که می دانید وضعیت هوا، درجه حرارت و رطوبت سالن در واحدهای نساجی اهمیت بالایی دارد، چگونه و با توجه به چه معیارهایی بهترین شرایط تولید را برای تولیدکننده فراهم می کنید؟

اصلاح می کنیم: دما، رطوبت و تمیزی هوا اهمیت «حیاتی» دارند. خطا در دما نرخ پارها می کند، کمبود رطوبت در «چله پنبه» جبران ناپذیر است، اگر مانده الیاف و غبار را جمع نکنید، ماشین های شما از کار می افتند. سیستم کنترل ما در حد بهترین در سطح جهان است، ما پارامترها را تنظیم می کنیم، داده ها را می خوانیم و به سخت افزارها فرمان مناسب می دهیم تا متناسب با هوای محیط بیرون بهترین وضعیت را در سالن تولید ایجاد کنند. سخت افزارهای ما شامل فن، کانال، فیلتر، ابرواشو و کویل ها همگی تجهیزات قابل اتکایی هستند و به فرمان ها به خوبی گوش می دهند. ما دما را با دقت نیم درجه سلسیوس و رطوبت را با دقت سه در صد برای شما تنظیم و آلاینده ها را از سالن شما تخلیه می کنیم.

در این بخش چند شرکت در ایران فعال هستند؟ آیا این بخش، پتانسیل

صادرات دارد؟ شرکت های ایرانی، در مقایسه با سایر شرکت های مشابه در جهان در همین بخش، چه وضعیتی دارند؟

ما بنیانگذار تهویه صنعت نساجی در ایران هستیم و این فناوری به وسیله ی ما به بازار معرفی شد. در اواخر دهه هفتاد و کل هشتاد سانتی گراد مشغول پرورش فرزندان خود بود! حاصل این دوره دوشرکت خوش نام و بزرگ در حوزه نفت، گاز، پتروشیمی و نیروگاه است؛ آن دوشرکت خیلی بزرگ تر از سانتی گراد هستند. اعتراف می کنم که طی آن دوره پانزده ساله، رقابتی عزیز ما مجال بیشتری یافتند و طی چند سال اخیر بازار بار دیگر به برند قدیمی و مورد اعتماد خود اقبال بیشتری نشان داد. ما بیست سال پیش به لبنان و سوریه صادرات داشتیم و در آینده نزدیک وارد رقابت با خارجی ها خواهیم شد. کیفیت ما کاملاً قابل قبول است و قیمت ما نابودکننده است. مشکل ما روابط بانکی و مالی است. علاوه بر آن محدودیت های سیاسی، وضعیت ما را در بازار بین المللی کمی متزلزل می کند.

تولیدات شما چند درصد ایرانی و چند درصد وابسته به واردات است؟
کالا هایی مانند چند قلم فیلتر مدیا، گیربکس های ویژه، مواد استنلس، برخی پلیمرها، تجهیزات کنترل و قدرت خارجی هستند که ارزش ریالی درشتی را تشکیل می دهند. سهم مواد و قطعات ایرانی از نظر تعداد بیشتر اما از نظر ریالی کوچک تر است.

با توجه به ارتباط هایی که با شرکت های نساجی دارید وضعیت این صنعت از دیدگاه شما چگونه است؟

بحران ناشی از سقوط ارزش ریال تهدیدی بود که در صنعت نساجی به فرصت تبدیل شد؛ به نظر می رسد مادامی که نرخ برابری در همین سطح حفظ شود، موقعیت صنعت نساجی مانند بقیه بخش هایی که با واردات کالای مشابه خارجی و یا امکان صادرات دارند، رو به رشد خواهد بود. من اقتصاددان نیستم و پس از سی سال حیات در کسب و کار در این محیط آموخته ام که همواره باید جانب احتیاط را نگه داشت. ما فراز و نشیب های فراوان دیده ایم و برخی از آن ها در یک هفته رخ دادند. ما که حیاطمان به صنعت نساجی وابسته است، دعا می کنیم آن ها هر روز بیش از پیش موفق باشند. به نظر می رسد همان عاملی که به ریسندگی ها رونق بخشیده، فرش را بار بار کود مواجه کرده است.



دما، رطوبت و تمیزی هوا اهمیت «حیاتی» دارند. خطا در دما نرخ پارها می کند، کمبود رطوبت در «چله پنبه» جبران ناپذیر است، اگر مانده الیاف و غبار را جمع نکنید، ماشین های شما از کار می افتند. سیستم کنترل ما در حد بهترین در سطح جهان است، ما پارامترها را تنظیم می کنیم، داده ها را می خوانیم و به سخت افزارها فرمان مناسب می دهیم تا متناسب با هوای محیط بیرون بهترین وضعیت را در سالن تولید ایجاد کنند.



تولید گرانول به سبک رنگدانه سیرجان

الهام علی نقی زاده

مدیر تولید واحد تحقیق و توسعه شرکت رنگدانه سیرجان



○ خانم دکتر لطفا معرفی کوتاهی از مجموعه رنگدانه سیرجان خدمت مخاطبان نشریه کهن ارائه بفرمایید.
شرکت رنگدانه سیرجان فعالیت رسمی خود را از سال ۷۵ در منطقه‌ی ویژه‌ی اقتصادی شهرستان سیرجان آغاز کرده است.
شروع فعالیت رنگدانه سیرجان با همکاری یک شرکت معتبر ایتالیایی همراه بود. و با استفاده از به‌روزترین دستگاه‌های ایتالیا کارخانه را تأسیس کرد و همچنان هم، روند این تولید و ارتباط ادامه دارد.

○ در حال حاضر چه نوع محصولاتی در مجموعه رنگدانه سیرجان تولید می‌شود؟

محصولاتی که شرکت رنگدانه سیرجان تولید می‌کند، به این شرح است:
انواع مستریج‌های پلیمری ادتیو، کامپاند، گرانول، پیگمنت، پودر دیسپرس، کامپاند های پایه PE100 و PE80، کامپاند های پایه نانو و جدیداً هم کامپاند های پایه یابو؛ که جالب است بدانید، کامپاند های PE100 و PE80 برای صنعت لوله و پوشش‌های لوله‌های فلزی سه لایه مورد استقبال بسیار زیادی از صنعت لوله‌های گاز و آب قرار گرفته است.
از جمله محصولات به‌روزی که شرکت رنگدانه سیرجان تولید می‌کند، محصولات نانو آنتی باکتریالی است؛ که برای تولید الیاف نانویی و الیاف آنتی باکتریال به کار می‌رود و استقبال بی‌نظیری از نانو و محصولات بهداشتی که به‌وسیله‌ی محصولات آنتی باکتریال و کامپاند های آنتی باکتریال تولید می‌شوند، در بازار وجود دارد. علاوه بر آن، در صنعت ریسندگی و ارائه‌ی این مهم در صنعت ریسندگی و تولید محصولات نانو برای مصارف پزشکی و بیمارستانی، دارویی و غذایی هم استفاده می‌شود.

○ آیا از محصول جدیدی در نمایشگاه ایران پلاست رونمایی کرده‌اید؟

تمام تولیدات ما دارای گواهی تأیید از اداره‌ی استاندارد غذا و دارو مرکز بهداشتی غذای دارو است و به‌روزترین محصول ما جهت ارائه در سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی ایران پلاست، محصول زیست تخریب پذیرمان است؛ کامپاند زیست تخریب پذیر. این کامپاند از مواد کاملاً گیاهی تولید شده و دوست با محیط زیست است و جالب است بدانید که برای صنعت نساجی هم استفاده می‌شود.

ما می‌توانیم یک محصول ویژه زیست تخریب پذیر به‌صورت نانو هم تولید کنیم؛ یعنی محصولی را ما می‌توانیم به جامعه نساجی و همچنین جامعه‌ی پلاستیک ارائه دهیم که محصول نانو بوده و زیست تخریب پذیر هم باشد. علاوه بر خصوصیات نانو بودن و آنتی باکتریالی که دارد، خصوصیات تخریب پذیری در محیطی زیست هم داشته باشد و هیچ‌گونه آلودگی غیرقابل تجزیه‌ای در محیط زیست ندارد.

در این نمایشگاه همچنین شرکت ایران دیبانیز به‌عنوان نماینده‌ای از بخش صنعت نساجی کشور حضور داشت. البته طبق گفته‌های یکی از مدیران این مجموعه، شرکت ایران دیبانیز که به‌فعالیت در حوزه پلاستیک روی آورده و در این زمینه سرمایه‌گذاری‌هایی نیز انجام داده است و دیگر کمتر با مجموعه‌های نساجی همکاری خواهد داشت.

در نمایشگاه ایرانپلاست که اوایل مهر ماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی شهر تهران برگزار شد، شرکت رنگدانه سیرجان که حوزه نساجی به تولید مواد اولیه می‌پردازد نیز حضور داشتند. در این رویداد به سراغ غرفه شرکت رنگدانه سیرجان و خانم دکتر علی نقی زاده مدیر تولید واحد تحقیق و توسعه این شرکت رفتیم تا صحبت‌هایی در رابطه با وضعیت نمایشگاه و مواد اولیه جويا شویم. ایشان در ابتدا با توضیحاتی کوتاه و دقیق به معرفی شرکت رنگدانه سیرجان پرداخته و عنوان کردند

انجام وظیفه مطابق با ساز و کار تعریف شده

خانم راحله تاجفر
مدیر شرکت طراحی گلجام

ایشان بررسی روند کپی کاری صورت گرفته را از چند دیدگاه مورد بررسی قرار دادند و عنوان کردند: ابتدا باید مطمئن باشیم کپی کاری به وسیله‌ی چه کسی صورت گرفته، همه تقصیرها متوجه یک نفر نیست و تمامی طرفین ماجرا نقش دارند. در مجموعه دفتر طراحی «گلجام» ما کپی کاری را به حداقل رسانده‌ایم و عملاً غیرممکن است مگر اینکه از طرف تولیدکننده یا خریدار قصوری صورت گیرد، که آن هم از طرف شرکت‌های برند رخ نمی‌دهد؛ بلکه غالباً این شرکت‌های کمتر شناخته شده هستند که برای رسیدن به سود از این قبیل کارها انجام می‌دهند؛ دلیل اصلی این کار هم به زعم خودشان کاهش هزینه‌های تولید است. ضمن اینکه ضعف در سیستم‌های فروش و بازاریابی شرکت‌ها مزید بر علت است، تا طرح‌های پر فروش بازار را تولید کنند و فروش راحت‌تر داشته باشند.

شاید یکی از موثرترین راه‌ها برای جلوگیری از کپی کاری این باشد که هر طراح سبک خاص خودش را داشته باشد و فرصت‌های لازم برای خلق آثار نو نیز در اختیار جوانان قرار داده شود و تولیدکننده می‌تواند با دنبال کردن تنوع در طرح‌های مورد نظر این فرصت را در اختیار طراحان قرار دهد.

یکی دیگر از روش‌هایی که می‌توان با استفاده از آن جلوی کپی کاری را گرفت، ثبت رسمی طرح به وسیله طراح است. اگر طرح‌های صنعتی ثبت شده باشد به راحتی قابل پیگیری است. دفتر گلجام تمامی طرح‌های تولیدی خود را از ابتدا با طرح‌های مدادی شروع می‌کند که با توجه به روال سازمانی دفتر به راحتی می‌توان پیگیری کرد که طرح چه زمانی تولید و به بازار ارائه شده است. در این میان واسطه‌هایی نیز حضور دارند که با نماینده قانونی شرکت طراحی هستند و یا نماینده شرکت تولیدی در این صورت کپی کاری رخ نمی‌دهد و اگر رخ داد، قابل پیگیری است.

مسئله در وضعیت فعلی بازار شرکت تولیدی به عنوان یک بنگاه اقتصادی بیشتر به دنبال سود است. اگر این ذهنیت به همراه خود تعهد و اخلاق مداری داشته باشد، هرگز کپی کاری صورت نخواهد گرفت اما اگر اصل رسیدن به سود در کوتاه‌ترین زمان، معیار باشد چه بسا خیلی از مسائل زیر پا گذاشته خواهد شد. قطعاً اگر قانونی تصویب شود که دستگاه، سازمان‌ها و صنفی دخیل باشد که واقعاً اصولی و قاطع باشد، بسیار عالی است و مسلماً بنده اولین نفر استقبال خواهم کرد.

ایشان در رابطه با نقش رسانه در این مسیر بیان کردند: رسانه در عصر حاضر، مهم‌ترین نقش را در زندگی ایفا می‌کند و این سازمان‌ها هستند که می‌توانند به صورت شفاف به بهبود این معضل کمک کنند و چه خوب که همه با همکاری با یکدیگر به حل این مشکل بپردازیم.

در پایان نیز دلیل عدم علاقه طراحان به طراحی فرش‌های شانه و تراکم پایین را هزینه‌های بالای خلق و تولید طرح دانستند. ضمن اینکه معتقدند کپی کاری‌ها غالباً در فرش‌های شانه پایین صورت می‌گیرد.



در ادامه گفتگوهای مجله کهن با طراحان حوزه فرش ماشینی کشور، به سراغ خانم تاجفر؛ یکی از طراحان و استادان دانشگاه آزاد کاشان رفتیم، که در حال نیز در این دانشگاه مشغول آموزش طراحی فرش است. ایشان مسئله کپی کاری را معضل خوانده و فرمودند: افرادی که کپی کاری می‌کنند، و تولیدکنندگان خریدار طرح‌های کپی، باید طبق سازوکار تعریف شده و قانونمند، جریمه‌هایی را پرداخت کنند؛ یعنی قانون‌های مشخصی برای این مسائل تعریف شود. ضمن اینکه روند رسیدگی باید سریع و نتیجه‌دار باشد.

دوموتکس ۲۰۲۰ با شعار Atmysphere

خانم نارینه آزلبار

مدیر عامل شرکت فوژان راهبران نامی، نماینده شرکت مسه فرانکفورت آلمان



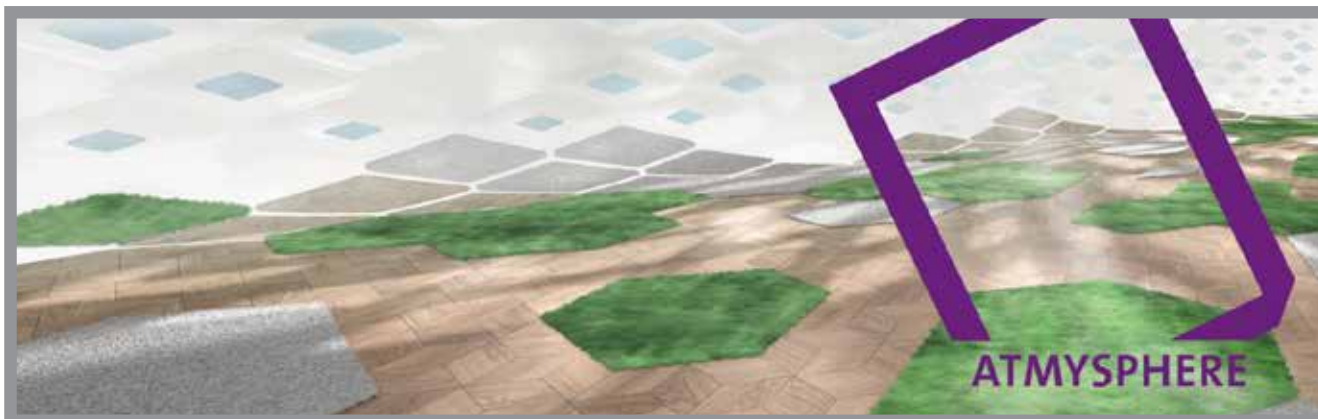
○ ابتدا و قبل از هر صحبتی در مورد مجموعه فوژان راهبران نامی و کارهایی که انجام می دهد، برای مخاطبان مجله کهن بفرمایید. شرکت «فوژان، راهبران نامی» فعالیت خود را به عنوان نماینده رسمی و انحصاری شرکت نمایشگاه های آلمان در ایران به مدیریت اینجانب نارینه آزلبار از سال ۲۰۱۱ آغاز کرد، که البته پیش از آن نیز مذاقات بازرگانی ایران و آلمان عهده دار نمایشگاه دوموتکس در ایران بوده ام. شرکت فوژان راهبران نامی افتخار این را دارد که سبب حضور کارشناسان، تولید کنندگان و شرکت های ایرانی در ویتترین نمایشگاهی آلمان باشد. وظیفه اصلی این شرکت ارائه خدمات مناسب به منظور حضور پررنگ شرکت های ایرانی در هر یک از نمایشگاه های آلمان است.

○ از آخرین وضعیت دوموتکس برای ما بگویید. امسال با چه تغییرات و نوآوری هایی قرار است برگزار می شود؟ یکی از مشخصه های بارز نمایشگاه های آلمان ارائه نوآوری ها در هر یک از نمایشگاه ها است که سبب می شود نمایشگاه های آلمان پیشروترین رویدادهای بین المللی در جهان محسوب گردند. نمایشگاه دوموتکس نیز از این قائله مستثنی نیست و هر سال با ارائه تغییرات و نوآوری هایی سبب جذابیت بیشتر نمایشگاه می شود. این نمایشگاه که هر ساله با حضور بالغ بر ۱۴۰۰ غرفه گذار از بیش از ۵۹ کشور و حضور ۴۸ هزار بازدید کننده تخصصی پیشروترین نمایشگاه کفپوش در دنیا به شمار می رود و فرش های دستباف در این نمایشگاه در سالن های ۲، ۳ و ۴ فرش های ماشینی در سالن های ۵، ۶ و ۷ و سایر کفپوش هادر سالن های ۱۱ تا ۱۳ قرار گرفته اند.

○ شعار دوموتکس امسال چیست و چه هدفی را دنبال می کند؟ شعار امسال دوموتکس Atmysphere است که گویای اهمیت و تاثیر کفپوش ها و فرش در فضاهای داخلی و کیفیت محیط زندگی روزانه است. در نمایشگاه دوموتکس از سال ۲۰۱۹ بخشی به نام Framing Trends در سالن ۱۸ ایجاد شد که تمام ایده های خلاقانه و نوآورانه را جمع آوری کرده و تمامی شرکت کنندگان می توانند نوآوری های خود در حوزه های مختلف کفپوش و فرش را در این فضا برای اولین بار پر معرض نمایش قرار داده و معرفی کنند.

○ سال گذشته بحث هایی مطرح شد که دوموتکس دیگر آن جدیت و اهمیت سابق را ندارد و دلیل آن هم برگزاری دوموتکس در نقاط مختلف دنیا عنوان شد؛ یعنی دوموتکس به دلیل اینکه در ترکیه، امریکا، چین و چند نقطه دیگر دنیا برگزار می شود دیگر مخاطبان آن مناطق را از دست داده و تبدیل به یک نمایشگاه در سطح اروپا شده. نظر شما در این باره چیست؟

بسیاری از اهالی فرش شناخت کامل و دقیقی از شرکت فوژان راهبران نامی دارند، شرکت فوژان راهبران نامی نماینده انحصاری شرکت DEUTSCHE MESSE مجری برگزاری نمایشگاه دوموتکس در ایران به ریاست خانم نارینه آزلبار امسال نیز با وجود شرایط سختی که برای شرکت های ایرانی جهت حضور در رویدادهای خارجی برقرار است، تلاش می کند تا ایرانیان از این رویداد عظیم نساجی جهان بازمانند. در ادامه متن کامل گفت و گوی مجله کهن با خانم آزلبار می آید.



و با تجار کشورهای مختلف وارد مذاکره می شوند و نمی توانند تسهیلات لازم برای صادرات را داشته باشند، دچار مشکل می شوند. اگر شرکت برگزار کننده دمو تکس حضور شرکت های ایرانی را در این نمایشگاه تحریم می کرد، می توانستیم پاسخگوی این پرسش باشیم امانه تنها دمو تکس شرکت های ایرانی را تحریم نمی کند، بلکه بسیار از حضور آنها استقبال می کند و همیشه تلاش کرده اند از طریق نماینده خود بهترین غرفه ها را به شرکت های ایرانی اختصاص دهند چون می دانند بر خلاف کشورهای مانند ترکیه، چین، هندوستان و ... که یارانه های هنگفتی از دولت دریافت میکنند، متأسفانه هیچ یک از شرکت های ایرانی از سوی ارگان های دولتی از نظر مالی و یا صادراتی حمایت نمی شوند.

○ در حال حاضر چه تعداد شرکت ایرانی مایل به حضور در دمو تکس هستند و ثبت نامشان را انجام دادند؟

تقریباً تمام شرکت هایی که تمایل به حضور در نمایشگاه در دو حوزه فرش دستباف و ماشینی داشتند، ثبت نام شده اند و با آماری حدود ۳۰۰۰ متر مربع به صورت خالص از ایران مواجه هستیم که البته نسبت به سال قبل مقداری کمتر شده است. تعدادی غرفه گذار جدید هم خواهیم داشت. این در حالی است که تعداد غرفه گذار های قدیمی امسال حضور نخواهند داشت که باز هم شرایط اقتصادی و سیاسی را علت عدم حضور خود اعلام کرده اند. امیدواریم با ایجاد فضای اقتصادی و سیاسی بهتر در آینده حضور پر رنگ ایرانی ها را مانند سال ۲۰۱۳ و ۲۰۱۴ در نمایشگاه شاهد باشیم.

○ به نظر شما در شرایط فعلی کشور حضور در دمو تکس برای چه شرکت هایی می تواند مفید باشد؟

حضور در دمو تکس در این شرایط که هر یک از شرکت ها به فکر چاره ای برای بقا و راهی برای صادر کردن تولیدات خود به دیگر کشور ها هستند، می تواند بسیار مفید باشد چرا که دمو تکس سکویی است که می توانند با حضور در آن طی چند روز نمایشگاه، غرفه گذاران و بازدید کنندگان بین المللی را ملاقات کنند. این فرصت بسیار مغتنم است، زیرا ملاقات با هر یک از این تجار خارج از نمایشگاه مستلزم سفر به کشورهای مختلف دنیا باشد در حالی که از طریق حضور در نمایشگاه دمو تکس می توانند تمام تولید کنندگان و خریداران را در یک محل و در یک زمان ملاقات کنند.

درست بر خلاف دلایل مطرح شده، تاکید میکنم به دلیل اهمیت دمو تکس به عنوان پیشرو ترین نمایشگاه کفپوش جهان و همچنین به دلیل اینکه دمو تکس مطرح ترین برند نمایشگاهی فرش شناخته شده است و هر ساله تجار را از اقصای نقاط جهان در ماه ژانویه به آلمان جذب می کند، دلیل برگزاری این نمایشگاه در نقاط مختلف جهان مثل ترکیه، چین، مکزیک و آمریکا این است که این برند مطرح نمایشگاهی بایستی به کشورهای دیگر نیز صادر شود.

آمار و ارقام این نمایشگاه گویای آن است که هر ساله از ۱۷۰ کشور دنیا بازدید کننده تخصصی در هانوفر و زیر یک سقف جمع می شوند و به دلیل موفقیت بالایی که تا کنون داشته شرکت کنندگان تمایل بیشتری برای این دارند که در سایر کشور ها که بازار هدف برخی از آنان است حضور پیدا کرده و بیش از فقط یک بار در سال از این فرصت بهره مند گردند تا در نمایشگاه حضور بهم رسانند. بی شک نمایشگاه دمو تکس اصلی ترین مکان برای گردش آمدن تجار و فعالان این حوزه است و دلیل صادر شدن آن به سایر کشور ها مثل ترکیه، چین، مکزیک و آمریکا تمایل شرکت کنندگان به حضور در بازار هدف آنها است. در مورد این موضوع که این نمایشگاه دمو تکس تبدیل به یک نمایشگاه در سطح اروپا شده، با توجه به اینکه ۱۴۰۰ غرفه گذار این نمایشگاه از ۶۰ کشور و ملیت متفاوت هستند گویای این امر است که این نمایشگاه مختص به سطح اروپا نشده و کاملاً بین المللی است، همچنین در نمایشگاه دمو تکس آلمان از لحاظ تعداد غرفه گذاران و متراژ اختصاص یافته ۳ کشور برتر هیچ یک اروپایی نیستند. همچنین با توجه به اینکه پیش تر گفته شد ۷۰ درصد از بازدید کنندگان این نمایشگاه بین المللی هستند و به دلیل بازدید از این نمایشگاه به آلمان سفر می کنند که ۹۰ درصد این آمار مدیران عالی رتبه شرکت ها هستند.

○ چه محدودیت ها و موانعی برای حضور شرکت های ایرانی وجود دارد؟ آیا برای رفع این موانع برنامه ای دارید؟

محدودیت ها و موانعی برای حضور شرکت های ایرانی در دمو تکس که هر ساله بیشتر می شود پیش از هر چیز شرایط اقتصادی شرکت ها، کشور و همچنین ممانعت در مسیر صادرات محصولات به کشورهای دیگر است که این امر را دشوار تر می کند. ما به عنوان برگزار کننده نمایشگاه تنها یک مرحله از کار را عهده دار هستیم و آن تسهیل و پر رنگ کردن حضور ایرانی هادر نمایشگاه دمو تکس است. اما زمانی که این شرکت ها در نمایشگاه حضور پیدا می کنند



آمار و ارقام نمایشگاه دمو تکس گویای آن است که هر ساله از ۱۷۰ کشور دنیا بازدید کننده تخصصی در هانوفر زیر یک سقف جمع می شوند و به دلیل موفقیت بالایی که تا کنون داشته شرکت کنندگان تمایل بیشتری برای این دارند که در سایر کشور ها حضور پیدا کرده و بیش از فقط یک بار در سال از این فرصت بهره مند گردند تا در نمایشگاه حضور بهم رسانند. بی شک نمایشگاه دمو تکس اصلی ترین مکان برای گردش آمدن تجار و فعالان این حوزه است و دلیل صادر شدن آن به سایر کشور ها مثل ترکیه، چین، مکزیک و آمریکا تمایل شرکت کنندگان به حضور در بازار هدف آنها است.



فرش اکباتان

EKBATAN CARPET

۱۲۰۰ شانه - ۱۰ رنگ - تراکم ۳۶۰۰

۱۰۵۰ شانه - تراکم ۳۰۰۰

۷۰۰ شانه - تراکم ۲۵۵۰



۶۳۳۹۴۹۶۹۲۷



کاشان، شهرک صنعتی امیرکبیر، چهارراه هیئت امنا، روبروی مخابرات
Helaat Omana Intersection, Amir Kabir Industrial Town, Kashan, Iran
تلفن: ۰۳۱-۵۵۵۰۳۹۰۰ همراه: ۰۹۱۲۰۳۹۳۹۳۷
instagram: ekbatancarpet telegram: ekbatancarpet
facebook: ekbatancarpet google plus: ekbatancarpet
www.ekbatancarpet.com info@ekbatancarpet.com



فرش جردن

رقیب نفیس ترین فرش دستبافت ایران

1500-1200-1000-700

محصولات جدید

همراه ما باشید

 [jordanrug](https://www.jordanrug.com)  [jordancarpets.com](https://www.jordancarpets.com)

جاده قدیم آران و بیدگل-ابتدای بلوار دکتر اسلامی
نمایشگاه مرکزی فرش جردن





مجمع فرش آدینا

تولید کننده انواع
فرشهای ماشینی
۵۰۰، ۶۰۰، ۷۰۰ و
۱۲۰۰ شانه

تبدیل و ارتقای انواع
ماشینهای شونهر و تکسیما
بازسازی و ارتقای ماشینهای
تکسیمابه بافت هندلوک و
ارتقای سرعت با افزایش ۴۰
درصدی نسبت به قبل بدون
ناهمواری سطح

تولید کریل و روانکار
ماشینهای وندویل و شونهر



AdinaCarpetCO

AdinaCarpetCO

info@AdinaCarpetCO.com

www.AdinaCarpetCo.com

0912 922 6980

(031) 55505520

(031) 55505230-35

کاشان - بلوار شهدا دارالسلام - میدان امام علی (ع)

آیا کاشان می‌تواند میزبان نمایشگاه فرش ماشینی باشد؟



بهنام قاسمی

تحریریه مجله نساجی کهن

- سابقه طولانی و قدمت صنعت نساجی و بافت فرش در کاشان
- جاذبه‌های توریستی کاشان و قدمت و تاریخ بی نظیر
- و...

همه این موارد دلیلی قطعی بر شایستگی شهر کاشان برای میزبانی نمایشگاه فرش ماشینی است و شاید بتوان ساعت‌ها در مورد این نقط قوت صحبت کرد اما آنچه علامت سوال بزرگی را در ذهن همه به وجود می‌آورد بحث زیر ساخت‌های موجود در کاشان است که این شهر را در این بخش زمین گیر می‌کند. در واقع مانند ماشینی است که همه چیز دارد به جز چهار چرخ! متأسفانه در کشور نه تنها در شهر کاشان بلکه در بسیاری از مناطق امکانات و زیر ساخت‌های لازم در تمامی زمینه‌ها و به ویژه در بخش صنعت و تجارت به وجود نیامده است و این باعث هدر رفتن بسیاری از پتانسیل‌های موجود در شهر‌ها و شهرستان‌های کوچک می‌شود که قابلیت‌های بزرگی دارند.

در اینجا قصد داریم به نکاتی که بحث بر گزاری نمایشگاه در کاشان را می‌تواند تحت تأثیر قرار دهد بیشتر اشاره کنیم.

۱ هتل و اسکان مسافران داخلی و خارجی

یکی از مهمترین چالش‌ها برای برگزاری هر نمایشگاهی و در هر نقطه‌ای از جهان میزبانی شایسته از تعداد زیاد بازدید کنندگان داخلی و خارجی است که در طول نمایشگاه به شهر مقصد سفر می‌کنند. از آنجایی که طیف افرادی که از نمایشگاه‌ها بازدید می‌کنند اغلب مدیران رده بالا، کارمندان ارشد و صاحبان کسب و کار تشکیل می‌دهند می‌توان گفت بر گزار کننده بیشتر با طبقه متوسط به بالا و مرفه جامعه در تماس است و باید میزبانی شایسته‌ای در سطح آنها نیز انجام دهد. در مورد نمایشگاه فرش ماشینی، شهر کاشان باید بتواند علاوه بر بازدید کنندگان داخلی از تعداد بسیار زیادی از بازدید کنندگان خارجی و تجار بین المللی و هیات‌های خریدار نیز میزبانی کند. و این خود

کاشان شهر سوغات و صنایع دستی، غذاها و شیرینی‌های خوشمزه و البته شهر گل، گلاب و فرش است.

کاشان با ۷۰۰۰ سال قدمت شهر نشینی به عنوان مهد تمدن و فرهنگ سنتی ایران شناخته می‌شود، مشهور به دارالمومنین است و شاید کسی از اهالی صنعت فرش ماشینی و صنایع وابسته وجود نداشته باشد که تا به حال از زیبایی‌ها و امکانات این شهر دلنشین و مردمان خونگرمش باز دید نکرده و یا سری نکرده باشد.

در این مقاله قصد داریم به بحثی که اخیراً در مورد امکان جابه جایی و انتقال نمایشگاه فرش ماشینی تهران به شهر کاشان صورت گرفته، بپردازیم و آن را از جنبه‌های مختلف بررسی کنیم. از آنجایی که برخی دوستان و فعالان این صنعت تنها به دنبال گروه بندی و یار کشی بر سر این مساله هستند، این نکته را خاطر نشان می‌کنیم - که احتمالاً این مقاله را نیز به نفع خود ضبط می‌کنند - اما قطعاً این مقاله و بررسی‌ها نه برای حمایت از جریان خاصی است و نه علیه آن، بلکه تنها می‌خواهیم با کنار هم گذاشتن واقعیت‌ها به حل راحت‌ترین پازل کمک کنیم. از همین جانب از تمامی فعالان صنعت فرش ماشینی ایران که در این موضوع نظر و سخنی دارند دعوت می‌کنیم تا نظرات و یادداشت‌های خود را از طریق راه‌های ارتباطی مجله برای ما ارسال کنند تا در مقالات و گزارش‌های بعدی مورد استفاده قرار گیرد.

۲ «قازی آنتپ» توانست، چرا ما نتوانیم؟

شاید مهم‌ترین نیروی محرکه برای خلق و پر و بال گرفتن ایده انتقال نمایشگاه تهران به کاشان، نمایشگاه قدرتمند و خوب دمو تکس قازی آنتپ باشد. این نمایشگاه که در ابتدا دو دوره با نام دمو تکس استانبول برگزار شده به دلیل عدم موفقیت به قازی آنتپ آمد و تا به حال شش دوره موفق را برگزار کرده است و به قطبی در منطقه در بخش تجارت و صادرات فرش ماشینی تبدیل شده است. حضور هر ساله تعدادی از شرکت‌های کاشانی در این نمایشگاه و دیدن جلال و شکوه آن مقدمه‌ای شد برای انتقال این ایده به ایران که نمایشگاه تهران را به قلب تولید فرش ماشینی ایران یعنی کاشان ببریم.

مسأله انتقال نمایشگاه به کاشان، چند سالی است که مطرح شده و زمانی به اوج تنش و سر و صدای خود رسید که دقیقاً در دوران قبل از برگزاری یازدهمین نمایشگاه بین المللی فرش ماشینی و موکت تهران بود و با نامه‌ای از طرف اتاق بازرگانی و صنایع کاشان - که تصویر آن را در زیر می‌بینید - مبنی بر دستور قطعی برای توقف برگزاری نمایشگاه فرش ماشینی در تهران و ادامه فعالیت آن در کاشان منتشر شد و نماینده محترم مردم کاشان در مجلس شورای اسلامی و رئیس اتاق بازرگانی کاشان نیز به صراحت در مورد انجام آن صحبت کردند، ابعاد تازه‌ای به خود گرفت.

۳ چرا کاشان شایسته میزبانی نمایشگاه فرش ماشینی است؟

قطعاً هر کسی پوشیده نیست که صنعت فرش ماشینی در ایران با نام کاشان معنی می‌شود و بیش از ۸۰ درصد تولید و تمرکز این صنعت رو به رشد و فعال در کاشان و آران و بیدگل متمرکز است. دلایل بسیاری برای شایستگی کاشان برای این میزبانی وجود دارد:

- وجود بیش از ۷۰۰ واحد فرش بافی در کاشان
- صادرات حدود ۳۰۰ میلیون دلاری فرش ماشینی
- میزبانی اغلب سرمایه‌گذاری‌های جدید در فرش ماشینی
- تأمین بخش اعظم نیاز کشور به فرش ماشینی
- وجود بسترهای بی نظیر در صنایع وابسته فرش ماشینی مانند تولید نخ و تکمیل فرش
- دومین تولید کننده بزرگ فرش ماشینی جهان پس از شهر قازی آنتپ ترکیه

((تصویر نامه منتشر شده در خصوص انتقال نمایشگاه به کاشان))



می تواند یک چالش بزرگ برای کاشان باشد. در حال حاضر تهران از این لحاظ امکانات بهتری دارد.

○ آیا اصولاً مقایسه کاشان و قازی آنتپ درست است؟

نمی دانم تا به حال به قازی آنتپ و یا سایر شهرهای نمایشگاهی جهان مانند دبی، استانبول، فرانکفورت، شانگهای و... سفر کرده اید یا نه و به طور خاص مقایسه ای بین این دو قطب فرش ماشینی جهان انجام داده اید یا خیر. مادر این بخش قصد مقایسه کاشان با قازی آنتپ و یا هیچ شهر دیگری را نداریم چرا که هر شخص معیارهای مختلفی برای خود دارد و گاه تعصبات و یا عدم آگاهی و اشراف به مسائل درگیری هایی را ایجاد می کند. ما تنها قصد داریم اطلاعاتی را در مورد زیر ساخت هادر اختیار شما قرار دهیم تا هر فردی با معیار و مقیاس خود که امیدواریم به معیار و مقیاس استاندارد دزدیک باشد نتیجه گیری کند.

یکی از مواردی که همواره گریبان گیر مادر سطوح مختلف تصمیم گیری در کشور بوده و هست تعصبات، ندیدن واقعیت ها و دور شدن از استانداردهاست. معمولاً در بحث مقایسه همیشه درگیر این بحث هستیم وقتی چیزی به نفعمان باشد می گوئیم همه جای دنیا این چنین است یا کدام کشور دنیا اسراغ دارد که... اما وقتی نخواهیم مساله ای را قبول کنیم، می گوئیم کجای ماشیه کشور های دیگر است که این باشد!... در واقع همه مادر این برزخ قرار داریم که بالاخره باید شبیه جاهای دیگر دنیا باشیم یا نباشیم، به هر حال...

○ در قازی آنتپ چه خبر است؟

در قازی آنتپ، طبق لیست موجود در وب سایت معتبر تریپ ادوایزر بالغ بر ۶۰ هتل چهار و پنج ستاره بین المللی وجود دارد که می توان در بین آنها نام بهترین هتل های زنجیره ای جهان مانند هتل دیوان، هتل ایبیس، نووتل، هالییدی این، ددمان و هیلتون را مشاهده کرد.

فرودگاه قازیان تپ نیز در سال ۱۹۷۶ تأسیس شده در سال ۱۹۹۸ طرح توسعه آن اجرا شده است. از سال ۲۰۰۶ میلادی به درجه فرودگاه بین المللی ارتقا یافته است.

این فرودگاه طبق آمارهای سایت و یکی پدیا با جابجایی بیش از ۲.۶ میلیون مسافر در سال دهه هجدهم فرودگاه پر ترافیک تر کیه است.

قازی آنتپ در سال ۲۰۱۸ میزبان حدود ۱.۵ میلیون توریست داخلی و خارجی بوده و برای سال ۲۰۱۹ برای میزبانی از دو میلیون توریست برنامه ریزی شده است.

○ واقعیاتی در مورد مسیر نمایشگاه دمو تکس قازی آنتپ که شاید ندانید!

نمایشگاهی که امروز با عنوان نمایشگاه قازی آنتپ برگزار می شود برای اولین بار در سال ۲۰۰۶ توسط شرکت بزرگ نمایشگاهی مسه هانوفر (برگزار کننده دمو تکس هانوفر)، با عنوان دمو تکس دبی و در شهر دبی برگزار شد. این نمایشگاه از سال ۲۰۰۶ تا سال ۲۰۱۱ در دبی برگزار شد. این نمایشگاه پس از موفقیتی بزرگ در ابتدای کارش تا سال ۲۰۰۹ هر ساله شاهد کاهش در تعداد بازدید کنندگان و غرفه گذاران بود به طوری تقریباً در سال ۲۰۱۱ از غرفه گذاران ترک و بزرگان فرش در منطقه خالی شده بود.

به همین دلیل برگزار کنندگان با تغییر نام به دمو تکس خاور میانه نمایشگاه را به استانبول منتقل کردند، در همه این سال ها مجله کهن به عنوان تنها مجله تخصصی ایرانی حامی مطبوعاتی نمایشگاه بود و نویسنده از نزدیک این افول و صعود ها را مشاهده کرده است، در سال های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳ نمایشگاه در استانبول برگزار شد و باز هم به دلیل عدم رضایت شرکت کنندگان این نمایشگاه مقصد بعدی خود را قازیان تپ انتخاب کرد تا شاید به شهر رویاهای خود نزدیک شود، در سال ۲۰۱۴ این نمایشگاه توانست بازدید کنندگان خوبی را از ترکیه و کشورهای عربی منطقه جذب کند و این آغازی شد بر موفقیت دمو تکس که این بار در قازیان تپ برگزار می شد.

تا به امروز که ششمین دوره نمایشگاه دمو تکس قاضیان آنتپ نیز با رضایت برگزار شد. در واقع شرکت مسه هانوفر ورژن خاور میانه ای دمو تکس را در قازی آنتپ به ثبات رساند.

نکنه جالب اینکه قبل از ورود دمو تکس به قازیان تپ نمایشگاه فرش دیگری در قاضی آنتپ با عنوان «زمین فلور» برگزار میشد که پس از ورود دمو تکس این نمایشگاه در دمو تکس ادغام شد و از بین رفت.

○ اخلاق و مالکیت فکری یک رویداد

آنچه در بحث نمایشگاه کاشان قریب به نظر می رسد و مطرح شدن آن از سمت دست اندر کاران و برخی شرکت های کاشانی با هیچ منطقی سازگار نیست این است که اگر هم قرار است نمایشگاهی در کاشان و با تولی گری اتاق بازرگانی و صنایع کاشان و یا هر نهاد دیگری برگزار شود چه ارتباطی

با نمایشگاه تهران دارد؟ چرا به جای بحث برگزاری از انتقال صحبت به میان می آید؟ همانطور که نمایشگاه شهر آفتاب به رقیبی برای نمایشگاه فرش ماشینی تهران بدل شده کاشان هم می تواند رقیب سوم باشد. اما اینکه نمایشگاه تهران برگزار نشود و همه شرکت ها به اجبار به کاشان بروند چطور و بر اساس چه قانون و منطقی قابل انجام است. آیا بدون در نظر گرفتن مسایل اخلاقی، مالکیت فکری، قانون تجارت و کسب و کار و... می توان اثری را از خالق آن که ۱۱ سال آنرا پیش برده گرفت و به نام خود در جای دیگر ادامه داد؟

بسیاری از موافقان این طرح نمایشگاه قازی آنتپ و انتقال آن از استانبول به قلب فرش ماشینی ترکیه را مطرح می کنند غافل از اینکه برگزار کننده دمو تکس استانبول و قازی آنتپ یک شرکت است و او به جهت عدم نتیجه گیری و عدم استقبال، خود به این نتیجه رسیده که این انتقال به صلاح نمایشگاه است. اما آیا برگزار کننده نمایشگاه فرش ماشینی و نمایشگاه احتمالی در کاشان هم یکی هستند؟ آیا نمایشگاه تهران هر سال ضعیف تر و کوچک تر می شود؟ حتی اگر نمایشگاه تهران بسیار ضعیف برگزار شود چه کسی باید برای انتقال جا و مکان آن تصمیم گیری کند؟

○ سایت برگزاری نمایشگاه

متأسفانه کاشان در حال حاضر فاقد یک سایت نمایشگاهی با استانداردهای بین المللی و حداقل در سطح سایت نمایشگاه های بین المللی تهران و یا نمایشگاه شهر آفتاب است. سوال اینجاست که شرکت هایی که بر انتقال نمایشگاه به کاشان اصرار می ورزند و هیچ گاه از جانمایی خود در نمایشگاه تهران راضی نبوده اند چطور خواهند توانست در سایت نمایشگاهی کاشان از برگزاری نمایشگاه رضایت داشته باشند.

آیا این کشمکش ها و اظهار نظر ها و بعضاً اصرار ورزی های غیر کارشناسی تنها به نمایش قدرت دو طرف بدل شده است؟ آیا می توان به نمایشگاهی که به آبرویی برای صنعت فرش ماشینی ایران و یک برند نمایشگاهی در خاور میانه است چنین نگاهی داشت؟ چقدر از بحث ها و اظهار نظر های مطرح شده برای پیشرفت و اعتلای صنعت فرش ماشینی ایران بوده است و چه میزان از آن منافع گروهی و قدرت نمایی است؟ آیا این جنجال ها و انتقال خواست همه شرکت های فرش است یا تعداد معدودی از شرکت ها که می خواهند عدم حضور خود در نمایشگاه را با تخریب و جنجال جبران کنند؟ آیا اگر طبق آرزوی دیرینه و نافرجام رییس جمهور روحانی بخواهیم در صنعت فرش ماشینی ایران همه پرس و و فراندومی در مورد برگزاری این نمایشگاه در تهران یا کاشان انجام دهیم اکثریت به کدامیک رای خواهند داد؟

در حاشیه نمایشگاه فرش ماشینی در شهر یور ماه امسال نظر بسیاری از مدیران شرکت های فرش ماشینی ایران را در مورد این موضوع جویا شده ایم که به دلیل جلوگیری از طولانی شدن این مقاله از ذکر آن خودداری می کنیم اما می توانید تمامی ویدیوها و مصاحبه های ما با مدیران برتر فرش ماشینی کشور در این مورد را در وب سایت مجله کهن و یا کانال اینستاگرام ما دنبال نمایید.

○ آیا مدیریت دولتی بر نمایشگاه فرش ماشینی حاکم می شود؟

یکی از افتخارات صنعت فرش ماشینی این است که کمترین وابستگی را به دولت دارد و یکی از خصوصی ترین بخش های صنعت نساجی ایران است و البته یکی از دلایل پیشرفت آن نیز همین مساله بوده است. بسیاری از کارشناسان دلیل موفقیت نمایشگاه فرش ماشینی تهران را نیز وجود یک برگزار کننده خصوصی و تفکر و برنامه ریزی بخش خصوصی می دانند. اما اگر فرض کنیم نمایشگاه تهران از طرق غیر متعارف کنسل و به کاشان منتقل شود به دلیل شرایط ویژه و حساس آن مدیریت دولتی بر آن حاکم خواهد شد و همه می دانیم جایی که دولت در مدیریت کارهای بخش خصوصی ورود کند معمولاً نتیجه خوبی حاصل نمی شود و احتمال افت شدید و از بین رفتن جایگاه این برند نمایشگاهی در صنعت فرش ماشینی زیاد است.

○ آیا محل برگزاری نمایشگاه صرفاً باید در آن رشته صنعتی پیشرو باشد؟

در دنیا صنعت نمایشگاهی امروزه به یک صنعت پولساز و با گردش مالی بسیار بالا بدل شده است و همه شهر هاسعی می کنند از این طریق به رونق اقتصادی شهر و منطقه خود کمک کنند. اما تعدادی از شهر های به عنوان شهر های نمایشگاهی جهان شناخته می شوند که به دلیل وجود زیر ساخت های مناسب شهری و گردشگری جزو مهمترین شهر های نمایشگاهی جهان به شمار می روند که می توان از مهمترین آنها به فرانکفورت آلمان، شانگهای چین و در خاور میانه به دبی در امارات متحده عربی و استانبول در ترکیه اشاره کرد. بررسی این شهر ها مثال های نقض فراوانی برای این مساله است که صرفاً شهر میزبان نباید در آن رشته سرآمد باشد و گاه از زیر ساخت ها و امکانات می تواند برگ برنده اصلی در صنعت نمایشگاهی باشد.

نمایشگاه تخصصی و فن بازار فرش ماشینی و صنایع وابسته



مرکز جعفرزاده
حمایتگر

۳۰ آذرماه شاهد یک رویداد بزرگ و ماندگار در این عرصه هستیم. وی با بیان اینکه این نمایشگاه سرآغاز امور بزرگتری خواهد بود، خاطر نشان کرد: در حوزه فرش ماشینی به جرات می توان گفت که این کلاس هم قابل توجهی در صادرات کالای ایرانی دارد و از آنجا که سال جاری مزین به «رونق تولید» است، با توجه به آن می توان در تحقق بخشی به فرامین رهبر معظم انقلاب گام های محکمی برداشت.

برازنده ضمن دعوت از صاحبان صنایع و تولید کنندگان فرش ماشینی و صنایع وابسته به آن برای حضور فعال در نمایشگاه ملی تخصصی و فن بازار فرش ماشینی در کاشان افزود: مکان برگزاری این نمایشگاه نیز مکان وسیع و درخور شانی است به نحوی که بیش از پنج هزار متر مربع مفید فضا پیش بینی شده و کارگاه های آموزشی نیز در حاشیه این نمایشگاه برپا می شود.

وی ضمن تقدیر از مسئولان در برپایی این نمایشگاه افزود: برای اولین بار پایگاه اطلاع رسانی نمایشگاه ملی تخصصی و فن بازار فرش ماشینی در کاشان به آدرس www.irancapetx.com به شکل ویژه طراحی و در اختیار کاربران قرار گرفته است به نحوی که ویژگی های کلی این نمایشگاه را در خود جای داده و علاقه مندان را با مراجعه به آن می توانند اطلاعات لازم را کسب کنند. به گزارش کمیته اطلاع رسانی نمایشگاه ملی فرش ماشینی در کاشان، محمود تولایی بابیان اینکه بالغ بر یک هزار و ۴۰۰ واحد صنعتی وابسته به فرش در کاشان فعالیت دارند، تصریح کرد: ظرفیت تولید منطقه کاشان سالانه بالغ بر ۱۰۰ میلیون متر مربع است و حدود ۲۰ هزار نفر نیز به صورت مستقیم در صنعت فرش کاشان مشغول به فعالیت هستند.

وی با بیان اینکه ۸۰ درصد صادرات فرش کشور از منطقه کاشان صورت می پذیرد، تاکید کرد: منطقه کاشان یک سوم صادرات استان اصفهان را به خود اختصاص داده است و این مهم نشان دهنده حجم بالای تولید و صادرات منطقه کاشان است و خوشبختانه در زمینه های مختلف سرمایه گذاری نیز وجود دارد.

رئیس اتاق بازرگانی کاشان ضمن اشاره به استقبال خوب کشورهای منطقه، اروپایی و آمریکایی از فرش ماشینی کاشان ابراز داشت: متأسفانه تولید کنندگان مادر تامین مواد اولیه با مشکلاتی مواجه هستند که باید مسئولان در رفع موانع تامین مواد اولیه بیش از پیش تلاش کنند. وی با بیان اینکه با توجه به نیاز تولید کنندگان کاشانی به واردات برای تامین مواد اولیه گمرک این منطقه از نبود بخش واردات رنج می برد، تصریح کرد: منطقه کاشان با وجود تمامی مشکلات ۴۰ درصد صادرات استان اصفهان را به خود اختصاص داده است که نشان دهنده پویایی و رونق تولید در این منطقه است.

تولایی فرش ماشینی کاشان در حدود ۸۰ کشور جهان وجود دارد، افزود: صنعت فرش ماشینی کاشان دارای پیشرفته ترین ماشین آلات صنعتی است و بر همین اساس باعث شده است تا ۷۰ درصد تولید فرش کشور از منطقه کاشان انجام شود و رونق مطلوبی در این حوزه وجود دارد.

وی ضمن اشاره به برپایی نمایشگاه ملی تخصصی و فن بازار فرش ماشینی در کاشان گفت: این نمایشگاه از ۲۶ لغایت ۳۰ آذرماه در کاشان برگزار می شود و ضمن دعوت از صاحبان صنایع و تولید کنندگان فرش ماشینی در این نمایشگاه، این رویداد ملی را می توان گامی مهم در راستای تحقق شعار سال مبنی بر «رونق تولید» قلمداد کرد.

رئیس اتاق بازرگانی کاشان بابیان اینکه نمایشگاه ملی فرش ماشینی در این شهرستان می تواند نقش بسزایی در رونق تولید واحدهای تولیدی این منطقه داشته باشد، تصریح کرد: سعی شده است تا این نمایشگاه در سطح ملی فعالیت داشته باشد و حتی در نظر داریم تاسفراي خارجی مختلف با هماهنگی های صورت گرفته توسط دستگاه های مختلف در این نمایشگاه حضور داشته باشند.

وی با بیان اینکه کاشان به غیر از حوزه فرش در دیگر حوزه های صنعتی حرفی برای گفتن دارد، گفت: منطقه کاشان در حوزه فولاد، گل و گلاب و صنایع وابسته و غیره برای گفتن دارا ما متأسفانه به صورت شایسته به آن پرداخت نشده و برای متقاضیان سایر کشور ها ناشناخته است.

به گزارش کمیته اطلاع رسانی نمایشگاه ملی فرش ماشینی در کاشان، مجید برازنده ضمن اشاره به برپایی نمایشگاه تخصصی و فن بازار فرش ماشینی از ۲۶ لغایت ۳۰ آذرماه در کاشان اظهار داشت: تمهیدات خوبی برای برپایی این نمایشگاه اندیشیده شد به نحوی که با برپایی همایش توسعه صادرات، فرصت ها و چالش ها به استقبال این نمایشگاه رفتیم.

وی با بیان اینکه این همایش با حضور حمیدزادبوم، معاون وزیر صمت و رئیس سازمان توسعه تجارت ایران برگزار شد، افزود: استقبال خوبی از این همایش صورت گرفت و بر همین اساس این استقبال نشان می دهد موضوع صادرات برای تولید کنندگان به ویژه تولید کنندگان فرش ماشینی از اهمیت بالایی برخوردار است.

رئیس اداره صنعت، معدن و تجارت شهرستان کاشان، این منطقه و منطقه آران و بیدگل را قطب تولید فرش ماشینی در ایران قلمداد کرد و ابراز داشت: در راستای تمرکز دایی از مرکز و بهای بیشتر دادن به فضای اقتصادی صنعت کشور سازمان توسعه تجارت ایران در برپایی نمایشگاه ملی فرش ماشینی در کاشان مشارکت قابل تقدیری داشته است.

وی با بیان اینکه نمایشگاه تخصصی و فن بازار فرش ماشینی در سطح ملی و تاثیر گذاری بین المللی در کاشان برگزار می شود، گفت: برنامه ریزی شده است تا سفرای کشورهای مختلف به ویژه سفرای کشورهای همسایه، آسیای میانه و کشورهای عربی در این نمایشگاه حضور پیدا کنند. برازنده از حضور هیئت های تجاری مختلف در نمایشگاه ملی فرش ماشینی کاشان خبر داد و تصریح کرد: برپایی نمایشگاه فرش ماشینی با چنین ویژگی و در چنین سطحی برای نخستین بار برگزار می شود و بر همین اساس شایسته است تا با اطلاع رسانی صحیح و به موقع، مجموعه صنایع فرش ماشینی حتی صنایع وابسته به این صنعت نیز در این نمایشگاه حضور پیدا کنند.

وی با بیان اینکه صنعت فرش ماشینی و صنایع وابسته به آن در برخی استان های کشور پیشرفت قابل توجهی داشته است، اذعان داشت: بافت فرش ماشینی در استان یزد، مرکزی، آذربایجان غربی و شرقی و قم مجموعه های فعالی را در حوزه فرش ماشینی و صنایع وابسته آن در خود جای داده است.

رئیس اداره صنعت، معدن و تجارت شهرستان کاشان ضمن دعوت از فعالان حوزه فرش ماشینی برای حضور در این نمایشگاه ملی تاکید کرد: با تمهیدات پیش بینی شده نمایشگاه ملی تخصصی و فن بازار فرش ماشینی کاشان در مدل و سطح ملی و بین المللی تعریف شده و در ۲۶ تا



فرار مغزها؛ فرار طراحان! چه باید کرد؟



سید محمد سبطینی

طراح فرش

طرف منجر خواهد شد، بلکه در حل این مشکلات به نحوی صحیح کمک شایانی خواهد کرد.

○ با این مقدمه اجازه بدهید آنچه به نظر من می‌تواند به روند رشد قطاری که همه ما برای رسیدن به سوی یک هدف مشترک بر آن سواریم، اشاره کنم. آیدر دهه ۷۰ و حتی ۸۰ بسیار از شرکت‌های تولیدی به لحاظ سازمانی یک شرکت بازرگانی، تولیدی و ... به شکل فعلی بود؟ آیا سالن‌های تولید، ساختمان‌های اداری و نگهبانی، نمایشگاه‌های عرضه محصولات، محوطه‌سازی‌ها و فضای سبز شرکت‌ها به شکل کنونی بودند؟

همه‌ی ما می‌توانیم به‌طور کلی شکل ظاهر آن شرکت‌ها را مجسم کنیم. و اما اگر امروز شاهد آن دیروز نیستیم، بلکه شاهد روند روبه‌جلو در شکل تولید، عرضه محصولات، شکل ظاهری درست و درخور این شرکت‌ها هستیم باید این را نتیجه رعایت اصول و قوانینی بدانیم که مدیریت فهمیم این شرکت‌ها در سال‌های گذشته تجربه کرده‌اند و با تنظیم آیین‌نامه و اجرا کردن آن، به اینجا رسانده‌اند.

شکل سنتی دیروز، تبدیل به شکل مدرن امروز شده و هیچ‌کس نمی‌تواند به این شیوه تولید، عرضه و ... خرده بگیرد که چرا شما تا چند سال پیش این گونه عمل می‌کردید و امروز این گونه قانونمند شده‌اید.

هر کس با مدیر یک شرکت تولید فرش ماشینی، جلسه‌ای داشته باشد امروز با تعیین وقت قبلی و با هماهنگی می‌تواند مدیر را ملاقات کند؛ اما آیا به‌واقع دیروز این گونه بود؟ انصافاً خیر.

توقعات تولیدکننده و طراح از یکدیگر به حق است و به جا. آنچه امروز هر دو طیف باید به آن توجه داشته باشند درک متقابل است؛ چه از نظر شخصیت حقیقی و چه حقوقی. دور زدن یکدیگر و تضییع حقوق یکی به‌وسیله‌ی دیگری نتیجه‌ای جز نابودی نخواهد داشت. به‌عنوان مثال، تولیدکننده توقع دارد تا طراح بهترین ایده، خلاقیت و آفرینش را در طراحی خود داشته، به‌روز و به تعهدات خود پایبند، باشد.

آنچه امروز بسیار شنیده می‌شود این است که:

۱. فلان طراح به‌شانه‌های پایین اهمیت نمی‌دهد (۵۰۰ و ۷۰۰ شانه)!
۲. طرح را اختصاصی به یک یا چند نفر فروخته و به ما نمی‌دهد!
۳. سایزهای ناقوار، دایره، بیضی و ... را انجام نمی‌دهد!
۴. در انجام خدمات رنگ‌بندی، ساین، تراکم و ... حرفه‌ای عمل نمی‌کند!
۵. با رویکردی خشن و یک‌سویه وارد شده و به شخصیت تولیدکننده احترام نمی‌گذارد! و مواردی از این دست.

در بسیاری از موارد تمام این صحبت‌های درست و به‌جا، نیاز به بحث و گفتگو دارد و با ریشه‌یابی علت‌ها بایستی سعی در رفع این موارد بود. لیکن باید گفت در برخی از مواقع هم، تولیدکنندگان شریف برخلاف موارد فوق عمل کرده و گاه حقوق حقه طراح را به صورت کامل پرداخت نکرده‌اند! پس ریشه این اختلافات و شکوه و شکایت‌ها چیست و از کجا آب می‌خورد را باید در نشست‌های مشترک بین طراحان و تولیدکنندگان یافت و چاره‌جویی کرد.

جبهه گرفتن‌های بی‌مورد و عدم درک متقابل از یکدیگر هر یک را از دیگری دل‌آزرده

امیدوارم خوانندگان عزیز این مقاله به آنچه در بخش طراحی نقوش فرش ماشینی اتفاق افتاده - که در حقیقت پیش‌روی ماست - با تأمل بیشتری بنگرند. لازمه‌ی آن در کی درست و واقع‌بینانه، نسبت به طرح و طراحی؛ به‌عنوان شاه‌راه حیاتی صنعت نساجی کشور در بخش تولید فرش ماشینی است. علاوه بر آن با شناخت چالش‌ها با در تعاملی‌سازی شده و دوطرفه‌ی تولیدکنندگان و طراحان می‌توان در این روزهای سخت راه را برای یکدیگر هموار و به اهداف مشترک دست یافت.

ای کاش همه ما به‌جای پیش‌دآوری، کج خلقی‌ها، در پیش گرفتن شیوه‌های سنتی، روش‌های منسوخ و شبهه برانگیز در بازار که جز خسارت چیزی در پی ندارد، کمی فکر می‌کردیم. کمی به‌جای اینکه یکی این طرف‌میز و در جایگاه شاید بلند و دیگری در آن سوی میز و شاید در جایگاهی پایین‌تر، هر دو در کنار هم به گفتگو می‌نشستیم.

امروز روز دیگری است؛ چه در زندگی اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و ... اگر امروز من و شما با دیروز مان یکی باشد رو به عقب رفته‌ایم. با روند سریع حرکت روبه‌جلو رقبایمان در داخل و خارج کشور محکوم به پرداخت هزینه فراوان و شاید جبران ناپذیری باشیم.

سختی روزهای متفاوت اقتصاد این مرزوبوم با وجود جهان‌خواران همیشه برای ما بوده، هست و خواهد بود. از این‌رو پس از مطالعه این متن کمی تفکر کنید و با گفتن کلمات غیر حرفه‌ای و یا به‌دور از شأن یک طراح و یا تولیدکننده، منکر واقعیت‌ها نشوید.

آنچه می‌خوانید نظرات شخصی این جانب است که می‌تواند موافقان یا مخالفانی را در پی داشته باشد که برای هر دو طرف به‌شخصه احترام زیادی قائلم.

○ اجازه بدهید مطلب را این گونه راجع به شغل خود باز کنم، شاید هر شخص دیگری هم در گروه شغلی خود بتواند نقاط ضعف و قوت خود را شناسایی و چاره‌اندیشی کند. راجع به هنر طراحی باید گفت که به‌طور مستقیم به بخش تولید مربوط می‌شود و دقیقاً اینجا است که تعامل سازنده بین طراح و تولیدکننده و ریشه‌یابی نقاط ضعف و قوت، هر دو طرف (طراح و تولیدکننده) را به یک نسبت یاری خواهد رساند.

طراحی، نقاشی، موسیقی و ... تا جایی که برای لذت قلبی باشد، هنر محسوب می‌شود! اما زمانی که برای ادامه حیاتش ریالی می‌گردد، جنبه تجاری به خود گرفته است. در واقع اکثر قریب به اتفاق هنرمندان در هر رشته هنری که باشند برای نیازهای خود، بسط و گسترش این هنر نیاز به تأمین مالی خواهند داشت و آنجا است که هنر، تجاری می‌گردد.

اگر در بازار امروز طراح یا تولیدکننده برای در اختیار گرفتن سهم خود به اقدامی ناشیانه و روش‌هایی ناصحیح دست بزنند، بدون شک در ابتدا خود را نابود کرده است و در این مسیر حتماً خسارت‌هایی به هم حرفه‌ای‌های خود وارد می‌کند.

اما سعی در ایجاد قوانین درست، به‌روز و اصولی، بدون شک از بروز بسیاری خسارت‌ها جلوگیری خواهد کرد. این قوانین می‌تواند باعث برون‌رفت از برخی مشکلات شود که تا دیروز خود فرد یا همکارانش شاید بدان دچار بوده‌اند.

مطمئناً اگر همکاران در هر شغل و حرفه‌ای بخواهند برای حرکت به‌سوی تکامل از جهت قوانین اصولی و رعایت‌بندبند آن قوانین کمک کنند، می‌توانند موفق شوند. طراحان و تولیدکنندگان با وجود تفاوت در نوع شغل خود، به‌طور مستقیم به یکدیگر مرتبط هستند. پس با ایجاد اتاق فکری مشترک نه تنها به بررسی و شناخت بیشتر مشکلات بر سر راه هر دو

هشدار:

دوستان طراحی که خود را به خواب زده‌اند و با گفتن اینکه ما اختصاصی کار می‌کنیم، پول طرح را دریافت و کاری به دیگران نداریم از طرفی و تولید کنندگانی که باری به هر جهت مشغول کپی و پستی‌بانی از فعل حرام خریدن طرح کپی و ضایع کردن حقوق طراحان واقعی، هستند خواهشمندم کمی فکر کنید و در نهایت این شما هستید که بابتی اعتنایی بیشترین آسیب را می‌بینید و بیشترین آسیب را هم وارد می‌کنید.

در روزها و ماه‌های پیش رو و با وجود مشکلات عدیده و فزاینده اقتصادی، در صورتی که نسبت به یکدیگر مهربان تر نباشیم، یکدیگر را درک نکنیم، دست یاری به سوی یکدیگر دراز نکنیم و فقط به کسب سود مادی و آنی خود باشیم و به هر شکل فقط بار خود را بستان و رفتن، نتیجه‌ای جز نابودی برایمان در پی نخواهد داشت.

همان طور که مستحضرد تاکنون بیش از ۱۰ طرح به صورت کامل به کشور همسایه (ترکیه) پناه برده و اقامت دائم یا کاری گرفته‌اند و برخی دیگر در حال تردد و بسیاری دیگر به فکر رفتن از ایران و طراحی برای شرکت‌های ترک هستند، صرف نظر از اینکه با ورود سیل عظیم طراحان ایرانی به ترکیه، وضعیت طراحی در آن کشور به کجا خواهد انجامید و بر خورد آن شرکت‌ها با ایرانیان مهاجر طراح در آینده چه خواهد بود، شاهد این هستیم و خواهیم بود که طراحان دیگر خیلی به فکر آفرینش نو برای شرکت‌های ایرانی نیستند، کپی و کلاژ روی طرح‌های دیگران دوباره تبدیل به رویه شده و با کمی انصاف درک خواهید کرد:

● در صورتی که در سال‌های گذشته اگر تلاش عده‌ای از طراحان و ثبت صنعتی طرح‌ها نبود و تا حدودی نظم و انضباط حاکم نشده بود هیچ تولید کننده‌ای در شانه ۱۵۰۰ و ۱۲۰۰ و ۱۰۰۰ شانه، امنیت شغلی نداشت و به محض طراحی یک طرح ۱۲۰۰ یا ۱۰۰۰ شانه، شاهد کپی شدن آن بر روی شانه‌های ۴۴۰ و ۵۰۰ و ۷۰۰ شانه بود.

امروزه نمی‌توان گفت که این اتفاق افتاد، بلکه نسبت به دهه ۷۰ و ۸۰ بسیار کمتر شاهد این ماجرا بودیم. طراحان و تولید کنندگان نسبت به ثبت صنعتی طرح‌های خود اقدام کرده و با رویکردی جدید و صحیح به مسئله نگر می‌نمایند. آن‌ها زشتی کار کپی را درک کرده بودند و حتی با دیدی وسیع، با معرفت، شناخت و درک درست از اینکه باید در حرفه‌ی خود بر اصول و موازین حقوق، قانونی و شرعی پایبند باشند، به درستی عمل کردند و نتایج درخشان آن را هم شاهد بودیم. بهتر است به جای بی‌تفاوتی به خروج طراحان صاحب سبک و قلم از کشور، سعی در ایجاد فضا و بستری مناسب باشیم تا طراحان در کنار تولید کنندگان و دوشادوش آن‌ها به عنوان بازویی توانا، در خور و شایسته در تمامی رویه‌های نمایشگاهی داخل و خارج کشور شرکت کنند و با بینشی صحیح، دیدی وسیع نسبت به پیرامون خود در شغل و حرفه‌شان، نسبت به آنچه در فکر دیگر همکارانشان در سایر نقاط جهان و طراحان آن‌ها می‌گذرد، بیاموزند و در نهایت افکار، ایده و آفرینش‌های نو را در طراحی خود بکار گیرند تا فردی مثبت و مؤثر در حوزه طراحی باشند.

حرف آخر اینکه بیا باید در این روزهای سخت و مشقت بار اقتصادی کمی با یکدیگر مهربان تر باشیم، بیشتر یکدیگر را درک کنیم، با تعامل و دوستی اما حرفه‌ای عمل کنیم. پیشنهاد این جانب به عنوان کوچک ترین فرد تأثیر گذار در بخشی از صنعت نساجی کشور و در پست طراحی به شما عزیزان طراح و تولید کننده این است که با سعه صدر و با اندیشه‌ای نو اولاد حفظ احترام به حق یکدیگر کوشا باشیم و در ثانی از خودمان شروع کرده و به اصلاح امور شخصی، حرفه‌ای و خدا پسندانه خود بپردازیم.

و در نهایت تقاضای من از شما عزیزان این است که هر کدام از شما چراغی باشید برای روشن کردن مسیری که خود و دیگر دوستان و هم وطنانتان از آن عبور می‌کنند. از همکاران خود و از مسئولین ذی ربط در بخش صنعت نساجی برای چاره جویی در مهم ترین بخش تولید که همانا طرح و طراحی است کمک بخواهیم، به فکر ایجاد ایده‌ای نو به نام تشکیل اتاق فکر مشترک طراحان و تولید کنندگان باشیم.

این روزهای سخت و طاقت فرسا بالاخره به پایان می‌رسد، برای فردای امروز به فکر باشیم. رشد و بالندگی فکری و معنوی بی شک باعث رشد و پیشرفت اقتصادی مادر سال‌های آینده خواهد شد و بس.

خواهد کرد و نهایتاً نتایج بسیار بدی را برای هر دوی آن‌ها در بر خواهد داشت.

اجازه بدهید به گوشه‌ای از این حرف زدن‌های به نفع خود را با آنچه در ترکیه می‌گذرد، باز گو کنم: همانطور که اکثر شما دوستان واقفید، در نبود میهن عزیز ما در عرصه‌های اقتصادی دنیا چند سالی است که کشور ترکیه در همسایگی ما، فرصت را غنیمت شمرده و در حال سرعت گرفتن است و نتایجش را تمام دوستان تولید کننده و برخی طراحان دیده اند؛ اما آیا تنها دلیل رشد آن‌ها فضای خالی و نبود کشور ایران در عرصه‌های اقتصادی جهان در بخش صنعت نساجی است؟ به عقیده بنده خیر!

موارد زیادی باعث پیشرفت صنعت نساجی و فرش ماشینی ترکیه در سال‌های اخیر بوده و هست. باز بودن بازار جهانی به روی ترکیه، غیبت ایران در این عرصه، تشخیص این فرصت و غنیمت شمردن آن در بازار جهانی فقط یک سهم از دلایل رشد ترکیه بوده و هست؛ اما اگر عمیق تر بنگریم:

- استفاده از فناوری‌های برتر دنیا در بخش ریسندگی و رنگریزی

- شناخت بازارهای مصرف داخلی و خارجی

- دور بودن از آنچه ما امروز به آن گرفتاریم (شانه زدگی در بافت، ۱۰۰۰ و ۱۲۰۰ و ۱۵۰۰ و شاید به زودی ۲۰۰۰ شانه و ...)

- تولید نخ‌های متنوع و رنگ‌های متنوع و گوناگون و چشم‌نواز

- استفاده از انواع نخ‌ها نظیر پلی استر، بامبو و ... به جای استفاده از فقط یک نوع نخ، فرضا آکرلیک

- استفاده از تکنسین‌های مجرب در تنظیم و مهندسی نوع بافت (استفاده از مهندسين نساج)

- استفاده از طراحان ماهر و خوش فکر و سلیقه

- دادن فرصت و ایجاد فضای باز برای طراحان ایده پرداز و درگیر نکردن آن‌ها با دغدغه‌های روزمره زندگی و در یک کلام ایجاد امنیت شغلی

- سعی در عدم کپی از روی طرح‌های تولیدی یکدیگر و احترام به حق مادی و معنوی تولید کننده‌ی هم میهن خود.

- و بسیاری از موارد که همه شما عزیزان کم و بیش با آن‌ها آشنا هستید

اکنون سؤالاتی از وضعیت خودمان می‌پرسم تا بیشتر به تفاوت فضای کشورمان بیاندیشیم: تولید کنندگانی که از دست طراحان گله‌مندند و طراحانی که از دست تولید کنندگان شکایت دارند، آیا هر یک به سهم خود در بهبود روند روبه جلو شغل خود بدون وارد کردن خسارت به طرف مقابل عمل کرده‌اند؟

● دلیل کپی شدن طرح توسط کپی کاران دارای دفاتر طراحی چیست؟

● دلیل کپی شدن طرح در واحد طراحی برخی شرکت‌های تولیدی چیست؟

● دلیل دوری و عدم درک متقابل این دو صنف از یکدیگر چیست؟

● دلیل روی آوردن برخی طراحان به کشور ترکیه و ارائه‌ی طرح‌های ایرانی به آن‌ها چیست؟

● دلیل وارد نشدن طراحان ترکیه به ایران و عدم ارائه‌ی طرح‌های مدرن به شرکت‌های تولیدی ایرانی چیست؟!!

آیا وقت آن نرسیده که کمی بزرگ تر و وسیع تر بنگریم و بیاندیشیم؟ وقت آن نرسیده که اتاق فکرهای مشترک بین طراحان و تولید کنندگان به وجود آید؟ وقت آن نرسیده که با شیوه عمل صحیح خود جلوی ناملایمات بسیاری که از هر سو بر طراحان و تولید کنندگان، حمله کرده است را بگیریم؟ وقت آن نرسیده تا از مسئولین ذی ربط در صنعت نساجی کشور نیز کمک بخواهیم؟ وقت آن نرسیده تا در اتاق‌های فکر بین دو صنف طراح و تولید کننده، مسئولین ذی ربط در بخش نساجی کشور را دعوت کنیم؟

تا به کی کم کاری، قصور، کم فکری، به نفع شخصی و آنی خود فکر کردن، نشستن و تماشا کردن و نابود شدن‌های خود را دیدن و بر گردن دیگری انداختن؟ و با چند کلمه ساده‌ی نمی‌شود، نمی‌گذارند، نمی‌توانیم و ... صورت مسئله را پاک خواهیم کرد؟

توسعه‌های فناوریانه جدید در ماشین‌آلات ریسندگه ارائه‌شده در ITMA 2019

قاسم حیدری

کارشناس ارشد مهندسی نساجی دانشگاه امیرکبیر

تعداد داف‌ها، توجه به تنظیم فاصله‌ها و به کارگیری سنسور‌ها برای کاهش ضایعات در کنار افزایش کیفیت فتیله، تمرکز داشته و می‌توان گفت دست‌پر ظاهر شده است! این ماشین با چراغ‌های پارگی فتیله، داف بانکه، خطای شوت فید، خطای نمره فتیله و... زینت داده شده است. برای افزایش فتیله داخل بانکه تا ۸۳ کیلوگرم، از سیستم کوپلر ملایم (gentle) بهره گرفته و با بانکه ۱۲۰۰ میلی‌متری به جای ۱۰۰۰ میلی‌متری، ۴۳٪ به ظرفیت آن افزوده است. اقدامات انجام‌شده روی فاصله‌های سطوح کاردینگ در این کمپانی شامل افزایش قابلیت نزدیک‌تر کردن اتوماتیک سطوح کاردینگ تا ۰/۰۴ اینچ، بهره‌گرفتن از سیستم T-Go برای بهینه‌سازی فاصله‌ها، تنظیم فاصله‌های سیلندر، فلت متحرک توسط ۸ اسپیندل و تنظیم مجزای فاصله‌ها در سیلندر توسط سیستم T-CON۳ است. این محصول برای استفاده بهینه از مواد و کاهش ضایعات، از سنسور T-WCT بهره‌برده و از سنسور نوری TC-WTC برای بررسی کیفیت الیاف در تیکرین و متناسب با آن، تنظیم چاقویی‌های فلت‌ها توسط سروو موتور‌ها استفاده کرده است. کنترل‌نپ نیز به‌وسیله‌ی سنسور مجزای LC-NCT انجام می‌شود که سیستم مانیتورینگ کارخانه "My Mill" نپ را بررسی و ردیابی می‌کند.

شرکت «لاکشمی» برای کارد خود نه تنها سیستم کشش کارد ۲/۲ پنوماتیکی با اوتولولر کنترل‌شونده به‌وسیله‌ی سروو موتور تعبیه کرده، بلکه سیستم داف جدید شامل پیوندزن خودکار فتیله و مکانیسم الکتریکی برش فتیله بکار برده است و با افزایش حجم بانکه‌ها، افزایش سرعت تا ۷۰۰ متر بر دقیقه را مدعی است.

«مارزولی» ماشین‌خانه CMX را با اختراع مکانیسم جدید شانه کردن یک حرکتی، بجای مکانیسم حرکت جلو و عقب متداول، معرفی کرده که باعث کاهش مکش موردنیاز تا ۲۰٪ تا ۵۰٪ کاهش انرژی مصرفی، توان تولید را به ۱۱۵ کیلوگرم در ساعت رسانده است. «ریتر» شانه E۹۰ خود را با درایو هوشمند و ظرفیت تولید ۱۰۰ کیلوگرم در ساعت با کاهش محدودیت حداقل امکان استخراج الیاف کوتاه تا ۳ و کاهش مصرف انرژی تا ۴٪ ارائه کرده است.

تروشلر با شانه TCO۱۲ با کنترل نمره و بهینه‌کردن پیوند پایه میدان گذاشته است. در این سیستم، غلتک‌های جداساز در هر دو طرف به‌وسیله‌ی دو سروو موتور حرکت می‌کنند تا زمان پیوند و نحوه عملکرد پیوند و منحنی جداسازی قابل تنظیم باشد و علاوه بر آن برای خود ماشین تنظیم شود. کنترل بهینه پیوند به‌وسیله‌ی دو درایو دولول و درایو دولول، باعث کاهش تورشن تا ۷۵٪ و کاهش لرزش تا ۲۵٪ شده تا به این ترتیب ۵۴٪ تغییرات نمره را کاهش دهد. سایر ویژگی‌های ممتاز ماشین، میله فشار قابل تنظیم برای هدایت کنترل‌شده حتی برای الیاف کوتاه، و مانیتورینگ آنلاین کیفیت به‌وسیله‌ی سنسور TCO-DM برای مقدار CV نمره فتیله و اسپکتروگرام و... است. از جهت ویژگی‌های ناحیه کشش ماشین،

نمایشگاه «ایتما» هر چهار سال یک‌بار برگزار می‌شود که این بار بارسلونای اسپانیا در روزهای ۲۰ تا ۲۶ ام ماه ژوئن میزبان این نمایشگاه بود. در این نمایشگاه بیش از ۱۰۰ کمپانی/سازمان غرفه داشتند.

گزارشی که در ادامه طی سه موضوع کلی شرح داده خواهد شد، درباره‌ی توسعه‌ی ماشین‌آلات و فناوری‌های کمپانی‌های مختلفی است که در نمایشگاه ایما حضور داشتند:

۵ ماشین‌های مقدمات ریسندگی

«تروشلر»، «عدل بازکن دروازه‌ای» (portal) خود BO-P را با عرض کاری ۲۹۰۰ تا ۳۵۰۰ میلی‌متر و طول مسیر قابل پیمایش ۶۳ متر به نمایش گذاشت، هدف عدل بازکن جدید تروشلر، مجهز به دو غلتک بازکننده با ۲۵ دندانه بیشتر به دلیل نحوه چینش جدید دندانه‌ها شده که باعث افزایش توان تولید به اندازه‌ی ظرفیت ۲/۵ تا ۳ تن در ساعت شده است. علاوه بر این‌ها عرض کاری ماشین به اندازه‌ی ۵۰٪ افزایش یافته و مخلوط شدن عدل‌ها و الیاف ۲۵ تا ۴۰٪ بهبود یافته در حالی که فضای اشغال‌شده‌ی موردنیاز آن ۳۰ تا ۴۰٪ کاهش یافته است. از تجهیزات الکتریکی الحاق شده به عدل بازکن دروازه‌ای تروشلر می‌توان به کنترلر BR-WCT اشاره کرد که وظیفه‌ی شناسایی اجزای موجود در ضایعات اتاق مکش (blow room) را بر عهده دارد تا میزان الیاف غیرضروری از دست داده را ارزیابی کند و به‌وسیله‌ی موتورهای قابل تنظیم، چاقویی‌ها و میله‌های اجاقی (deflector blades) آن را کنترل می‌کند. علاوه بر این، پنج مدول برای اسکن اجسام خارجی داخل الیاف تعبیه شده است که شامل مدول اسکن اجزای رنگی، مدول شناسایی اجزای براق، مدول اجزای شفاف و نیمه شفاف، مدول ماورای بنفش برای اجزای فلوروسنت و مدول شناسایی اجزای لیفی شکل ظریف است. بدین ترتیب، هرگونه اجزای خارجی شناسایی و از صدمه دیدن سطوح مختلف ماشین‌های بعدی جلوگیری می‌شود.

شرکت «ریتر» با ماشین کارد C۸۰ ادعا کرده که با افزایش قابل توجه عرض ماشین تا ۱/۲۸ سانتیمتر و در نتیجه افزایش نواحی عملیات کاردینگ، باعث کاهش عیوب نخ شده و توانسته تولید ماشین را ۳۰٪ افزایش و انرژی مصرفی را ۲۰٪ کاهش دهد.

شرکت «مارزولی» نوعی ماشین کارد C۷۰۳ را ارائه کرده که با بهره‌گیری از ۳۲ فلت، سطح کاردینگ ۳/۷۴ مترمربع افزایش داده است که شامل سه سطح مجزای سطح سیلندر (۱/۵۷ مترمربع) سطح دافر (۱/۰۸ مترمربع) و سطح تیکرین (۱/۰۹ مترمربع) می‌شود.

شرکت «زاورر» نه تنها مکانیسم تعویض یکپارچه بانکه، سیستم جدید متال دکتور و اوتولولر با دامنه میکرو-کوتاه را ارائه کرده است، بلکه مدعی شده که سطح کاردینگ را به ۴/۲ مترمربع رسانده است.

«تروشلر» برای آخرین کارد خود TC۱۹۱ روی پارامترهای کاربری آسان‌تر، کاهش



«ایرجت زاورر» هم‌زمان قادر است ۲۴ پیوند بدون افت فشار هوا بزند و زمان پیوند هم ۳۰٪ کاهش یافته و ماشین دو طرفه بوده و فضای اشغالی ۴۰٪ کاهش یافته است. چهار لات متفاوت در آن واحد می‌تواند داشته باشد و تغییر لات بدون توقف امکان پذیر است. علاوه بر این تست (آزمون) تک تک چشمه‌ها در حالی که سایر چشمه‌ها در حال تولید هستند نیز میسر است؛ در واقع با توان حداکثر سرعت تولید ۵۰۰ متر بر دقیقه. لاکشمی ماشین دو طرفه با ۲۰۰ درام و ربات پیوندزن و حداکثر سرعت ۵۵۰ متر بر دقیقه به بارسلونا آورد. ریت‌مدی ست که برای پنبه ۱۰۰٪ شانه ماشین ایرجت ۲۶ مناسب است و زیر دست نرم، رنگ‌پذیری خوب، حفظ حالت، مقاومت گلوله‌ای شدن (pilling) و شستشوی خوب نخ پنبه‌ای حاصل را به نمایش می‌گذارد.

ماشین آلات تکمیلی ریسندگی (PostSpinning):

لاکشمی با L.AW۶۰ مجهز به اتودافرو تغذیه خودکار به میدان آمد. برای تغذیه خودکار ماسوره از رینگ به اتوآیندرش، از پایه ماسوره (peg) های مشابه ماشین رینگ بهره جست و حداکثر سرعت آن را ۲۲۰۰ متر بر دقیقه بیان کرد. علاوه بر این، برای پیچش نخ‌های ضخیم، ایستگاه‌های دوپل آماده‌سازی تغذیه را ارائه کرد.

سایو با MultiLink قادر است یک وایندر به وسیله‌ی دو یا سه رینگ تغذیه شود. موراتک با ماشین ConerII QPro EX طبقه‌بندی وسیع نمره نخ از ۳ تا ۱۵۲ Ne را بر روی بوبین‌های با زوایای صفر تا ۵۷۵ با سرعت ۲۲۰۰ متر بر دقیقه برمی‌گرداند و پیچش استوار از استارت تا توقف به علت فید بک آنی تنش نخ ممکن شده است. علاوه بر این‌ها، طول شمار فوق دقیق با خطای کمتر از ۰/۳٪، دارای شاتر ساکشن جهت محدود کردن ساکشن هوای غیر ضروری، کاتر سرامیکی بدون نیاز به روان کاری از مشخصات این محصول است. پیوند بادی نخ استرج اسپاندکس مغزی پنبه‌ای و مصنوعی، تعویض بوبین با سرعت بالا، سیستم تغذیه بوبین خالی و داف بدون وقفه در هنگام کار، باز شدن آسان و سریع نخ از ماسوره و کنترل آن، سرنخ یابی سریع و سنسور تشخیص وایبره غیر نرمال بوبین را می‌توان از ویژگی‌های آن برشمرد.

در انتها، زاورر نیز با مزایای کالیبره کردن خودکار تیوب ساکشن و بازوی تغذیه پیوندزن، مکانیسم تشخیص پیچش دور درام، پیوندزن هوشمند انواع نخ‌ها اعم از الاستو و ترمو، مسیر عبور نخ به صورت مستقیم و اندازه‌گیری طول دقیق نخ با اختلاف حداکثر ۱٪ ماشین خود را معرفی کرد.

ناگفته نماند که نمایشگاه ایتمای ۲۰۲۳ در میلان ایتالیا برگزار خواهد شد، با فناوری‌های جذاب‌تر و خارق‌العاده‌تر!

طراحی ناحیه کشش شانه، مشابه ناحیه کشش ماشین پاساژ به صورت سه به چهار برای کاهش زاویه انحنا است، تاپ رولرها هم با اعمال فشار به وسیله‌ی نیروی پنوماتیکی و ثبت اختراع فناوری جدید بلبرینگ‌ها برای حداقل افزایش دما تعبیه شده‌اند.

علاوه بر این‌ها، «شلومبرگر» شانه ERA با درایو چند سروو موتوری برای انواع مختلف مواد ارائه کرده است و تروشر برای ماشین‌های کشش قفسه هوشمند طراحی کرده است و با سنسور، فتیله ثابت را از فتیله متحرک تشخیص می‌دهد.

«ریت» در فلایر F۴۰ فازهای کوتاه تغییر بوبین و زمان داف کوتاه ۹۰ ثانیه‌ای را ارائه کرده است. آن‌ها برای بهبود پیچش، برای اولین بار، درایو بوبین را روی خود ریل قرار داده‌اند.

ماشین آلات ریسندگی

شرکت «مارزولی» هم رینگ ۲۴۰۰ اسپیندلی MDS۲.۴ Hyper ارائه کرد. ریت‌ر برای G۳۲ با کمک کمپانی سوسن، سیستم کامپکت راحت نصب شو و باز شو ارائه کرد. که با درام سوراخ‌دار و آپرون پنوماتیکی، با صرف انرژی کمتر از یک وات برای هر اسپیندل، نخ با بیشترین استحکام و حداقل پرز تولید می‌شود. برای الیاف استاندارد و نخ متداول ۸۰-۲۰ Ne که در واقع سیستم کامپکت مجزایی که مناسب برای همه رینگ‌ها است و به وسیله‌ی کانال Y شکل، الیاف ۲ بار کامپکت می‌شوند و حداقل انرژی مصرفی را ارائه می‌کند. البته ناگفته نماند که با ربات پیوندزن رینگ هم توانست جلب توجه کند. شرکت لاکشمی هم پیوندزن رینگ ارائه کرده، اما نوع و نحوه پیوندش مانند پیوند زن دستی است.

آمس‌لر با سیستم Core V علی‌رغم ساده‌تر کردن کار گذاری، بهبود مرکز قرار گرفتن نخ الاستان را مدعی است و برای فیلامنت، سیستم مانیتورینگ و برای نیمچه نخ، مکانیسم توقف تغذیه را تعبیه کرده است.

ریت‌ر R۳۷ با سیستم خروج ضایعات بهینه، جهت کاهش پارگی‌ها تا ۸٪ و اسپین باکس بهینه با قابلیت تعویض کانال ضایعات، مدعی است هر نوع الیاف و مواد خامی را می‌تواند برپسد. ارتفاع پایین ماشین، داف و تعویض بوبین بدون پارگی نخ از دیگر مزایای فناوریانه این ماشین است.

ریت‌ر RV۰ نیز با درایوهای مخصوص هر چشمه، ساکشن مؤثرتر، فیلترهای هوای مخصوص جهت کاهش مصرف انرژی و دو لات متفاوت در هر طرف ماشین خودنمایی می‌کند.

ایرجت EX۸۷۰ موراتک با سرعت ۵۵۰ متر بر دقیقه برای نخ ۳۰ Ne (پلی استر ۱/۲ دنیر و ۳۸ میلی‌متر) و برای مخلوط ۵۰٪ آن با پنبه آمریکا، با نمره فتیله ۶۴ گرین بر یارد با سرعت ۵۲۰ متر بر دقیقه می‌تواند نخ برپسد.

نبود خلاقیت، حلقه گمشده غالب طراحان



فرهاد اسلانی
مدیر بازرگانی شرکت کسب

اما آیا این قبیل شرکت‌ها توانایی حضور در بازار خارجی را دارند؟ مسلمان‌بازار خارجی جایی برای شکوفایی آن‌ها نیست؛ زیرا هنری نیز برای نمایش ندارند. آن‌ها بعد از چند سال فعالیت در بازار داخلی نیز به صورت خود کار از دور حذف خواهند شد. چنانچه در سال‌های اخیر تعدادی از شرکت‌ها برای اینکه بتوانند در بخش تولید بمانند مجبور به تغییر در رویه خود شده‌اند.

شاید یکی از بزرگ‌ترین اثرات مثبت بر ندینگ همین مسئله باشد. طبق گفته اکثر طراحان، شرکت‌های برندی برای یک یا دو میلیون مبلغ پایین‌تر در خرید طرح کپی، اعتبار، آبرو و زحمات چندین ساله خود را فدای می‌کنند.

به همین دلیل این بر ندینگ در میان طراحان هم باید صورت بگیرد. یعنی هر طراحی شناسنامه و اصالت کار خود را حفظ کند و با استفاده از خلاقیت منحصر به فرد خود و خلق آثاری خاص، اجازه ندهد طرح‌های خود را به صورت غیر مستقیم و بدون نیاز به ثبت رسمی به افراد سودجو کپی کنند. امروز در فضای بین المللی افراد و چهره‌های شاخصی وجود دارند که هر کسی نمی‌تواند به راحتی طرح‌های آن‌ها را کپی کند. «حسین رضوانی» در خارج از کشور و یا «میر مولا ثریا» در داخل کشور نمونه‌های شاخصی از این افراد صاحب‌نام است.

شاید بتوان گفت مؤلفه گم‌شده طراحان عزیز همان خلاقیت است. نبود خلاقیت و کارهای تکراری این اجازه را در اختیار افراد کپی کار و سودجو قرار می‌دهد تا به راحتی هر چه تمام‌تر حتی در برخی موارد با کوچک‌ترین تغییر یا به اصطلاح خودشان «کلاژ» نمونه‌های مشابهی تولید کنند. در همین نمایشگاهی که دو ماه قبل برگزار شد شما با نیم‌نگاهی به طرح‌های موجود در غرفه‌ها متوجه می‌شدید که تکراری بودن فرش‌ها در یک سری از شرکت‌های گمنام وجود داشت.

بعد دیگر ماجرا چیست؟ تشویق جوانان مشتاق به طراحی و کارهای هنری به کپی کاری و رسیدن به سود در کوتاه‌مدت - که یک فاجعه کشوری رقم می‌زند - با طرح کپی و خرید مداوم از کپی کار، یک شرکت تولید کننده تا چند سال می‌تواند به کار خود ادامه دهد؟

با تمام تفاسیر، در همین شرایط فعلی نباید خیلی سیاه به قضیه نگریست! به افرادی توجه کرد که حاضر به همکاری با شرکت‌ها و کپی کاران غیر متعهد نشده‌اند. در نتیجه رفتار آن‌ها را در محصولات به صورت حرفه‌ای در کشور عرضه می‌شود و حتی به صورت جهانی صادر می‌شود، به عنوان نشانه‌ای از موفقیتشان، دید.

در طی سالیان متمادی شرکت‌های زیادی در ابتدای کار به این شیوه رفتار کرده‌اند در واقع به نوعی می‌توان گفت این امر، تبدیل به یک فرهنگ و سنت در میان اهالی صنعت شده است. به طوری که می‌توان گفت بسیاری از افراد در این مسئله درگیر هستند و تغییر این چنین وضعیتی نیاز به زمان، فرهنگ‌سازی و تعدادی افراد پیشرو دارد تا هزینه این کار را به جان بخرند.

شاید یکی دیگر از حلقه‌های گمشده داستان رخ داده عدم وجود تعهد و اخلاق در میان برخی افراد شاغل در این صنعت است که منتج به سرایت آن به کل صنعت همچون بیماری واگیر دار می‌شود. در آخر چه باید کرد و چه راهکاری در پیش گرفت؟ در وضعیت فعلی نمی‌توان کار یک شبه برای حل این مشکل انجام داد و باید کمی هم منتظر عنصر زمان در حل ماجرا بود؛ اما در عین حال وجود افراد متعهد، خلاق و اخلاق مدار را غنیمت شمرد و پیرو راهی بود که آن‌ها در پیش گرفته‌اند. شاید شرکت‌ها همین که در طول سال تعداد طرح‌های کپی و غیر اختصاصی خود را پایین بیاورند، کافی باشد و در درازمدت به نتیجه مطلوب برسند. در واقع بایستی با صبر و حوصله و با کمک زمان، مسیری را اتخاذ کرد که دیگران نیز خواه یا ناخواه در آن قدم بردارند.

مسئله کپی کاری در میان طراحان و تولید کنندگان و تکرار مکرر آن در سال‌های گذشته ما را بر آن داشت تا به بررسی عمیق مسئله ابتدا در میان طراحان و سپس در میان تولید کنندگان، برویم. شاید تنها جایی که کپی کاری بسیار مشهود و قابل لمس باشد نمایشگاه فرش ماشینی و گرد هم آمدن تعداد زیادی تولید کننده در یک مکان باشد. آن زمان است که حداقل با یک جستجوی ساده در میان غرفه‌ها متوجه موضوع خواهیم شد. بیایید تصور کنیم که تنها نکته مثبت نمایشگاه همین باشد؛ «پی بردن به حجم کپی کاری در میان شرکت‌ها». پس چرا پس از گذشت ده سال بر گزاری یک نمایشگاه و مشاهده آن هیچ اعتراض و صدای واحدی از میان طراحان و تولید کنندگان به گوش نمی‌رسد؟ چرا تا به امروز صدای آن‌هایی که خواهان توقف این مسیر بودند به گوش بقیه نرسیده؟ چه کسانی در این میان مقصرند؟ چرا هیچ نشریه و رسانه تخصصی حوزه نساجی به صورت ویژه به این مسئله نپرداخته است؟ چرا طراحی که به دنبال توقف این مسئله بودند، پس از مدتی تلاش کار رانیمه کارها کرده‌اند؟ چرا اکثر شرکت‌ها نسبت به این مسئله ساکت بوده‌اند؟

مجموعه «حلقه کهن» تصمیم گرفت با کمک تعدادی از اساتید دانشگاه و طراحان عزیز نسبت به این مسئله واکنش نشان دهد و دیگران را برای همراهی دعوت کنند. در این شماره به همین منظور سراغ تعدادی از طراحانی که سالیان زیادی است در حوزه فرش ماشینی مشغول به کار هستند رفتیم تا گفت و گویی با آن‌ها داشته باشیم. تصمیم داریم در ادامه بررسی‌های مورد نیاز به سراغ تولید کنندگان برویم و نظر آن‌ها را در این زمینه جویا شویم.

شاید در نگاه اول کپی شدن یک طرح مسئله‌ای پیش پا افتاده باشد اما ما در این یادداشت می‌خواهیم به شما بگوییم، عمق مسئله فراتر از آن چیزی است که اکثرمان تصور کنیم. اما لازم است ابتدا به ظاهر این ماجرا توجه شود؛ یک طرح توسط طراح و یا افراد نزدیک به او کپی می‌شود، آن هم با قصد فروش به چند شرکت به صورت هم زمان. این در حالی است که همه طرفین ماجرا سود بردانند؛ در واقع شرکت خریدار به قیمت پایین به یک طرح رسیده و کپی کار نیز به سود صدد ری رسیده است.

اما اصل قضیه چیست؟ تولید کنندگان عزیز می‌دانند تولید با یک طرح کپی تبعات بسیاری برای آن‌ها دارد؛ در وهله اول «تست بافی» به صورت فاجعه باری افزایش می‌یابد. که در این صورت با افزایش هزینه‌هایی طرفیم که شاید تولید کننده متوجه آن نباشد. شاید اگر هزینه‌های انرژی در کشور پایین نبود شرکت‌ها به سراغ طرح‌های کپی نمی‌رفتند که نتیجه‌ی آن حداقل ده دور تست بافی باشد.

طرح کپی آن چنان که از اسم آن مشخص است هیچ ارزش معنوی و بر ندینگ معتبری را برای شرکت به همراه ندارد. شما طرحی تولید کرده‌اید که هم زمان به وسیله‌ی چند شرکت دیگر تولید شده، طرحی که از لحاظ هنری ایرادهای بسیاری به آن وارد است. اگر بخواهیم خیلی ساده به یکی از آن‌ها اشاره کنیم «ری ساین» رخ داده؛ تغییر موقعیت نقاط در طرح کپی نسبت به طرح اصلی به دلیل ری ساین صورت گرفته است. غالباً شما طرح کپی ۱۰۰۰ شانه‌ای را خریداری می‌کنید که طرح اصلی ۱۲۰۰ شانه‌ای به وسیله‌ی شرکت دیگری تولید شده است.

کلیت ماجرا زمانی که به صورت عمقی و دقیق به آن نگاه می‌کنیم، چیست؟ این قضیه در ابتدا یک معامله‌ی پر سود برای دو طرف ماجرا است؛ اما دیگر کپی کار به عنوان شخص کپی کننده طرح، شناخته می‌شود. او اعتبار و جایگاهی ندارد و مشتریان آن غالباً شرکت‌هایی هستند که صرفاً طرح کپی تولید می‌کنند و از اعتباری در جامعه بهره‌مند نیستند.



شرکت پلیمر سازان سینا دلیجان

ثبت ۱۲۲۹

تولید کننده انواع گرانول ریسایکل پلی استر
و مستربچ رنگی پایه پت



تلفن : ۵ - ۴۴۴۳۳۸۷۲ (۰۸۶)

WebSite : www.polymersazanco.com

Email : info@polymersazanco.com



نرم افزار تغییر طرح و رنگ پارچه سافت دکور

کاربرد ها :

samples:



بکارگیری این نرم افزار در وامد تولید و فروش، شما را قادر می سازد تا تعداد نامحدود
ممصول را با متریال دلخواه بصورت مجازی شبیه سازی و طراحی کنید

مبلان

تولید کنندگان و گالری های مبلان
تغییر رویه مبلان در حضور مشتری



لباس

تولید کنندگان و گالری های پارچه و البسه
پرو مجازی لباس



گالری پرده

تولید کنندگان و گالری های پرده
نصب مجازی و تغییر طرح و رنگ پارچه پرده



دکوراسیون داخلی

نصب مجازی کاغذ دیواری، پارکت
کفپوش، سرامیک و ...



کالای خواب

پرو مجازی طرح های متفاوت
پارچه بر روی کالای خواب



0910 510 2565
021 77 134 311

دفتر مرکزی: تهران، نارمک، میدان ۶۹، پلاک ۱۷



www.SoftDecor.ir



شرکت توسعه خدمات مهندسی نساجی راینو

Raino Textile Engineering Services Developing Co.

تنها شرکت تخصصی خدمات مهندسی فرش ماشینی در ایران



- ارائه انواع خدمات مهندسی و مشاوره تخصصی در صنعت فرش ماشینی و صنایع وابسته
- مشاوره عیب یابی خط تولید فرش ماشینی و محصولات و ارائه راه حل
- مشاوره خدمات آزمایشگاهی و ارائه تجهیزات تخصصی آزمایشگاهی صنعت فرش ماشینی
- برگزاری کارگاه های آموزشی تخصصی فرش ماشینی متناسب با نیاز کارخانجات و مجموعه های بزرگ فروش فرش ماشینی
- مشاوره مدیریتی در زمینه سیستم های نوین ارتباط با مشتریان CRM

| برخی از شرکت ها و مجموعه هایی که کلینیک فرش دکتر دیاری تاکنون افتخار همکاری با آنها را داشته است.



مرکز تخصصی تولید لوازم جانبی فرش

(اسپری لکه بر فرش، انواع ترمز فرش، انواع کیت های لکه بری فرش و ...)

صادرکننده لوازم جانبی فرش به بیش از 10 کشور جهان



کلینیک فرش دکتر دیاری
Dr. Dayiary Carpet Clinic



با عضویت در کانال تلگرام کلینیک تخصصی فرش دکتر دیاری اطلاعات علمی و فنی خود را در زمینه فرش ماشینی تکمیل کنید.

@Dr_Dayiary_Carpet_Clinic

تهران، خیابان انقلاب، پج شمیران، ساختمان تنکابن، پلاک ۳۵۲، طبقه ۶، واحد ۳۱ ■
آران و بیدگل، شهرک صنعتی سلیمان صباحی، بلوار دکتر اسلامی، مجتمع ذوالفقار ■

تلفن: ۰۲۱-۷۷۶۸۲۷۸۲-۴ فکس: ۰۲۱-۷۷۶۸۲۷۸۴
تلفن: ۰۳۱-۵۴۷۵۰۷۸۰-۲ فکس: ۰۳۱-۵۴۷۵۰۷۸۲

www.rainotex.com

info@rainotex.com



AKHAVAN
RUGS

قالی‌اخوان



محصول جدید فرش اطمینان

۷۰۰ شانه ده رنگ گلبرجسته



پذیرش نمایندگی فعال در شهرستان‌ها

تلفن واحد فروش: ۰۳۱ ۵۴ ۷۵ ۰۴ ۳۹

تلفن: ۰۳۱ ۵۴ ۷۵ ۹۴ ۵۴ - ۵۴ ۷۵ ۹۴ ۶۰

فکس: ۰۳۱ ۵۴ ۷۵ ۹۴ ۸۸

نشانی: آران و بیدگل، منطقه صنعتی سلیمان صباچی

بلوار هیئت امناء، حدفاصل میدان ولایت و تعاون

دفتر تهران: خیابان قزوین، خیابان سبحانی (۱۶متری امیری)، بعد از سه راه شبیری، شماره ۹۳

تلفن: ۰۲۱ ۵۵ ۷۱ ۳۵ ۱۴ - ۵۵ ۷۲ ۹۵ ۷۵

www.akhavanrug.com Akhavanrug

یازدهمین نمایشگاه فرش ماشینی و موکت تهران، موفقیت فراتر از انتظارات



گزارش اختصاصی «مجله نساجی کهن» از یازدهمین دوره نمایشگاه فرش ماشینی و موکت تهران

یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی «کف‌پوش، موکت، فرش ماشینی و صنایع وابسته» که از تاریخ ۲۲ تا ۲۵ شهریورماه و با حضور ۱۲۵ شرکت‌کننده در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد، نشان داد که صنعت فرش ماشینی ایرانی - به‌رغم تمامی مشکلات و موانع - توانسته است به شکل تقریباً موفقیت‌آمیزی، بازارهای ایران را از آن خود کند. علاوه بر آن با صادرات گسترده این محصول به کشورهای همسایه، مشخص شد که تحریم‌ها به‌رغم ایجاد موانع بسیار، نمی‌توانند تولیدکنندگان ایرانی فرش را مأیوس کنند.

یازدهمین نمایشگاه فرش ماشینی و موکت تهران به گفته اکثر شرکت‌های حاضر بسیار خوب و پررونق برگزار شد و حتی از سال گذشته نیز دارای بهره‌وری بالاتری برای شرکت‌ها بود.

«مجله نساجی کهن» مانند ۱۰ دوره گذشته، تنها حامی مطبوعاتی این نمایشگاه بوده است، ویژه‌نامه و خبرنامه اختصاصی این رویداد را چاپ کرد.

سالن‌های تحت پوشش: ۲۷-۲۵A-۶-۷-۸، ۹

تاریخ شروع: جمعه ۱۳۹۸/۰۶/۲۲ (۲۰۱۹/۱۳/۰۹)

تاریخ پایان: دوشنبه ۱۳۹۸/۰۶/۲۵ (۲۰۱۹/۱۶/۰۹)

زمان بازدید: ۱۰ الی ۱۸

عنوان نمایشگاه: یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی انواع کف‌پوش، موکت و فرش ماشینی ۹۸

شرکت برگزارکننده: شرکت توسعه اوراسیا نوید

محل برگزاری: تهران، بزرگراه چمران - نمایشگاه بین‌المللی تهران

لیست شرکت‌کنندگان در نمایشگاه فرش ماشینی و موکت تهران:

از مهم‌ترین شرکت‌های حاضر در نمایشگاه امسال می‌توان به شرکت‌های: قالی سلیمان - فرش قیطان - فرش زمرد کاشان - فرش مینیاتور - فرش بهشتی - سرای ابریشم - فرش پردیسان دلبران - فرش خاطره کاشان - فرش زمرد مشهد - فرش شاهرخ - فرش ابریشم شمال - فرش الماس کویر کرمان - قصر ایرانیان - فرش اویال - فرش پرنیان - فرش آرشام - نیما یافت - رویال گولد - فرش بوستان ترمه - تمدن فرش - مهر و ماه - سرو سازه ماندگار - فرش مهستان - فرش شادالین - نگین مشهد - تابان - سروش پایتخت - فرش اکسیر - ستاره طلایی ملت - ظریف مصور - نوین تکنیک - چهل تکه - کرک یزد - فرش داریوش - موکت پارس - دیاکو - موکت بابل - مه - ترنج - فرش عقیق - فرش بهارستان - فرش سپاس نور بیدگل - فرش مهر آریا - موکت نگین مشهد - فرش مجلل - فرش اطمینان - فرشینه - آسان فرش تجار - نساجی - تندیس کاشان - فرش عرش - زرین سیلک - فرش یکتا قالی سلیمان - فرش آویسا و اکسا لیاف ترکیه اشاره کرد.

هزینه ثبت نام در نمایشگاه برای غرفه گذاران چقدر بود؟

هزینه هر مترمربع فضای سرپوشیده در سالن های ۶-۷-۸-۹ برابر ۱۲۷۰۰۰۰ ریال (صد و بیست و دو هزار تومان)

هزینه هر مترمربع فضای سرپوشیده در سالن های ۱۰-۱۱-۱۲ برابر ۱۲۲۷۰۰۰۰ ریال (صد و هفده هزار تومان)

هزینه هر مترمربع فضای سرپوشیده در سالن های ۱۲-۱۳-۲۵ برابر ۱۱۲۰۰۰۰ ریال (صد و هفت هزار تومان)

هزینه هر مترمربع فضای باز برابر ۵۷۰۰۰۰ ریال (پنجاه و هفت هزار تومان)

دروغ ۱۳ نمایشگاه فرش ماشینی: انتقال نمایشگاه به کاشان

هرچند نمایشگاه امسال در تاریخ سیزدهم ماه شهریور، برگزار نشد؛ اما همه جا زمزمه هایی دهان به دهان می چرخید که این نمایشگاه باید سال بعد به کاشان منتقل شود. این موضوع - که به نظر بیشتر شبیه به یک شایعه می رسید - ما را بران داشت تا از حاضرین در نمایشگاه این سؤال را بپرسیم که آیا واقعا چنین امری ممکن است؟ و در جواب پاسخ های جالبی دریافت کردیم؛ درواقع درصد بالایی از کارشناسان و مدیران شرکت ها به صراحت با این امر مخالف بودند. بدیهی است که برگزاری نمایشگاه فرش ماشینی و موکت تهران در کاشان - قلب تولید فرش ماشینی ایران - امری انکارناپذیر است و می تواند اتفاق بیافتد؛ اما وقتی صحبت از شواهد، قرائن، امکانات و زیرساخت ها می شود هر کارشناسی که به دوراز تعصب و واقع گرا باشد آن را رد می کند.

کپی کاری، مشهودترین مسئله در نمایشگاه فرش ماشینی

می توان گفت هرساله اهالی فرش ماشینی می دانند که در نیمه دوم شهریورماه باید در رویدادی حاضر شوند که در منطقه خاورمیانه و بلکه به جرأت بتوان گفت در دنیا شناخته شده است. می توان با غرور گفت که نمایشگاه فرش ماشینی و موکت تهران میزبان

بازرگانی از هر گوشه دنیا است. این در حالی است که کشور ما هم شرایط اقتصادی خوبی را ندارد و در دورانی است که تحریم های سختی را پشت سر می گذراند. در این وضعیت حضور تجار و فعالان اقتصادی از کشورهای مختلف، نشان از اهمیت فرش ماشینی ایرانی در بازار جهانی دارد.

شاید جالب باشد بدانید، طی مشاهدات عینی خبرنگاران «مجله نساجی کهن» در این نمایشگاه از کشور ترکیه خریداران فرش زیادی حضور داشتند. نکته جالب در مورد حضور ترک ها در ایران این است که آن ها خودشان در دنیا برترین شرکت های تولیدکننده و صادرکننده فرش ماشینی را دارند؛ اما همچنان فرش ایرانی را از نظر نقشه و طرح برتر از محصولات دیگر شرکت های دنیا می دانند. آن ها، اصالت فرش ایرانی را بی دلیل و بی رقیب می دانند و به همین دلیل است که حضور پررنگی در نمایشگاه فرش ماشینی داشتند.

بعد از ترک ها حضور بازرگانان عرب، روس و چین از نکات جالب توجه دیگر نمایشگاه بود. شیخ های عرب که از دیرباز مشتری فرش ایرانی هستند به وضوح در اکثر غرفه ها مشاهده می شدند. چینی ها و روس ها نیز - که در چند سال اخیر جز معدود هم پیمانان اقتصادی ما در دنیا به شمار می روند - در نمایشگاه حضوری فعال داشتند و می توان گفت، فرش ایرانی آن قدر با اهمیت باشد که آن ها را وادار می کند به تحریم ها توجهی نکنند. شاید حضور برخی تجار از کشورهای حوزه آمریکای لاتین در نمایشگاه برای همه ما جالب و کمی غیرقابل باور باشد؛ اما مشاهدات عینی خبرنگاران مجله کهن به وضوح این ادعا را ثابت می کند.

یکی از شرکت های ترک که اتفاقاً الیاف مورد استفاده برخی از شرکت های ایرانی را نیز تهیه می کند به خبرنگار «مجله کهن» گفت که ما هرچه تلاش کنیم در طرح و نقش با اصالت، نمی توانیم با ایران رقابت کنیم. امسال نمایشگاه فرش ماشینی و موکت، در حالی یازدهمین دوره خود را گذراند که حرف وحدت های فراوانی در مورد محل برگزاری آن بود. حتی در طول نمایشگاه نیز برخی از مدیران شرکت ها در طی مصاحبه های تصویری که با «مجله کهن» داشتند عنوان کردند سال بعد بایستی نمایشگاه فرش ماشینی در کاشان برگزار شود.

نظرات مختلفی پیرامون برگزاری نمایشگاه در شهر کاشان وجود دارد؛ برخی کاشان را آماده برگزاری رویداد فرش می دانند و در مقابل برخی نیز نبود زیرساخت های لازم را دلیل عدم برگزاری در کاشان عنوان می کنند؛ اما چه باید کرد؟ آیا باید هرسال سه چهار ماه قبل از برگزاری با مطرح کردن چنین حاشیه هایی به برگزاری نمایشگاه ضربه زد؟

همه ما می دانیم که مطرح شدن چنین مباحثی بدون نظر کارشناسی، دقیق و بدون هیچ پشتوانه ای تخصصی، اولین و مهلک ترین ضربه را به صنعت فرش ماشینی کشور وارد می کند. ما قبول داریم که فضای «نمایشگاه چمران» کمبودهایی دارد اما باید پذیرفت در حال حاضر تنها مجموعه ای که حداقل استانداردهای لازم برای برگزاری یک رویداد بین المللی و درخور شأن فرش ماشینی را داشته باشد، همین محل دائمی نمایشگاه های تهران هست.

ما نیز پذیرفته ایم که امکانات در برخی از سالن ها بهتر از سایر سالن ها است. اما وقتی مسئله کمبود بازدیدکننده از طرف یک شرکت حاضر در سالن ۷ مطرح می شود درحالی که شرکتی در همان سالن و در کنار غرفه ای آن شرکت اول، به این مسئله اشاره ای ندارد، می توان این را ضعف شرکت اول در جذب مشتری دانست که می خواهد آن قصور و ضعف را به دیگری نسبت دهد.

آنچه مسلم است عدم آمادگی شهر کاشان برای برگزاری نمایشگاه بین المللی فرش است. آن هم نه تنها به دلیل نبود امکانات، بلکه مجری برگزارکننده ای که سابقه برگزاری چند دوره نمایشگاه استانی، کشوری و یا بین المللی را داشته باشد در حال حاضر وجود ندارد. از سویی دیگر، کسی طرح توجهی این نمایشگاه در کاشان را تأیید نمی کند چراکه سرمایه گذاری برای فضایی به مترائ حداقل ۲۰ هزار مترمربع آن هم جهت بهره برداری از آن صرفاً برای برگزاری نمایشگاه صرفه اقتصادی چندانی برای هیچ سرمایه گذار بخش خصوصی و دولتی ندارد.

اما بسیاری از بازدیدکنندگان بر این عقیده بودند که نمایشگاه فرش ماشینی و موکت تهران از نظر طرح و نقش محتوای جدیدی برای ارائه نداشت و همه شرکت ها از طرح های کپی استفاده کرده بودند.

نخ فرش درالون آلمان



غرفه شرکت فرش شاهرخ - نمایشگاه فرش ماشینی و موکت تهران



فرش باعث شده است تا تولیدکنندگان داخلی فعال تر شوند و اکنون حدود ۴۰ درصد تولید فرش ماشینی در ایران، مازاد بر مصرف محسوب می شود و بدین ترتیب امکان صادر کردن این حجم از محصول برای تولیدکنندگان ایجاد شده است. درعین حال تحریم های غیرقانونی آمریکا علیه ایران، باعث شده است تا موانعی جدی بر سر راه تولیدکنندگان ایرانی برای مشارکت در بازار جهانی ایجاد شود و آنان برای حضور در بازارهای جهانی و به ویژه بازارهای اروپایی، با دشواری روبرو شوند. باین حال همچنان مشتریان عمده فرش ماشینی ایرانی در کشورهای همسایه حضور دارند و مبادله با مشتریانی از این کشورها همچنان ممکن است.

عرضه آخرین طرح ها، رسالت نمایشگاه فرش

«محمدرضا محسن شیرازی» دبیر اتحادیه «فرش ماشینی و موکت تهران» در ارتباط با وضعیت یازدهمین نمایشگاه فرش ماشینی تهران گفت: «رسالت نمایشگاه عرضه کالا به مشتریان و نظرسنجی نسبت به نوع بافت و کیفیت فرش های تولیدکنندگان است و در این نمایشگاه از آخرین مدل فرش ها و طرح های آن ها رونمایی می شود؛ و می توان گفت کشورهای همسایه، همچنان مشتریان ثابت و پروپاقرص فرش ماشینی ایرانی هستند.»

وی ضمن اشاره به شرایط مشارکت مشتریان خارجی نیز گفت: «مشتریان خارجی بازار فرش ماشینی ایران در یکی دو سال گذشته کمتر شده اند؛ اما امسال از کشورهای عراق، افغانستان، کویت و دیگر کشورهای منطقه مشتریانی در این نمایشگاه حضور داشته اند و می توان گفت وضعیت مشارکت شرکت کنندگان خارجی در مقایسه با سال قبل، بهتر شده است.»

به نظر دبیر اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران: «مشکلات ارزی باعث شده است تا شرکت کنندگان خارجی در ایران کمتر حضور یابند. اگر مشکلات ارزی برطرف گردد، نمایشگاه فرش ماشینی تهران می تواند تبدیل به یکی از نمایشگاه های محوری این حوزه در جهان شود.» وی ضمن اشاره به مشکلات ارزی موجود در این صنعت، افزود: «انتقال پول، اکنون دشوار است و امکان ارتباط با تمامی کشورها ممکن نیست و بدین ترتیب دست تولیدکنندگان بسته شده است.»

قوانین متعدد و دست و پاگیر، مانع اصلی بر سر راه صنعت فرش ماشینی تولیدکنندگان عمده فرش در ایران، با مشکلاتی نظیر دشواری ورود مواد خام،

درمیان مصاحبه ها نکته ی جالب توجه آن بود که مدیر فروش یکی از شرکت های معتبر، به خبرنگار «مجله کهن» گفت: با یک جستجوی ساده در نمایشگاه و درمیان غرفه ها متوجه میزان بالای کپی کاری شرکت ها خواهید شد و این خود بزرگ ترین آفت فرش ماشینی به شمار می رود. به جرأت می توانم به شما بگویم که یک فرش با همان طرح، نقش و فقط با تغییرات بسیار اندک در برخی غرفه ها وجود دارد. ایشان دلیل این مسئله را متوجه طراحان دانست و عنوان کردند: «یک طراح حاضر نیست طرحش را برای مثال باقیمت ۵۰ میلیون به یک شرکت بفروشد و ترجیح می دهد همان طرح را باقیمت ۱۰ میلیون به ده شرکت بفروشد تا درآمد بیشتری نصیبش گردد.»

نمایشگاهی پرونق تر از سال پیش

این نمایشگاه طبق اطلاعات موجود در پایگاه مجازی «شرکت سهامی نمایشگاه های بین المللی جمهوری اسلامی ایران» ۱۲۵ مشارکت کننده داشت که بنا بر اظهارات مسئولان اتحادیه «فرش ماشینی و موکت تهران» شامل تولیدکنندگان داخلی بوده اند که کمتر شرکت کنندگان خارجی در آن حضور یافته اند.

این نمایشگاه تنها به تولیدکنندگان نهایی فرش و موکت اختصاص نداشت؛ بلکه تولیدکنندگان مواد اولیه، نخ، کارخانه ها تولید دستگاه های فرش بافی، تولیدکنندگان آلوم فرش و سازه های نمایشگاهی، کانون های تبلیغاتی، سازندگان نرم افزارهای مرتبط با فرش و تولید آن و موسسات مشاوره صادرات فرش نیز در آن مشارکت داشتند. از دید حاضران در نمایشگاه فرش ماشینی و موکت تهران، وضعیت نمایشگاه از سال قبل بسیار بهتر بود و حضور خریداران خارجی به رغم تمامی مشکلات ناشی از تحریم، بیشتر از سال گذشته در این نمایشگاه احساس می شد. درعین حال توزیع کنندگان فرش نیز با حضور در نمایشگاه، ضمن رایزنی با تولیدکنندگان، در حال ثبت سفارش و انجام معاملات در سالن های نمایشگاهی بودند.

رقبای خارجی؛ خروج از ایران و رقابت بر سر بازار جهانی

به رغم آنکه فرش، محصولی حاصل فرهنگ و هنر ایرانیان است؛ اما تولیدکنندگان خارجی با تکیه بر دستگاه های پیشرفته خود و نمونه برداری از طرح ها و نقشه های مشهور فرش ایرانی، اکنون به رقیبی برای فرش ماشینی ایرانی تبدیل شده اند. آمارهای اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران نشان می دهد که ممنوعیت واردات

آقای الوانکاریان - شرکت فرش قیطان

فرش بهشتی - آقای محمد بهشتی -
نمایشگاه فرش ماشینی و موکت تهران

تا امکان تقلب و کپی در این صنعت کاهش یابد.»
انتقاد به قانون «مالیات بر ارزش افزوده» در این نمایشگاه نیز به کرات شنیده شد. تولیدکنندگان معتقدند که قوانین ارزش افزوده هزینه اضافی برای مصرف کنندگان دارد و باعث فشار بر روی آن‌ها می‌شود. آنان معتقدند این مالیات به صورت چندمرحله‌ای صورت می‌پذیرد. مواد اولیه که وارد می‌شود یکبار ارزش افزوده از تولیدکننده پرداخته می‌شود، وقتی کارخانه نخ را تولید می‌کند، بار دیگر ارزش افزوده پرداخت می‌کند و در نهایت زمانی که تولیدکننده نهایی، فرش را تولید می‌کند بار دیگر باید مالیات ارزش افزوده پرداخت نماید. این مسئله باعث می‌شود که قیمت تمام‌شده فرش بیشتر شده و در نهایت مصرف‌کننده امکان خرید فرش را نخواهد داشت.

با این حال به نظر می‌رسد که در صورت همراهی بیشتر مسئولان وزارت صمت و گمرک جمهوری اسلامی ایران با تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنعت فرش ماشینی، می‌توان امیدوار بود که صادرات این محصول پرتعداد و ارزشمند ایرانی افزایش پیدا کند و به رونق بیشتر تولید در کشور منجر گردد.

افزایش تعرفه‌های صادراتی و قوانین مالیاتی روبرو هستند. «محمد رضا محسن شیرازی» ضمن اشاره به این مشکلات، تأکید کرد: «برخی قوانین دست‌وپا گیر مانع صادرات موفق شرکت‌های داخلی می‌شود. قیمت تعرفه‌های صادرات در یک سال گذشته افزایش یافته است و بدین ترتیب به تولیدکننده فشار بیشتری وارد می‌شود. در عین حال تولیدکنندگان با مشکل در دریافت ارز نیز روبرو هستند.»

وی افزود: «تعامل اتحادیه‌ها و دولت نیز باید افزایش پیدا کند. وزارت «صمت» به سمت و سوی اتحادیه‌ها نمی‌آید و بدین ترتیب خود را از بازوی اتحادیه‌ها محروم می‌کند.» علاوه بر این موارد، مشکل عدم رعایت حقوق مؤلفین و مصنفین در این صنعت نیز به چشم می‌خورد. اغلب تولیدکنندگان فرش در این نمایشگاه، مانع از عکس‌برداری از محصولات خود می‌شدند و تأکید داشتند که برخی تولیدکنندگان با عکس‌برداری از فرش‌های تولیدی، تلاش می‌کنند تا طرح را تقلید کرده و به سود برسند. این اقدام آنان زحمتهای تولیدکنندگان خلاق را بر باد می‌دهد!

دبیر اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران، ضمن اشاره به این مشکل، گفت: «در سال‌های اخیر قوانینی برای ثبت طرح فرش‌ها ایجاد شده است که می‌تواند باعث شود



غرفه شرکت فرش ماهور



شرکت فرش اوپال



کلکسیون قم، فرش قیطان

گزارش تصویری نمایشگاه



غرفه قالی سلیمان



غرفه شرکت فرش الماس کویر کرمان -
نمایشگاه فرش ماشینی و موکت تهران



راست: دکتر شبانی - موکت همدان
چپ: مهندس آریان پور - فرش خوب



آقایان دکتر روحانی - داوود کاشفی - سلیمی

غرفه شرکت قالی سلیمان - افتتاحیه - الیاس
حضرتی - آقای منزوی زاده

غرفه شرکت مهر و ماه - نمایشگاه فرش
ماشینی و موکت تهران

نمایشگاه فرش ماشینی از نگاه غرفه گذاران

○ مقدمه

یازدهمین دوره نمایشگاه فرش ماشینی، موکت و کفپوش فرصت مناسبی بود تا به گفت‌وگو با اهالی این صنعت بنشینیم. به سراغ شرکت‌هایی از حوزه‌های مختلف نساجی و فرش ماشینی حاضر در این رویداد رفتیم تا نظرات مدیران مجموعه را در مورد نمایشگاه و میزان رضایتمندی آن‌ها از این نمایشگاه جویا شویم. علاوه بر این، سؤالاتی در رابطه با مسائل روز مرتبط با صنعت نساجی پرسیدیم و از مدیران خواستیم تا توضیحاتی در مورد حوزه کاری و اینکه در حال حاضر چه خدماتی به صنعت فرش ماشینی کشور ارائه می‌دهند، برای مخاطبان «نشریه ی کهن»، بازگو کنند.

نمایشگاه از نظر تنوع شرکت‌ها در حوزه مختلف صنعت فرش ماشینی پر بار بود و محدود و منحصر به شرکت‌های تولیدکننده فرش ماشینی نمی‌شد. حضور شرکت‌های تبلیغاتی و شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه نساجی یکی از نکات جالب‌توجه این نمایشگاه بود. یکی از این شرکت‌های دانش‌بنیان، شرکت «سافت دکور» بود که با طراحی نرم‌افزار چیدمان فرش در محیط خانه خدمات نوینی به شرکت‌ها و نیز فروشگاه‌های فرش ارائه می‌داد. مدیران این شرکت، نرم‌افزاری را طراحی کرده‌اند که شما به‌وسیله آن می‌توانید به‌سادگی متوجه شوید که آیا فرش موردنظری که از فروشگاه خریده‌اید مناسب چیدمان منزل شما است یا خیر. در حال حاضر وجود چنین نرم‌افزار جامع، شامل و کاملاً حرفه‌ای، نیاز ضروری بسیاری از شرکت‌های فرش ماشینی و به‌خصوص فروشگاه‌های فرش ماشینی به شمار می‌رود. در حال حاضر، در بازار «سرای ابریشم» می‌تواند به‌عنوان مجموعه‌ای که به سمت «هوم دکوریشن» برنامه‌ریزی می‌کند، از این نرم‌افزار استفاده مفیدتری نماید.

حضور شرکت‌های تبلیغاتی، بازرگانی و تولیدکننده کفپوش و موکت یکی دیگر از نقاط قوت این رویداد به شمار می‌رفت. یکی از شرکت‌های تولیدکننده کفپوش و موکت، شرکت «نگین رز» بود که ما دقیقاً میهمان غرفه این شرکت شدیم که در ادامه متن گفتگو به‌طور خلاصه می‌آید.



مهندس الله وردی؛ مدیرعامل گروه صنعتی نگین رز

○ نوآوری در حوزه موکت با حضور برندهای مدرن

آقای مهندس الله وردی مدیرعامل گروه صنعتی نگین رز در رابطه با فعالیت‌های صنعتی این مجموعه این چنین توضیح دادند: «فعالیت‌های گروه کارخانه‌ها نگین رز، شامل هفت رشته فعالیت صنعتی است. در بخش نساجی، «رز موکت» تولیدکننده موکت‌های «نیدل پنچ» در نوع چاپی، نوع طرح دار، نوع هات رول و سایر محصولاتی که در این رشته قرار می‌گیرد. شاخه‌ی بعدی فعالیت شرکت، «رز الیاف» بوده که در واقع تولیدکننده الیاف «پلی پروپیلن» است. در «رز فیلتر»، به تولید مواد اولیه (مدیا) فیلتر برای غبار گیرهای صنعتی اختصاص دارد. «رز نان-وون»، مجموعه گسترده‌ای از لایه‌های «نیدل پنچ نان-وون» است که از وزن صد گرم تا هزار گرم بر متر مربع با تکمیل‌های مختلف را تولید می‌کند. فعالیت بعدی ما «رز مستریج» است که مستریج‌های پایه پلی پروپیلن و پلی استرو همین‌طور کامپانت‌های مختلف برای صنعت پلاستیک را تولید می‌کند. یکی دیگر از شاخه‌های کاری ما چاپ بر روی نخ است که در صنعت تافتینگ، صنعت فرش ماشینی و صنعت تریکومور استفاده قرار می‌گیرد. مجموعه نگین رز جزء مجموعه‌های با سابقه، قدیمی و بسیار خوش‌نام در صنعت نساجی کشور است که به‌واسطه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی ایجاد شده است و با بهره‌گیری از کادر بسیار خوب، متخصص و نیز همکاری تحقیقاتی و همکاری با دانشگاه، محصولات خوبی را به صنعت فرش عرضه کرده است.

○ قالی سلیمان، همچنان پیش‌نشان در عرصه نوآوری محصول

قالی سلیمان، یکی از برندهای معتبر و شناخته‌شده‌ی کشور است که در سطح بین‌المللی اعتبار و جایگاه ویژه‌ای دارد و همیشه در بدترین شرایط اقتصادی کشور، توانسته در رویدادهای جهانی حاضر شده و به‌نوعی اعتبار و آبروی ایران به شمار می‌رود. «حاج آقامنوی زاده»، ریاست محترم این مجموعه صحبت‌های خود را این گونه آغاز کردند: «هر نقطه از این کره خاکی که نمایشگاه معتبری برگزار شود ما باید در آن حضور داشته باشیم؛ و البته باید یک مجموعه بتواند محصولاتی متناسب با سلیقه و برنام‌های کشور تولید کند. به‌عنوان یک ایرانی که در این رویدادها حاضر می‌شویم ابتدا باید بدانیم که وظیفه اصلی ماسرافرازی پرچم عزیز کشورمان است و به این مهم، می‌بالیم. در داخل کشور و در تهران از دو سال گذشته مادر نمایشگاه بین‌المللی فرش ماشینی تهران شرکت می‌کنیم و اتفاقاً با دست پر شرکت کرده و با نتیجه مطلوب هم از نمایشگاه خارج می‌شویم. هر نمایشگاهی که در کجاندیا که حاضر هستیم کار جدید و نو ارائه می‌دهیم. امسال نیز در این نمایشگاه با فرش ۱۵۰۰ شانه، قالی ۲۰۰۰ نما حاضر شده‌ایم که جدیدترین محصول ما به شمار می‌رود. به یاری خدا امسال نیز در نمایشگاه «دموتکس هانوفر آلمان» طبق ۱۰ سال گذشته با یک فرش جدید حاضر خواهیم شد و امیدواریم پرچم کشور را سرافراز نگهداریم. ایشان در ادامه موفقیت در نمایشگاه را به حضور مداوم و پیوسته طی سالیان متوالی دانست و عنوان کرد: «با یک سال حضور نمی‌توان ادعای پیشرفت یا ضرر کرد و با حضور مداوم است که شما می‌توانید برند و کالای خود را به مشتری بشناسانید.»



حرکت کند. کاری که ما استارت آن را از ماه بهمن پارسال زدیم. قطعاً دوستان، همکاران و مصرف کنندگان محترم منتظر ارائه‌های جدید سرای ابریشم هستند و صنعت فرش ماشینی ایران قطعاً باید به سمت ارائه راه حل برای مخاطب حرکت کند و تاملاتی که ماصرفاً با یک نوع کالا در این مارکت حاضر باشیم قطعاً آن اتفاقی که باید بیافتند نخواهد افتاد و اگر به بازار مبلمان و اکسسوری متصل شویم قطعاً مخاطب اثر بهتری را خواهد دید.»

ایشان در خصوص انتقال نمایشگاه به شهر کاشان، عنوان کردند: «با اینکه نمایشگاه فرش ماشینی در شهر کاشان برگزار شود موافق هستیم اما چند پیش شرط لازم است، اولین آن است که به نظرم کاشان هنوز زیرساخت لازم برای برگزاری نمایشگاه بین‌المللی را ندارد و محل مناسبی برای اسکان بازدیدکننده‌ها و نیز شرکت‌ها وجود ندارد.»

اولین حضور قدرتمند پردیسان دلیجان

شرکت فرش پردیسان دلیجان که اولین حضور خود در نمایشگاه فرش ماشینی را تجربه می‌کرد به صورت کاملاً حرفه‌ای و با کلکسیون‌های ویژه و خاص پا به نمایشگاه گذاشته بود که نشان از یک شرکت حرفه‌ای و متخصص در حوزه خود را داشت. به همین منظور به سراغ آقای «فرید صدر»، مدیر بازرگانی مجموعه فرش پردیسان دلیجان رفتیم تا آنچه در اولین روایتی خود از نمایشگاه دیده بود، برای ما شرح دهد.

فرید صدر سخنان خود را این گونه آغاز کردند: «امسال در واقع اولین حضور مادر نمایشگاه است و ما برای این رویداد تعدادی هدف‌های کوتاه‌مدت داشتیم و از ابتدای سال قبل برای آن‌ها برنامه‌ریزی کردیم. خداروشکر به هدف‌های کوتاه‌مدت‌مان در این چند روز رسیده‌ایم. در کنار آن‌ها یک سری اهداف بلندمدت داشتیم که مسلماً بعد از نمایشگاه با دنبال کردن نتایج برنامه‌های کوتاه‌مدت ابتدایی مان به آن خواهیم رسید. مسلماً گردهمایی صنعتگران فرش ماشینی دور هم، یک بازار رقابتی ایجاد می‌کند که این بازار رقابتی، هدف افزایش کیفیت و رضایت‌مندی مشتری را در پی خواهد داشت.

باتوجه به برداشت‌های خود از نمایشگاه امسال و اهدافی که داریم مسلماً برنامه‌ریزی ما این است که سال بعد هم شرکت کنیم. امیدواریم، شرایط اقتصادی به گونه‌ای باشد که سال آینده نمایشگاه از امسال پربارتر باشد. امسال ما به عنوان شرکتی که اولین بار در این رویداد حاضر

ایشان پیشرفت قالی سلیمان را مدیون همکاری تمامی کارکنان این مجموعه دانست و متذکر شد: «مادر قالی سلیمان هر چه داریم از کارکنان زحمت کشی است که با وجدان کاری بالاد این مجموعه زحمت می‌کشند و دست همه آن‌ها را می‌بوسم.»

در پایان و در رابطه با صحبت‌های مربوط به انتقال نمایشگاه به شهر کاشان در سال آینده این گونه جواب دادند: «ما باید در تمام زمینه‌ها استانداردها را رعایت کنیم. نباید اجازه دهیم نمایشگاهی که یازدهمین دوره آن در تهران برگزار می‌گردد و برای همه اهالی صنعت فرش و نساجی در کل دنیا شناخته شده به شهر دیگری انتقال یابد. بایستی از انجام کارهای سلیقه‌ای دوری کنیم. من به هیچ عنوان موافق انتقال این نمایشگاه به شهر کاشان نیستم. من موافقم که نمایشگاه در تهران برگزار شود و به جای بهانه‌گیری‌ها سعی کنیم با دست پر در این رویداد حاضر شویم.»

سرای ابریشم، همچون پروانه‌ای شگفت‌انگیز

حضور سرای ابریشم به عنوان فروشگاه فرش در قلب بازار تهران و نه تولیدکننده در این نمایشگاه برای بسیاری از شرکت‌ها تعجب‌آور بود و نیز انتقادات بسیاری به همراه داشت. به همین منظور ما برای پاسخ به این قبیل سوالات به سراغ «دکتر روحانی»، ریاست مجموعه سرای ابریشم رفتیم تا گفت‌وگوی مفصلی در این زمینه ترتیب دهیم.

اولین سؤال ما از ایشان در رابطه با همین مسئله بود که آیا نمایشگاه مختص تولیدکننده است یا خیر؟ ایشان سؤال ما را بدین گونه جواب دادند: «به نظرم پاسخ سؤال شما باید در دو قسمت داده شود: در گام اول، نمایشگاه فرش ماشینی، موکت و صنایع وابسته اساساً مختص تولیدکنندگان عزیز نیست - و هر چند تولیدکننده نقش شماره یک را در این نمایشگاه دارد - من معتقدم سرای ابریشم به عنوان یک Marketplace و به عنوان کسی که در بازار فرش ماشینی تحول ایجاد کرده می‌تواند نقش اساسی و مهمی را در این نمایشگاه ایفا کند.

اکنون این سؤال پیش می‌آید که چرا حضور Marketplace یا هایپرهای از قبیل شهر فرش، آقای فرش و دنیای فرش و دیگر عزیزان و همکاران مادر این نمایشگاه مثرم‌تر است؟ معتقدم موج جدیدی وارد بازار فرش ماشینی ایران شده که بازار این مسئله را باید مرسوم هایپرهای بزرگ باشد. تقاضا، نیاز و ذائقه‌ی مصرف‌کننده ظرف سه سال گذشته به شدت تغییر کرده است. شما اگر جریان صنعت فرش ماشینی ایران ظرف دو سال گذشته را دنبال کنید متوجه سرعت تغییر بسیار زیاد نقشه‌ها خواهید شد. دلیل اصلی و مهم آن حضور Marketplace شبیه سرای ابریشم یا هایپرهایی از قبیل آقای فرش، شهر فرش و دنیا فرش است. که معتقدم این فروشگاه‌ها بودند که با ایجاد جریانی در ذائقه و سلیقه مشتری تغییر ایجاد کرده‌اند و سبب شده‌اند شرکت‌ها از تولید محصولات یکنواختی با طرح‌های سنتی دست بردارند. بنابراین حضور سرای ابریشم می‌تواند یک جنب و جوش درست و بزرگی را در این صنعت به وجود آورد. ما به تولیدکننده‌ها افتخار می‌کنیم اما معتقدیم هر تولیدکننده‌ای فقط یک place و یک price اصلی بازار را با توجه به تخصص خود در اختیار دارد و یک آخر یعنی place و promote و price در اختیار مارکت‌هایی از قبیل سرای ابریشم است.»

در ادامه آقای دکتر روحانی به سؤال مجله کهن مبنی بر اینکه آیا تمامی محصولات موجود در غرفه سرای ابریشم متعلق به این مجموعه است یا محصولات تولیدشده در کمپانی‌های دیگر است را این گونه پاسخ دادند: «در بازار طراحی، مد و فشن آن چیزی که حرف اول را می‌زند، طرح است و اینکه این طرح در واقع چه چیزی تولید می‌کند خیلی مهم نیست. شما برندهایی را در حوزه پوشاک می‌بینید که هیچ کدامشان کارخانه‌ای ندارند و به صورت برون سپاری تولید می‌کنند. همچنین در حوزه لوازم خانگی ما کمپانی بزرگ AEG را داریم که اصلاً کارخانه‌ای ندارد. حتی کمپانی‌ای مثل ایل با حفظ «لایسنس» بخشی از محصولش را در جای دیگری تولید می‌کند. BMW، مرسدس بنز و خیلی از کمپانی‌های خوب دنیا هستند که با این شیوه بعضی بخشی از محصولاتشان را تولید می‌کنند.

اساساً نباید کسی که در بازار، تغییر دهنده شرایط بازی است، کارخانه داشته باشد. من معتقدم که فضای تولید بلا استفاده در کارخانه‌ها بسیار زیاد است که در واقع market place مثل سرای ابریشم می‌تواند از ظرفیت خالی این کمپانی‌ها استفاده کند؛ و این مسئله به بهتر شدن بازار کمک خواهد کرد. به طور مشخص بخواهم خدمت شما و مخاطبان عرض کنم، محصولات موجود در غرفه به وسیله‌ی تولیدکننده‌های دیگری تولید شده اما طرح و نقشه متعلق به سرای ابریشم است. سرای ابریشم در این نمایشگاه با هفت پالت اختصاصی و سه پالت ۱۲۰۰ و سه پالت ۱۲۵۰ و یک پالت ۱۵۰۰ حضور پیدا کرده است.

من معتقدم نمایشگاه فرش ماشینی ایران قطعاً باید به سمت Home Decorations

بودیم، توانستیم مشتری خارجی داشته باشیم و با تعدادی از این عزیزان قرارداد ببندیم.» ایشان در پاسخ به این سؤال که مشکلات موجود در این حوزه را چه باید کرد این گونه عنوان کردند: «مشکلات را همه میدانیم، باید به دنبال راه حل بگردیم. مهم ترین مشکل مادر حال حاضر واردات مواد اولیه است و در زمینه صادرات، درگیر مسائل مربوط به نرخ ارز هستیم. همچنین قانون هایی که دولت می گذارد و عوض می شود به ما این اجازه را نمی دهد که برنامه ریزی بلندمدت برای انجام بازاریابی داشته باشیم.»

○ منابع انسانی، رکن اصلی هر سازمان

کمر مجموعه ای از میان واحدهای تولیدی در حوزه فرش به بخش منابع انسانی اهمیت می دهد و به نوعی یکی از بخش های ضعیف اکثر سازمان ها و واحدهای صنعتی ما به شمار می رود؛ اما در این میان برخی واحدها اهمیت وجود منابع انسانی را درک کرده و از پتانسیل های موجود یک مدیر شایسته منابع انسانی بهره لازم را می برند. سرای ابریشم یکی از واحدهایی است که با حضور «خانم سلطانی» در بخش منابع انسانی خود موفقیت های چشمگیری داشته است. به همین منظور و صحبت در زمینه منابع انسانی و نقش آن به سراغ خانم سلطانی رفتیم تا با ایشان گفتگوی مختصری داشته باشیم.

ایشان مدیر منابع انسانی را موتور محرک هر سازمانی دانسته و یادآور شد که گردش چرخ یک شرکت و یا مجموعه با بخش منابع انسانی عجین شده و ما در سرای ابریشم معتقدیم که باید برای منابع انسانی مان ارزش بسیاری قائل باشیم و به خاطر همین قضیه با دعوت از برجسته ترین مدیران بازاریابی دنیا و برگزاری کلاس های آموزشی مختلفی، امروز می توانیم بگوییم تا به امروز نتیجه ی خیلی خوبی گرفته ایم.

ایشان در رابطه با جایگاه و حضور زنان در صنعت و همچنین سرای ابریشم عنوان کردند: «برند سرای ابریشم از سه عنصر اصلی هنر، زنان و توانمندسازی تشکیل شده. ما معتقدیم که زنان سرزمینمان باید توانمند و قدرتمند باشند. دلیل حضور و وجود زنان در رکن های اصلی سرای ابریشم خیلی واضح است. چون از ابتدا فرش بافی کار زنان ایرانی بوده و ما معتقدیم که نقش و طرح هر تخته فرش ایرانی داستان و قصه زنان ایرانی را درون خود دارد.»

○ وابستگی بیش از حد، آفت جان فرش ماشینی کشور

«حاج آقا پیلهوری»، ریاست محترم فرش لیلی واز بزرگان صنعت نساجی و فرش ماشینی کشور در مصاحبه با نشریه ی «کهن» بیان کردند: «صنعت نساجی و به خصوص فرش ماشینی یکی از اشتغال زا ترین صنایع کشور به شمار می رود. در حال حاضر در کاشان فقط در یک شهرک سلیمان صباحی بالای ۵۰۰ شرکت فعالیت دارد که با یک حساب سرانگشتی متوجه خواهید شد چه تعداد کارمند و کارگر در آن مشغول به فعالیت هستند.» ایشان مزیت شرکت های تولید کننده فرش ماشینی ایرانی را در ذوق و هنر فرش - که از دیرباز متعلق به این سرزمین است - دانسته و عنوان کرد با توجه همین یک مسئله ما توانایی تبدیل شدن به برترین صادر کننده جهانی در حوزه فرش شویم.

ایشان در رابطه با مشکلات موجود در حوزه فرش ماشینی متذکر شدند: «یکی از مهم ترین مشکلات حال حاضر ما وابستگی بیش از حد به کشورهای خارجی در حوزه ماشین - آلات و

تأمین قطعات یدکی مورد نیاز است که در نتیجه موجب خروج ارز از کشور، می شود. تأمین مواد اولیه نیز که با توجه به وضعیت، از خارج کشور تأمین می شود دومین مشکل بزرگ ما به شمار می رود؛ اما اگر دولت بتواند صنایع بالادستی را به نحوی تنظیم کند که وابستگی ما به مواد اولیه از خارج از کشور کم بشود این صنعت به شدت می تواند توسعه پیدا کند.

نکته بعدی بحث های صادراتی است؛ قوانین صادراتی مرتب تغییر می کنند. این می تواند لطمه بزرگی به برنامه ریزی های شرکت ها وارد کند. اگر دولت بتواند برای دوره های دو یا پنج ساله و کوتاه مدت سیاست های ثبات ارزی اتخاذ کند بسیار برای صنعتگران مفید خواهد بود.

بحث دیگر، بحث نیروی انسانی است. در حال حاضر هیچ مرکز تخصصی برای آموزش حرفه ای و تخصصی نیروهایی که در این صنعت کار می کنند وجود ندارد. اگر سازمان فنی حرفه ای بتواند مرکز آموزشی برای این کار راه بیندازد در افزایش اشتغال و بهروری بالاتر بسیار مفید خواهد بود.

○ الماس کویر کرمان، همچون الماسی در خشان در سطح نمایشگاه

شرکت «الماس کویر کرمان» که پنجمین حضور خود در نمایشگاه فرش ماشینی را تجربه می کرد از نحوه برگزاری آن راضی بود و نقطه قوت آن را حضور برندهای معتبر کشور یاد کرد. علاوه بر این، آن ها طرح و نقش موجود در فرش الماس کویر را منحصر به این مجموعه دانسته و مدعی بودند که «کثر طرح های ما به صورت اختصاصی آماده شده و قابل مقایسه با محصولات دیگر غره ها نیست.

از طرفی با توجه به اینکه شرکت فرش الماس کویر از ابتدادر عرصه ی بازرگانی فرش ماشینی فعالیت داشته، بعد از آن، وارد بخش تولید شده، شناخت بهتری نسبت به بازار داخلی و خارجی دارد و به طبع آن توانسته فروشگاه های فرش انحصاری بسیاری در نقاط مختلف کشور داشته باشد. رویکرد فعلی مجموعه ما فروش مستقیم محصولات و رساندن آن به دست مشتریان بدون هیچ واسطه ای است. در حال حاضر الماس کویر در کل کشور هجده فروشگاه و نمایشگاه انحصاری دارد و در بحث صادرات هم گام های مؤثری برداشته ایم که امیدواریم با توجه به شرایط پیش رو انشاالله مؤثرتر عمل کنیم.»

○ سورنا

شرکت فرش «سورنا» یکی از شرکت هایی بود که در روزهای آخر تصمیم به حضور در نمایشگاه گرفت و دلیل این کار را انتظار آن ها برای اختصاص فضایی بزرگ تر از طرف مجری برگزاری عنوان کردند. در نهایت زمانی که دیگر نه وقت و نه فضایی بزرگ تر وجود نداشت، تصمیم به حضور آن هادر فضایی به متر اژ ۱۰۰ متر مربع گرفتند و از این تصمیم هم بسیار راضی بودند. ایشان از نمایشگاه رضایت کامل داشتند و دلیل آن را حضور برندهای معتبر دانستند. این مجموعه همچنین با محصولاتی متفاوت نسبت به آنچه در سایر غره ها قابل مشاهده بود، حضور داشتند. همچنین از برنامه های خود برای حضور در رویدادهای خارجی مانند نمایشگاه «دوموتکس چین» خبر دادند - که قرار است فروردین ماه سال ۱۳۹۹ در شانگهای چین برگزار شود - ناگفته نماند که این چهارمین حضور آن هادر این رویداد خواهد بود.





واحد نمونه صنعتی استان اصفهان در سال ۱۳۹۸

مدرن



کناره



فرش طرح ۷۰۰



گبه



پذیرش نمایندگی در سراسر کشور ۰۹۱۲۸۶۹۴۴۶۸



آدرس شرکت: آران و بیدگل - شهرک صنعتی سلیمان صباحی بیدگلی - بلوار امید بعد از میدان شهدای کارگر
تلفن کارخانه: ۰۳۱۵۴۷۵۰۸۴۳ / ۰۹۱۲۸۶۹۴۴۶۸ : تلفن واحد فروش

www.opalcarpet.com

[opalcarpet](https://www.instagram.com/opalcarpet)



کهکشانی از رنگ ها

تولید کننده انواع نخ پلی استر ایرتکسچره (ATY)
چله، بود و خواب فرش پلی استر (ابریشم گونه)
انواع نخ ATY جهت پارچه های صنعتی و نخ تریکو

نشانی: یزد، شهرک صنعتی مهریز، خیابان شقایق سوم
تلفن: ۴ - ۳۳۹۲۳۳۵۵ - ۳۵
info@siminalayaf.com
نمابندگی کاشان: خیابان میرعماد، نیش یاساز عطایی
بازرگانی حاج حسن دهقانی، تلفن: ۰۳۱-۵۵۴۴۶۳۹۳
همراه: ۰۹۱۳۳۶۱۰۶۴۱

سیمین الیاف یزد

Simin Alyaf Co.
WWW.SIMINALYAF.COM



سمند گستر شیمی

تهران ، خیابان قائم مقام فراهانی ، خیابان
دهم ، پلاک ۱۱ ، طبقه ۴ ، واحد ۱۶
تلفن : ۹ - ۸۸۷۳۱۷۲۷ (۹۸۲۱)+
فاکس : ۸۸۷۴۱۰۲۴ (۹۸۲۱)+
ایمیل : info@samandgostar.com
وب سایت : www.samandgostar.com

انواع روغن های ریسندگی

- < روغن تولید الیاف و فیلامنت
- < آنتی استاتیک ها
- < روغن های گردباف
- < روان کننده های ریسندگی
- < روغن های آهار زنی و واکس

آنزیم ها

- < آنزیم های آهار بر ، پرز بر و سنگشویی

آماده سازی

- < انواع صابون های حلال دار
- < نفوذ دهنده های مقاوم در برابر قلیا و پایدار کننده آب اکسیژنه
- < آنتی پراکساید
- < نفوذ دهنده های سریع بدون کف و مخصوص جت
- < انواع سختی گیر و ضد کف

نرم کننده ها

- < انواع نرم کن های سیلیکونی میکرو ، ماکرو و هیدرو فیل
- < نرم کن های کاتیونیک ، نانیونیک و پلی اتیلنی
- < رزین ضد چروک

مواد کمکی رنگرزی و چاپ

- < انواع دیسپرس کننده ، ریتارد و یکنواخت کننده
- < صابون های پس شور راکتیو و دیسپرس
- < فیکسه کننده رنگ های راکتیو و مستقیم
- < امولگاتور

فرش شاهکار درین

شرکت شاهکار درین کاشان لسجادات الصناعية
KASHAN SHAHKAR DORRIN CARPET CO



ثبت: ۵۳۳۲

■ NILOOFAR COLLECTION

700 REEDS - 10 COLOR

■ NAIEN COLLECTION

1200 REEDS - 3600 PICKS-Highbulk

■ LIGHT COLLECTION

1200 REEDS - 3600 PICKS-Highbulk

■ کلکسیون نیلوفر

۷۰۰ شانه - ۱۰ رنگ

■ کلکسیون ناین

۱۲۰۰ شانه - تراکم ۳۶۰۰ - گل برجسته

■ کلکسیون لایت

۱۲۰۰ شانه تراکم ۳۶۰۰ - گل برجسته

آدرس کارخانه:

کاشان - شهرک صنعتی سلیمان صباحی - بلوار کارگر - بین فرعی دو و سه

واحد فروش:

۰۳۱-۵۵۴۳۲۷۱۰-۱۲

۰۹۱۲۸۳۳۱۳۷۵

Factory:

Kargar Bolvd- Soleyman Sabahi Industrial Town- kashan-Iran

Sales:

+983155432710-12

+989128331375



dorrincarpet.com



shahkar_dorrin_carpet

from microfibre yarns. It can also produce fabrics having different weights.

New machine for the efficient warping of elastane for the mid-range warp knitting sector

The new ISO ELASTIC 4221/ focuses on the requirements of customers operating in the mid-range segment and delivers a high-quality appearance, low space requirements and an excellent cost:benefit ratio. This new machine is particularly interesting for producers of stretch velour fabrics, as well as for modernisation projects.

In terms of its features, speed and flexibility, the ISO ELASTIC 4221/ is very different from the DSE HH 5032/ for the premium market. This new machine concentrates on one type of beam. The finest gauge of the 132"-tricot machine on which the beams are processed, is E 36 or E 24. The price is also aimed at the standard sector. There are no compromises as far as the operation, reliability and product quality are concerned.

Warp preparation technology that meets the requirements of the standard sector

KARL MAYER is presenting the ISODIRECT 1800800/, a direct warping machine with an exceptional cost:benefit ratio for the mid-range segment. This universal machine for processing every type of staple-fibre yarn is exceptionally fast and operates at a maximum warping speed of 1,000 m/min-1. It produces beams having a completely cylindrical structure, precise winding and identical lengths. A computer-controlled measuring system prevents any deviation above 0.15 %. The yarn and beam are also handled very gently by the kick-back function.

An ISOWARP 36001250/ and a V-creel are also being presented. This manual sectional warping machine is ideal for standard applications in the shirting and sheeting sectors. Compared to similar, commercially available systems, it improves performance in weaving preparation by up to 30% and the efficiency is up to 3% better during weaving itself. A top-quality warp is also produced at every length. Perfect user ergonomics are achieved by equipping the machine with the KAMCOS® 2 system.

The third machine in the group being shown is the CSB Size Box, the key element of the ISOSIZE sizing machine. This innovative machine operates with linearly arranged rollers, a large lowered tank, and filters that are easy to maintain. The yarn is delivered continuously at a constant tension as a bound assembly through the immersion bath. This guarantees maximum sizing quality. Wetting takes place on the basis of a "3 x dipping and 2 x squeezing" process.

An efficient interlining machine and unbeatable solutions for the construction sector

A TM WEFT, 247", E 24 will be demonstrating its features at the in-house show by producing interlining fabrics. This warp knitting machine with weft insertion in line with the stitches operates at an impressive level of stability. At a speed of 1,500 min-1, it is extremely fast and cost-effective. Customers will also be impressed by the functions, user friendliness and reliability of the TM WEFT machine.

Another feature of the show is the topic of textiles for the construction sector. Promising applications for warp-knitted technical textiles include reinforcements for concrete components having a low weight and reduced environmental impact, cost-effective, flexible or rigid roofing materials and bitumen roofing membranes, special plaster grids that increase cracking resistance in the plaster, and self-adhesive tapes for repairing any cracks and holes that do appear.

The WEFTTRONIC® II G is the perfect machine for all these applications. This all-round machine will be presented at the in-house show by means of a video and examples of products. Compared to weaving, it requires less space, manpower and investment in yarns – because it processes rovings. Above all, however, the output of the WEFTTRONIC® II G is unbeatable. When producing a structure for use as a plaster grid in a weight of 140g/m² from glass and polyester in a gauge of E 18, up to 1,000 m² fabric/h can be produced – an increase of 1.670% compared to weaving! In this case, the production costs are 50 % lower and the operator costs are 90% lower. The grids have an exceptionally high tensile strength since, unlike woven fabrics, the weft yarns are processed in a completely straight arrangement.



Production of tricot fabrics by using electronic guide bar control and digital solutions

As innovation in the field of tricot machines, KARL MAYER will be presenting the new HKS 3-M-ON, 218", which offers the same performance in terms of speed as the current HKS 3-M with N-pattern drive but with electronic guide bar control. Patterns can be changed quickly by ordering the required lapping from KARL MAYER's WEBSHOP SPARE PARTS and loading the data from KM.ON cloud directly onto the machine.

Thanks to the electronic guide bar control article can be changed without the previous mechanical handling. The machine can work patterns with repeats of maximal 36 stitches. In doing so no tempi change is necessary. The advantages for the customer: significantly reduced downtimes caused by pattern changes and thereby considerable increased productivity, short response times to changing market requirements and no costs and delays due to delivery times associated with pattern discs.

An efficient way of producing smooth raschel fabrics with lace-like decorative effects for lingerie

KARL MAYER is launching the RJ 51/, E 32, 130", a new commodity product line for producing stylish lingerie items. Jan Hippich, a Portfolio Manager at KARL MAYER, is expecting the south Chinese market in particular to invest in this sector. There is a high demand there for lingerie items made from smooth, raschel-knitted fabrics with lace-like decorative bands – marketed under the term, "Seamless". The making-up costs are also low. The fabrics produced on the RJ 51/ are made from simple elastane and the type of lapping means that they are resistant to the slippage effect typical of the stretch material. The edges of the fabric do not have to be hemmed, and the consumer is happy with the comfort, since there are just a few seams at the leg and arm openings.

Other advantages of the RJ 51/ are its exceptional cost:benefit ratio and broad production repertoire. "Basically, conventional products for the RSJ sector can also be produced," says Jan Hippich.

New developments in the multibar lace sector are also perfect for producing seamless lingerie. A wide variety of yarns can be used for producing different designs using the multibar technology. Fine fabrics produced on an ML 41 in a gauge of E 32 will be presented at the show.

More technology choices for producers of shoe fabrics

The RDJ 61/ EN is being launched especially for producers of stylish shoe fabrics. This double-bar raschel machine is designed to produce engineered spacer textiles, and delivers a high performance for a reasonable purchase price.

With its optimised cost:benefit ratio, this new machine

is intended to bridge the gap between the established models with piezo jacquard technology. Compared to the RDPJ 71/ EL, the price is more attractive, the speed is higher, and the production repertoire is only slightly smaller. Up to 90 % of the jacquard shoe fabrics currently being manufactured can be produced. More guide bars, EN drive and a well-thought-out yarn feed system to the jacquard bars increase the design possibilities compared to the RDJ 51/, and enable the patterns to be changed easily.

Net curtains with the look of woven fabrics and the production advantages of warp-knitted fabrics

KARL MAYER has developed magazine weft fabrics with a trendy look for the net curtain sector. One of machines for doing this is being presented at the in-house show. The new WEFT.FASHION TM 3,130", E 24 produces fine fabrics with a woven look, and uses fancy yarns to create visual effects. Warp knitting is much more efficient than weaving. An expensive and time-consuming sizing process does not have to be carried out, and magazine weft fabrics are extremely slip-resistant.

Warp-knitted terry fabrics trump their woven counterparts

ATM 4 TS, E 24, 186" is being presented for producing terry goods extremely efficiently. The output of this tried-and-tested tricot machine may be as much as 250% higher than that of comparable air-jet looms, and the energy consumption is approximately 87% lower, since no compressed air is required. Furthermore, no sizing process is needed, which reduces the environmental loads and costs considerably as a result of the sizing chemicals, effluent and energy consumption.

The TM 4 TS is also flexible. It can process staple-fibre and filament yarns to produce a variety of terry goods, including double-face fabrics with an absorbent cotton inner layer and a soft, cosy, outer layer made





Innovations – KARL MAYER's answer to modern-day challenges

KARL MAYER IS INVITING THE TEXTILE SECTOR TO AN IN-HOUSE SHOW IN CHANGZHOU DURING SHANGHAITEX 2019

During the ShanghaiTex fair, KARL MAYER is inviting its customers and other interested textile companies to see its innovative machine concepts and textile applications at an in-house show. The event will take place from 25 to 28 November 2019 at KARL MAYER (CHINA) in Changzhou. "We presented our latest innovations to Europe at ITMA 2019 in Barcelona. The feedback from the visitors was excellent. We now want to show textile producers in Asia, who were not able to travel to Barcelona, our ranges that will help them to successfully develop their businesses in the fields of warp knitting, warp preparation and technical textiles," says Armin Alber, the Sales Director of KARL MAYER (CHINA). This is even more important in view of the fact that the sector is currently rather reluctant to invest because of the economic situation in China in particular, yet it must be ready when the economic conditions pick up. "With our machines and fabric developments, we can offer our customers many advantages on the market over other technologies," says Armin Alber.

At its in-house show, KARL MAYER will be showing its state-of-the-art machines, including three world firsts. The machines being premiered are a double-bar raschel machine, whose optimised cost:benefit ratio should appeal to shoe fabric producers in particular, a direct warping machine for efficiently processing elastane for the mid-range segment, and a raschel machine, which will put producers of patterned lingerie fabrics

in the commodity segment one step ahead of their competitors. Furthermore KARL MAYER will display a three-bar HKS model with electronic guide bar control and integration in the world of KM.ON at the first time in Asia.

Another feature of the show is the latest warp-knitted home and household textiles that offer advantages over woven fabrics. In Changzhou, a modern machine with weft insertion will be producing net curtains featuring the popular woven look. The TERRY.ECO, a concept for the sustainable production of terry goods, and the associated TM 4 TS will also be presented. A textiles and applications show will round off the presentation for the warp knitting sector. This will showcase terry goods in a range of different designs, as well as ultra-fine, smooth lingerie fabrics with integrated, decorative lace at the edges.

KM.ON's innovative, digital product range will also be presented to demonstrate how these well-thought-out products can give its customers market advantages.

Well-thought-out machine systems for direct warping, sectional warping and sizing in the mid-range segment are also being shown for the warp preparation sector.

The textile innovations and machine developments in the field of technical textiles will appeal mainly to suppliers in the construction sector and producers of interlinings.

productivity for better quality at lower cost. The new Motion Yarn Tension sensor developed for tyre and carpet yarn twisting attracted many yarn manufacturers that were looking for many years for a reliable product with homogenous output signal sensors. This proven quality allowed Fil control to sign multiple contracts.

SUPERBA, the global leader in the treatment of carpet yarn; expanded its area of application. The new SUPERBA B403 automatic winder marked a real technological breakthrough. With its individual spindle motorization drive, combined with a single tension sensor per position. It enables a constant tension winding process, a very accurate bobbin length measuring as well as a unique quality control for each yarn position. It opens up new opportunities in terms of winding quality. Connected through cloud computing to the new VANDEWIELE TEXCONNECT supervision system, the B403 is part of the Factory 4.0 concept. It provides readily-available data on yarn tension to supply the predictive maintenance and reduce yarn waste, allowing manufacturers to make the highest quality carpets at the most economic prices. As for the new multi-layer hot-air heat-setting line DHS3, it provides an unequaled level of evenness and a highly homogenous fixation characteristic to the yarn. This new line, introduced as a complementary process to the well known pressurized saturated steam heat-setting line TVP3, enables the carpet manufacturer to explore new properties for different types of fibers (such as stain resistance, enhanced bulk,...) with a high energy saving and a reduced floor space.

Precise figures

A software to estimate very precisely their own annual savings (water, energy, chemicals) was offered to its customers by ALLIANCE MACHINES. The dyeing and finishing machinery manufacturer, thanks to its various high technology dyeing and finishing equipments, and particularly to an integrated drying device installed on the ROTORA beam rotating dyeing machine, has shown its creativity to develop new processes and to propose innovative solutions. The customers also duly appreciated the possibility to explore deeply inside the range of machines thanks to virtual reality system with 3 D lenses.

Also for the finishing and nonwovens factories, DOLLFUS & MULLER introduced during ITMA Barcelona its improved compacting felt for knit finishing with major innovations. The compacting felt quality brings a special care to the fabrics thanks to its smoothest surface, has an excellent guiding and the best compacting rate in relations with its exclusive compacting felt design. Its sanforizing palmer felts are ideal for denim producers. At ITMA, the company showed its proven durable Sanfor felts. Furthermore, Dollfus & Muller displayed its durable printing dryer belts and introduced its transfer printing felt. This printing felt is a strong felt with a smooth non-marking surface.

Recycling

Recycling of textile wastes and post consumer goods is

expected from the consumers. It is a major trend. At ITMA 2019, LAROCHE had a very good attendance on its booth with the usual split between North America, Europe and Asia. The surprise came from an unusual large number of visitors from Russia and neighboring countries.

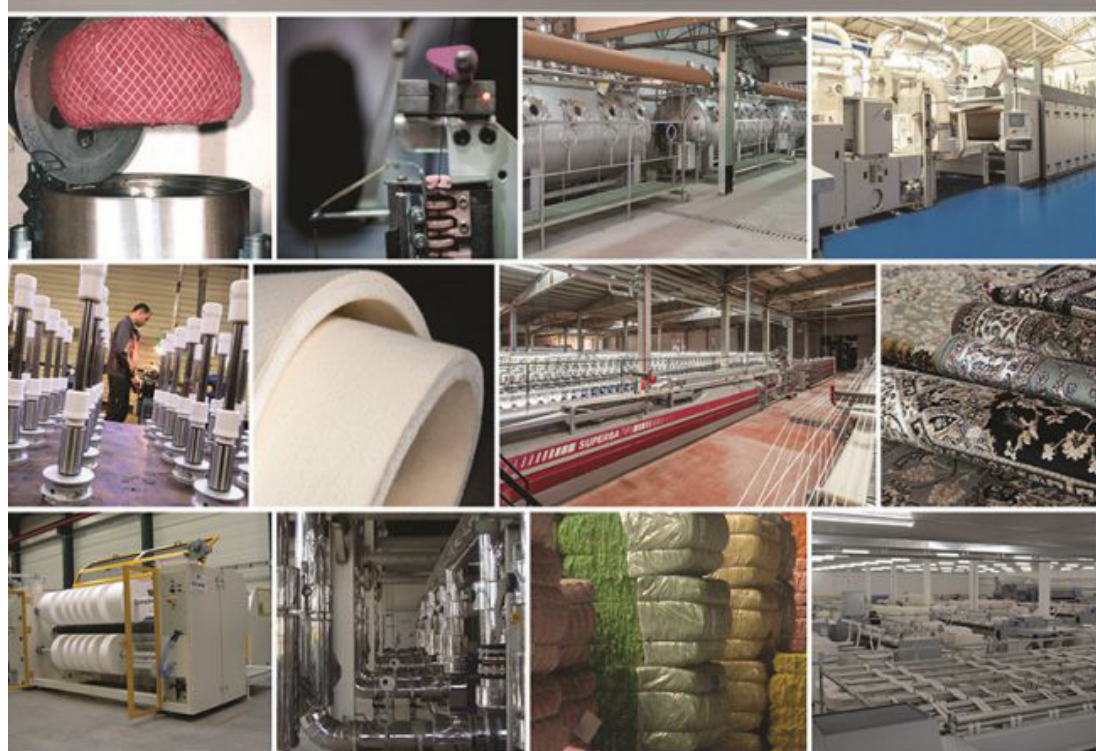
Laroche displayed an Airlay type "Flexiloft 2600" with improved web uniformity and weight range, which can run all types of fibers (synthetics, natural, recycled,...), blends of fibers and solid particles (foam chips, plastics, wood chips). This allows to make smart products from renewable resources and from wastes that are otherwise discarded. Also displayed, a tearing machine type "JUMBO 2000" for high capacity recycling of all types of textile wastes including post-consumer clothing and carpet wastes. As a major player in textile wastes recycling technologies, Laroche sees a strong trend to recycle more and more post-consumer wastes (from clothing, mattresses, carpets...) whilst industrial waste recycling remains a hot topic. With a long experience in recycling technologies and a technical center equipped not only with recycling machines but also with Airlay nonwoven lines to make innovative products, they are up to the challenge.

Globalization

ITMA 2019 was, once again, an important event for SPOOLEX activities. They met hundreds of contacts during these seven days, with very interesting projects. New contacts were made especially from Europe, India, Turkey and Middle East. Strong interests were shown for Calemar's compact slitter-rewinders, in particular in applications where quality slitting and winding are difficult to achieve. For its part, Decoup+, the Ultrasonic Division, attracted many contacts with its wide range of ultrasonic cutting devices. Both for handheld applications or implementation on existing machines, the ultrasonic technology sparked the interest of visitors because it performs easily and quickly, clean, soft and strong edges on any synthetic textiles. Roll Concept, the technical rollers division, also performed with its industrial range of low inertia rolls.

Digitalization

As the digital revolution is a great opportunity for all textile firms to solve their markets' evolving expectations: flexibility, traceability, ethics, environmental durability, SCHAEFFER PRODUCTIQUE showcased its new digital solutions specially designed for the textile industry. The solution for managing a textile business is called SolinWAI. It combines artificial intelligence, workflows and native interconnectivity through Ecoltex 2.0 (based on the eBIZ 4.0 European standard). SolinWAI's new benefits were made crystal-clear: improved customer experience and satisfaction, productivity, traceability, lean mindset, continuous improvement, etc. An example of data integration straight from production units was presented through FYBERmes (a NSC. SCHLUMBERGER solution), enabled by SOLINWAI's global approach on a firm's digital infrastructure. Real-time integration of virtualized data is a founding pillar of Industry 4.0.



French Textile Machinery After ITMA, the trends are clear

“The French Textile Machinery is your technology partner for hardware, software and services” tells Bruno Ameline, UCMTF President, to textile industrialists. About ITMA, he adds “Barcelona was an extremely efficient place to finalize orders and initiate new ones. ITMA in Barcelona was a good edition, and without the macro uncertainties concerning the global economic growth and the US - China negotiations on tariffs and trade, it would have been record breaking but, perhaps more important than the short term, it was the place to discuss, at the highest level, the future of our business with our customers/long term partners and analyze with them the major trends which are shaping our industry”.

Eco-responsibility

The first trend is the demand for eco-responsibility. It comes from the final consumer. Since ITMA, a study published this September 2019, by the French Fashion Institute, including a survey of 5000 European (France, Germany and Italy) and American consumers has shown high demands and expectations for a eco-responsible fashion. Raw materials have to be natural or eco friendly, recycled products are welcome, the production process at least partly local. What is really missing, the study shows, is enough supply of these products even though, due to their understanding of their responsibilities and the pressure from customers, many producers and retailers have made a point of doing more than is required by law, and acknowledge a commitment to all stakeholders and to the future of our planet.

One of the most efficient way to save energy is adapting

servomotors which can be used in a close-loop control system to correct any speed deficiency and save energy while , at the same time, enhance the quality of the production process. For example, NSC SCHLUMBERGER the global specialists in textile machines for processing long staple fibres such as wool and wool-like fibres has introduced the ERA combing machine in a multi-servomotor drive design. With this new drive, most of the settings will be possible via the main control screen. The GC chain gill also benefits from additional axes driven by servomotors which allow more settings on the main control screen. All these new servomotor drives will allow more precise settings than using standard gearboxes which will enhance textile quality. Furthermore these new drives and technology allow recipes to be saved on each machine, data exchange between machines will be possible through a Manufacturing Execution System (MES – Industry 4.0), as is remote access to the machines in case of incidents through an Ethernet connection.

Industry4.0

A second trend is moving forward : Industry 4.0. It requires more and more sensors which FIL CONTROL provides thanks to 30 years of experience in the yarn sensors and yarn cutter industry.

After 5 years of development from Fil Control R&D team, the ring spinning market is now ready to welcome the Motion Reflective Sensor. The company was very pleased to see the high demand in their MRS-P speed sensors for ring spinning machinery that allows monitoring, controlling and optimizing the yarn manufacturer

H&M & IKEA JOIN HANDS FOR STUDY ON RECYCLED TEXTILES

H&M & Ikea have announced a collaboration for a large-scale study, reviewing chemical content in post-consumer textile recycling during the recently held 2019 Textile Exchange Sustainability Conference. Increased utilization of recycled materials in products is one of the key elements in H&M's ambition to become 100 percent circular and renewable.

H&M is working strategically to reach its sustainability ambitions, using science and partnerships to help lead the change towards a circular and climate positive fashion industry. The chemical content of collected pre-owned textiles are unknown, so to ensure the safe reuse of materials in the circular system, we must ensure good chemical management. A large-scale study looking at chemical content in post-consumer textile recycling, conducted between H&M and Ikea, has therefore been underway since May 2018, according to a press release by H&M.

"Recycled materials are key elements in a circular economy. However, increasing the use of recycled materials whilst ensuring that we keep these textiles free of toxic chemicals presents a challenge for the industry. We're pleased to announce that H&M and Ikea have joined forces in a study to address this challenge," Anna Biverstål, a global business expert on materials at H&M said.

The yearly Textile Exchange Sustainability Conference gathers companies and organizations from more than 25 countries and provides the perfect setting to present the joint efforts made to address this challenge. Anna Biverstål and Nils Månsson, materials and innovation deployment manager at Ikea range and supply, presented the study and shared some initial findings with the industry.

Source: <https://www.fibre2fashion.com/news/apparel-news/h-m-ikea-join-hands-for-study-on-recycled-textiles-252761-newsdetails.htm>



Saurer to show Autoairo in Asia for the first time at 2nd CIIE

Autoairo has set new benchmarks for air spinning. Saurer has combined its most advanced automation solutions with proven technology to create an air-spinning machine with unique properties, says a press release.

Figure: The Autoairo is Saurer's very first air-spinning machine.

The Autoairo features autonomous spinning positions with individual drives and integrated intelligence. Its digital piecing unit is capable of performing up to 24 piecing processes simultaneously.

As a result, the machine's run-up time is also reduced by at least 30%. The Autoairo's compact, double-sided design means that it takes up 40% less space than single-sided machines. These features give the Autoairo a powerful productivity advantage, while at the same time lowering spinning costs.

This innovation significantly increases efficiency. It is fully automated with autonomous, intelligent spinning positions, revolutionising air spinning. With Autoairo, spinning mills can produce high-quality yarn more quickly, more cost-efficiently and more flexibly.

With more than 160 years' experience, Saurer has always been committed to advancing the textile industry, integrating high-end equipment manufacturing with modern information technology to provide complete solutions for the smart spinning factory.

Saurer team looks forward to introducing this innovation to guests at the CIIE in Hall 3 at Booth B1010- from 5 to 10 November 2019.

EPSON'S LATEST PRINTING TECHNOLOGY TARGETS TEXTILE INDUSTRY

ZELDA BOTMA



Computer printer maker Epson is looking at the sportswear-making industry in pushing for its dye-sublimation digital printing technology, which uses full-color artwork that works with polyester and polyester-coated surfaces, a perfect material for dry-performance sportswear apparel.

Epson's SureColor F Series, for instance, is equipped with an advanced sublimation ink technology to enable the design printouts to be imprinted onto the fabric through heat transfer, known as the dye sublimation process.

Unlike silkscreen printing, dye-sublimation printing maintains polyester's wicking characteristics. This means that the process allows for air and moisture to pass through the garment since the ink or film, commonly used in traditional methods, does not cover the fabric.

When the sublimation dye is placed next to polyester during the heat press, the fabric's molecules open. The dye then turns into a gas and penetrates the fibers of the fabric. After heat is removed, the molecules will close, trapping the brilliant color of the dye and retaining the image permanently in the polyester garment.

Dye-sublimation, as a digital textile printing technology, is also more sustainable and environmentally friendly because of the reduced time in printing personalized garments. The technology also allows for unending creative freedom as it does not limit the patterns and designs that are normally constrained by limitations of conventional textile printing technology.

"Digital textile printing offers endless opportunities, whether in bringing more complex uniform designs to life or in expanding to new markets," Eduardo Bonoan, general manager, Epson Philippines. "Our SureColor F-Series is ready to support the local sportswear manufacturers in their shift to dye sublimation with high-performance, high-quality output and low power consumption resulting in overall lowered total cost."

Great ideas turn into technology at ITM 2020

The ITM 2020 trade fair, which will be held from 26-June, will be organised by Teknik Fairs and Tüyap Tüm Fuarcilik Yapim, in partnership and with cooperation of Temsad (Textile Machinery and Accessories Industrialists' Association). The show, which is known for its international success, will guide the textile machinery industry in terms of news ideas and launching of new technologies.

Technology is developing more rapidly every year. Many companies await the international textile machinery exhibition to introduce their latest developments to the global audience, organisers report. "The ITM event, held every two years, provide the manufacturers with the opportunity to connect and share their innovation," they say. "This is where thousands of domestic and international exhibitors and visitors meet. The trade fair held in Istanbul enables participants from all over the world to collaborate and help bringing European and Asian suppliers and buyers together."



After ITM 2018 broke the record with around 59,000 visitors from 94 countries, ITM 2020 is expecting to set new records in terms of the number of exhibitors and visitors. In 2018, the show hosted 1,150 exhibitors from 64 countries, registering a 20% increase in country diversity, compared to the previous fair in 2016. In addition, the procurement committee featured delegates from many countries, including Albania, Bulgaria, Kazakhstan, Kosovo, Moldova and Tunisia.

International delegations from Iran, Uzbekistan, Pakistan, Egypt, Morocco, Algeria, Panama, Czech Republic and Russia also visited the show. The second largest Free Zone in the world, Panama Colon Free Zone took part with its stand.

Turkey broke a record in 2018, with US\$ 168 billion in exports. For 2019, US\$ 200 billion in exports are planned. "2018 was a historical year for Turkey's exports, in spite of the trade wars, Brexit, rising populism and regional conflicts. Our exports reached US\$ 168 billion, a record-breaking amount in the history of the Republic," said İsmail Gülle, Chairman of TIM (Turkey Exporters Assembly).



"We can boost our exports if we start designing, producing and exporting technology instead of just using it," he said. "It is important that we make our exports sustainable and permanent."

"I believe that our industry can grow much faster by increasing our share with new initiatives, and with trade shows like ITM," continued Mr. "ITM is an organisation, which has become a brand in our country both by bringing together all the players in the industry and allowing us to keep up with the new technologies in machinery."

Target markets for 2019 include Africa, as well as the South American and Asian markets. Exports to the US account for well over US\$ 600 million of the total textiles and raw materials exports, amounting to US\$ 794 million in 2018.

"We are expecting ITM 2020 to bring in large gains, due to the high quality of the event," said Ahmed Öksüz, Chairman of ITHIB (Istanbul Textile and Raw Materials Exporters' Association). "It is very important for our country to host ITM exhibition, because we can clearly see our country's strategic position acting as a bridge between the East and the West."



The Editeurs' Area in hall 8.0 is a hotspot for the latest interior collections from around 50 international textiles editeurs

A strong offer: at its next edition, Heimtextil (710-January 2020) will once again bring together all participating textiles editeurs in one hall and thus optimally integrate them into the product offer for interior designers, interior decorators and retailers. Around 50 international fabric suppliers will present their collections for the upcoming season in hall 8.0.

"The hall concept for the past Heimtextil proved to be a success and international editeurs will once again present their wares in a specially designated area within hall 8.0. In this way, we create a vibrant meeting place for interior designers, furnishers and retailers and both exhibitors and visitors alike can benefit from the synergies created as a result", says Sabine Scharrer, Director Heimtextil at Messe Frankfurt. In the specially designated Editeurs' Area, a good 50 internationally renowned editeurs will present their products around the Editeurs' Café.

Hall 8.0 sparkles thanks to product variety

Hall 8.0, "Window & Interior Decoration" will see products such as curtains, decorative fabrics and systems, upholstery fabrics, privacy and sun protection right through to carpets and tools for textile processing bundled together. Among the international highlights from the ranks of textiles editeurs are N.V. Wind from Belgium and Style Library from the UK (with the brands Zoffany, Harlequin, Anthology, Sanderson, Morris & Co, Scion, Clarke and Clarke and Studio G.), CTA and S.I.M.T.A from Italy as well as Damaceno & Antunes from Portugal. Major industry players from Germany such as Apelt, Rasch Textil, Saum & Viebahn and Heco will present their new textile collections. The "Insider" programme for interior decorators will also once again have its hub in hall 8.0 – participants will benefit from exclusive trade fair offers and will have the opportunity to exchange ideas with specialist colleagues in the "Insider Café".

Hotspot for the international high-end segment

"Heimtextil offers us a unique opportunity to present new textile creations to an international audience," says Yann de Zutter, owner and General Manager of N.V. Wind. "We can make wonderful use of the prominent Editeurs' Area to network further and exchange ideas

with our long-standing customers." To make the area and exhibitors even more visible, editeurs will get a makeover at the next Heimtextil in January 2020: the entire area will be covered with a black carpet, exhibitors will be provided with their own stand signage and the area will be highlighted accordingly on the hall plan and online on the Heimtextil website. "Textiles editeurs are a small but brilliant and essential exhibitor group for Heimtextil", says Scharrer. "Their special position in the textile sector as a trendsetter in the high-end segment will be underlined by the highlighting of the exhibition area at Heimtextil." Nicola Brumfitt, Marketing Director of Prestigious Textiles from the UK, also sees the added value in the special area: "We've been attending Heimtextil for more than 30 years – it has become one of the most important dates in our diary and offers a unique platform for networking with potential and existing overseas contacts."

Following a successful launch in January 2019, Style Library from the UK will once again be represented in the Editeurs' Area at the next edition of Heimtextil. "We are very much excited to be introducing our new spring collections at Heimtextil 2020", says Mischa Winde, General Manager Germany. "The trade fair offers us the perfect global platform to present some of our best-selling brands – Harlequin, Sanderson, Morris & Co. and Clarke & Clarke." And Fotios Tsioulpas, Managing Director and owner of IFI Aebe, believes that Heimtextil marks the beginning of the new year in the most creative of ways: "We are looking forward to celebrate this creativity among the top people of our industry."

Just like the editeurs, the DecoTeam, one of the permanent components of Heimtextil, is also one of the highlights of hall 8.0. In January 2020, the DecoTeam will present interior fashion, trendy styles and new colour concepts based on the Heimtextil trends. A full event programme with workshops, presentations, live showcases and discussions with well-known guests such as TV star and decorative queen Enie van de Meiklokjes will complete the trade fair presence and ensure a great deal of creative input, interaction and lively entertainment in a relaxed atmosphere.



consequently running at 88%. This is naturally quite an achievement for the world's leading marketplace for floor coverings and carpets. That said, we also aim to expand our exhibitor lineup by attracting more exhibitors from Germany and the rest of Europe.

As a result of the changes made to the show's layout plan, Hall 8 will now be devoted entirely to the Framing Trends display. What can visitors expect to see there – and what's new?

Hall 8 will star as the pulsating, emotive heart of the event, with visitors being welcomed and wowed by a large textile horizon showing projections of atmospheric images. Our new lead theme of "ATMYSPPHERE" will address how floors can improve our sense of well-being. In a series of Frames, we'll be showing the contribution that a floor's appearance makes to the overall atmosphere, how its texture dampens noise and how ecological production techniques make for a healthier indoor climate. Manufacturers, artists, universities and, for the first time, start-ups will take up these and numerous other characteristics to create soothing, personal worlds of experience via their creative approach.

Our partner agency, Schmidhuber will moreover be staging four pavilions consisting of furnished themed rooms, so as to make the lead theme even more tangible. "Hotel – Sustainable", for example, illustrates the impact of materials and furniture, including acoustic paneling in a hotel room. "Wellness – Green Living" emphasizes health-promoting and environmentally friendly aspects. "Conference – More than Floor" focuses on acoustic solutions, going all the way to upholstered seating landscapes, while "Health – Wellbeing" features a yoga room for relaxation. In the space between these focal points, the advantages of outdoor floors and a flowing transition from indoors to outdoors will be highlighted. The aim is not only to provide inspiration to designers, architects and retailers, but also to illustrate concrete areas of application.

Visiting professionals from retail, the skilled trades and architecture are among the main target groups at DOMOTEX. All of these groups have different needs and requirements. Apart from having interesting exhibitors, what will DOMOTEX be offering its attendees?

There will be something for everyone at the event. For top buyers from the wholesale and retail trades, we'll be offering a special service package to make their visit at DOMOTEX as pleasant as possible.

Craftspeople can look forward to a more state-of-the-art "Treffpunkt Handwerk" – a forum featuring issues ranging from the challenge of digitalization for the skilled trades and topics related to personnel and recruiting young talent to current product trends and cutting-edge application techniques. In addition, craftspeople can visit their associations here, such



as the Federal Association for Parquets and Flooring Technology. In the adjacent live-action zones, our exhibitors will once again be giving practical tips on how to prepare and lay wooden floors.

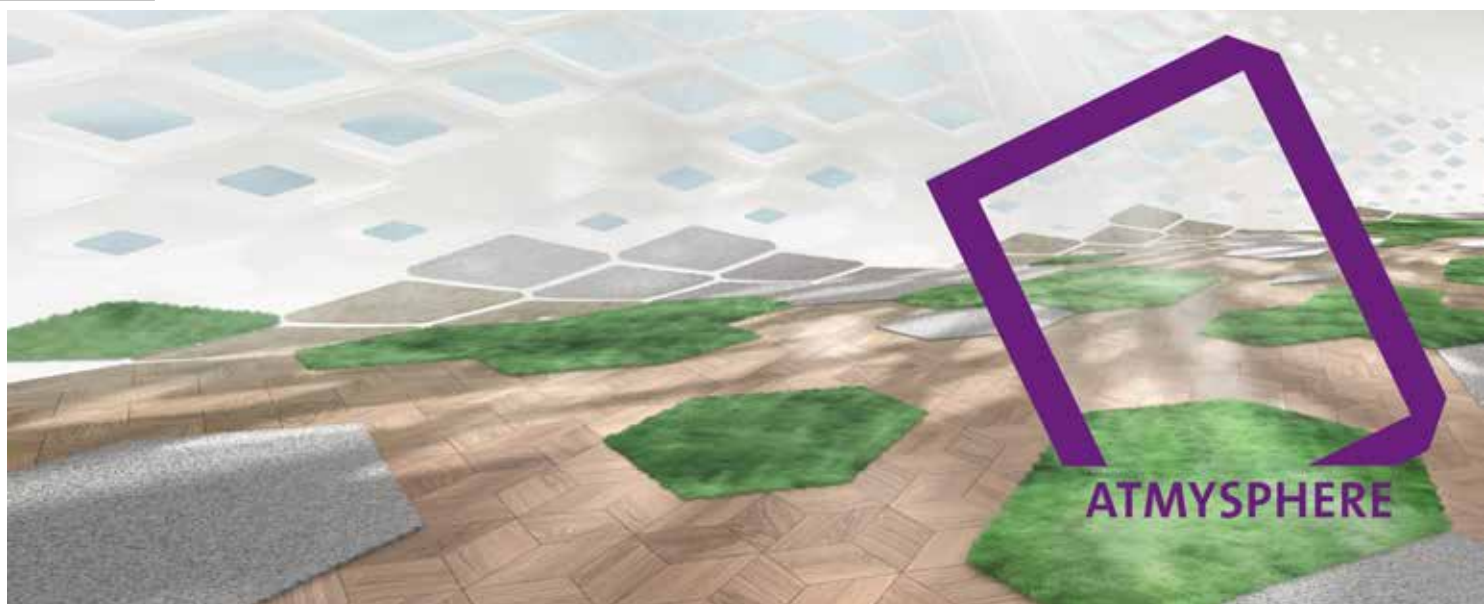
As a special showcase, Hall 8 is ideal for architects and designers. On all four days of the event there will also be a wide range of presentations by renowned architects followed by discussions. This year for the first time ever, exhibitors can join in on staged panel discussions. The focus will be on the latest social transformations and their significance for architecture, in particular as it applies to floors. In specific terms, trendy topics such as building information modeling (BIM) or healthy living and working will be explored. In addition, AIT Dialog Tours – guided tours where internationally renowned architects and interior designers will share their personal highlights of DOMOTEX – will be conducted daily.

Exhibitors displaying new products and services for digitalization will be of interest to all three target groups. For retailers, this will consist of digital sales tools, for architects, the focus will be on building information modeling, and for craftspeople, interest will revolve around things like how to introduce an up-to-the-minute order database.

What do you see as the top USPs of DOMOTEX?

We are the world's only global business platform for carpets and floor coverings: At DOMOTEX, you can see and experience the entire range of products on offer by the global floor coverings industry.

Here you can get an overview of the latest trends and developments in the international market and keep abreast of the latest developments. Manufacturers and buyers as well as partners, architects and designers from all over the world come together at DOMOTEX. New business relationships and cooperation opportunities are emerging that were hitherto inconceivable. The show attracts visitors of extremely high caliber, nearly 90 percent of whom play a decisive role in their companies' buying decisions.



How domotex 2020 looks like under the new managment

"We're the world's flagship fair: At DOMOTEX, you can view the entire range of products from the global floor coverings industry."

SONIA WEDELL-CASTELLANO, GLOBAL DIRECTOR DOMOTEX



interview with Sonia Wedell-Castellano about DOMOTEX 2020

As Global Director of DOMOTEX, you took over responsibility for DOMOTEX just over a year ago. What have you been able to accomplish so far?

In rapid response to the wishes voiced by our exhibitors and visitors, we have, for example, opted for changes in the fair's layout. Previously, premium suppliers were located in the immediate vicinity of the special Framing Trends showcase. They will now go back to their traditional market environments, in their respective halls. For visitors, this means shorter distances and easier on-site orientation. We are also addressing our target visitors in an even more differentiated and more targeted way. We have also reassessed the concept of our classic "Preview" press conferences, and are now touring key media cities, visiting editorial offices and organizing informal dinners, to which we invite exhibitors as well as partners and the press – a networking event with a view to 2020.

Nearly 97,000 square meters of space have already been sold for DOMOTEX 2020. Who are some of

the more interesting exhibitors that visitors can look forward to at the event?

With some 1,500 exhibitors anticipated, the list is already quite long, so I'll only mention a few: Rug Star by Jürgen Dahlmanns, Naziri, Creative Matters, Galleria Battilossi, Rica Basagoiti will be showing in the handmade carpets segment. In the category of machine-woven carpets we are looking forward to Oriental Weavers, Carmel Carpet, Royal Hali, Prado Egypt, Stefany and Reinkemeier. US Floors, Windmüller, Moderna (MeisterWerke) and IVC will be exhibiting their resilient floor coverings, while ter Hürne, Decospan, BIMBO, SWISS KRONO and Forestry Timber will be presenting parquet, wood and laminate flooring. The manufacturers of installation technologies include Mapei, Selit, Välinge, Unifloor, Uzin Utz and Küberit.

What is the ratio of domestic to foreign exhibitors?

Of all Deutsche Messe events, DOMOTEX is by far the most international. This applies to exhibitors and visitors, alike. German exhibitors account for some 12% of display space, with the international share

Nearly 648 exhibitors took part in Apparel Sourcing Paris

Tradeshows Apparel Sourcing Paris and Shawls&Scarves, organised by Messe Frankfurt, were held from September 16-19 at Le Bourget, Paris. Nearly 648 exhibitors with 17 different nationalities took part in this season's shows. Apparel Sourcing Paris assembles international clothing producers, whereas Shawls&Scarves Paris hosts designers of accessories that cover shoulders and heads.

Apparel Sourcing Paris and Shawls&Scarves Paris showcase a very diverse range of skills and expertise, making it an indispensable event for buyers of finished products. The atmosphere remains unwaveringly oriented towards business; yet there are nevertheless more creative areas to be found, as designed by the artistic directors of the trade fairs, who highlighted a selection of outfits and accessories.

In order to make the visitors' itinerary easier, this year the organisers also reviewed how the exhibition space was segmented. The categories used to classify the areas of expertise for fashion clothing were welcomed by visitors. They covered knitwear, dressmaking, bespoke tailoring, sportswear, evening wear, outerwear, made-to-measure, lingerie and swimwear, workwear and textile accessories.

This year, visitors also showed a considerable interest in women's clothing, knits and sportswear, a segment that is very much on trend. "We met up with a wide range of customers and plenty of opportunities arose," said Yung, an assistant at Meisiya Garment (Dalian), a manufacturer of clothing made of technical textiles.

"Many firms that are regular attendees at our shows for clothing production achieved excellent results and made some high-calibre contacts among our visitors. This is what I was told by representatives from Myanmar, Ethiopia and China, who I am following closely. I am also observing the development of the small quantities circuit, in particular on behalf of our Chinese associates, over one hundred of whom are now offering this. I am glad to see that our exhibitors are just as capable of responding to demands from the industry as well as from couture," said Michael Scherpe, president of Messe Frankfurt France.

Contractors are always searching for fresh ideas for their ever increasing numbers of collections and they have less and less time to find suppliers, whatever volumes they require. "The market changes very rapidly. As a designer, I find it interesting to be able to go to a trade fair where I see a very, very varied offer in such a short time. I'm looking for manufacturers, for materials and so on. There's a huge variety here. I don't always go to the same suppliers; that's what I find interesting, having so much choice! I've found lots of new suppliers too, with very specific techniques. I've also noticed that there are more and more exhibitors who will accept orders for small quantities requiring slightly more unusual work, products that are a little bit more special. Exactly what I'm looking for!" said Christophe Guillarmé, a fashion designer based in Paris.

Like last year, China demonstrated its growing interest in the European market with displays by 15 Chinese fashion labels in a dedicated exhibition space. Something else that aroused interest at this season's show was the collaboration between the Haute Ecole des Arts du Rhin and Chinese clothing manufacturers in a presentation of French creative skills and sophisticated design from traditional Chinese firms.

Finally, the new hall 2 agora, which is situated between Apparel Sourcing Paris and Leatherworld Paris, was the backdrop for demonstrating the immense clothing expertise of professionals from the sector, focussing on two main themes: 'Vast potential for corporate clothing and workwear' and 'Funding, support and development for fashion labels', which can be seen on Messe Frankfurt France's Vimeo showcase.

In addition, the catwalk area once again served to present international design with many catwalk shows from individual countries: Bangladesh, Cambodia, China, Ethiopia, Hong Kong, Myanmar, Sri Lanka.

Apparel Sourcing Paris, complemented by Shawls&Scarves Paris, remains the epicentre of the European fashion industry. The next Apparel Sourcing Paris and Shawls&Scarves Paris will be held from February 10-20, 2020, 13-15 in Paris, Le Bourget.





DOMOTEX asia/CHINAFLOOR expands its design influence

Shanghai. DOMOTEX asia/CHINAFLOOR – the leading trade show for carpets and floor coverings in the Asia Pacific region – expands the design and conference area and welcomes new and returning brands.

For the 22nd edition, each flooring sector will have a theme. The highlighted product category in wood is solid wood for ground heating systems. The category is taking over the entire hall showing new technologies, new designs and new products in floor heating. Solid wood for ground heating systems is growing in China – according to China National Forest Products Industry Association, around 80% of China's wood flooring brands have developed the product. At the same time the market share is increasing by more than 30% annually. It is expected that by 2025, the market size of solid wood for ground heating systems will reach RMB 10 billion (approx. 1.4 billion USD). The international and local market leaders, such as Junckers, Foglie d'Oro, Edelholz, IBF, Teclic, Nature, Fudeli, Bloor, Jinyi, Licher, Nuogao and Moganshan have already confirmed their participation at the show. Also in this hall we see the latest developments in the market in the dedicated InnovAction campaign.

The resilient flooring section will be spread out to 69,500 sqm gross, featuring Stone Plastic Composite (SPC) flooring. Among the resilient halls, there will be an "Inspiration Hall", housing InnovAction campaign and design forum, where famous interior designers will educate the audience on using resilient flooring in interior. The InnovAction will be upgraded by showcasing the new products within matching interior spaces. This new way of presenting the InnovAction products is ideal for both manufacturers to share the

ideas and for visitors to keep up to date with the market trends.

Carpet section will promote carpet as a driving force for interior design, with a dedicated hall being the epicenter of home and design carpets and the host hall for the Luxury Brands Carpet Show – a showcase of the most sought-after international high-end carpet design brands. After the successful first edition in 2019, Chinese Original Carpet Design Show comes back to promote the works of young Chinese carpet designers. Country pavilions from Germany, Belgium, Iran and Turkey will also showcase their products among the carpet halls. Traditionally DOMOTEX asia/CHINAFLOOR has been focused on B2B, however due to the market changes, the end users are more and more welcome to the show. In order to give the oriental carpets and rugs the spotlight and follow the trends, Indian and Afghanistan pavilions will be creating a new area – "Treasure of Orient".

In 2020, DOMOTEX asia/CHINAFLOOR will cover more than 185,000 sqm of gross space, taking up 16 halls at the Shanghai New International Expo Center. Five of the exhibition halls will be dedicated to carpets and rugs, four to wood, bamboo and other hard floors, 2 to FLOORTECH asia and 5 halls to resilient floor coverings. In 2019, the show gathered 1,579 exhibitors from 36 countries and attracted 66,875 trade visitors, of which 15,092 international, coming from 107 nations. DOMOTEX asia/CHINAFLOOR is a part of the dynamic international DOMOTEX brand based in Hannover, Germany, along with three other platforms: DOMOTEX Turkey, DOMOTEX USA and – making its debut this year – DOMOTEX Mexico.

Egypt aims to be textile industry hub by 2025:

Ministry of the public business sector



Seamstresses work in a factory that makes and exports Valentino men's suits in 10th of Ramadan City, Egypt. This factory, like many others, is in a Qualified Industrial Zone (QIZ) which was implemented last year in Egypt and has helped to attract more foreign ready-made clothes companies.

Ministry of the Public Business Sector has launched a new strategy to restructure all textile companies under the Cotton and Textile Industries Holding Company with the aim of restoring the Egyptian textile industry locally and globally.

The strategy involves a plan to reduce the companies' losses and increase profits with a total investment cost of EGP 21 billion.

The strategy will be fully implemented by 2022.

The government has already started to implement a plan, at a cost of EGP 8 million, to have 17 centres in Fayoum and Beni Sweif governorates receive cotton crops directly from farmers with no intermediaries.

According to Minister of the Public Business Sector Hisham Tawfik, this system gives farmers the right to be paid 70 percent of the sales price in cash, and that the remaining 30 percent are to be paid within one week of the public auction.

As part of its vision 2025, Egypt also plans to establish a new integrated city for textile industries and to boost the sector with EGP 12 million. The plan also involves establishing four new factories, modernising old equipment in existing factories, and providing training for workers.

The government plans to quadruple textile and garment exports by 2025.

Moreover, the Chinese company Ningxia Mankai began in May to build an industrial city for textile and

clothing production, which will reportedly cover more than 3 million square meters and will host nearly 600 factories with investments worth \$9 billion.

The new city is expected to be at full capacity by the end of 2019 according to pilot studies, the Chinese company said.

However, the head of textile industry at the Federation of Egyptian Industries Mohamed El-Morshedy says that no actions have been taken on the ground to modernise Egypt's textile industry, adding that the sector has failed to attract investments. He said that even the Chinese company announced as the key investor in the new textile city has not taken any real strides so far.

"The only action we can talk about is the public business sector ministry's project to improve state-owned textile factories. This project costs EGP 8 billion that will be entirely provided by Egypt's Cotton and Textile Industries Holding Company; no investments have been made," El-Morshedy clarified.

He also said that the textile city that has been announced is just "ink on paper," with no actions on the ground.

"I am dissatisfied with the direction of the textile industry, especially since the government has failed to reopen all closed textiles factories. The intentions are good, but there are no real actions to turn these intention into real work," he added.

The textile and apparel industry contributes 30 percent of industrial production in Egypt and 10 percent of total exports. The EU partnership agreement with Egypt allows the country to export textile and apparel products to EU countries without customs tariffs.

Turkish firm starts exporting heating fabrics

A Turkish entrepreneur is now exporting a heating fabric, developed from 100% local sources, for €20 (\$22) a square meter, said executives of the firm on Oct. 5.

The innovative new fabric can dissipate heat with low voltage and can be used in numerous fields, such as the automotive, health, textile, and defense sectors, Ayhan Prepol, a co-founder of Iltema, which makes the fabric, told Anadolu Agency.

The firm, which works with Turkish automotive and furniture producers, made its first export to Germany, he said.

The heating fabric was used for wetsuits for the German army and won praise, he added.

Saying that Iltema sent prototypes to Ireland and the U.K., he added: "Motorbike users tested the fabric in the U.K., while an Irish company wanted the fabric for an acoustic project."

The fabric can dissipate heat at various ranges from 15 C to 300 C (59 to 572 F), he stressed.

"While our competitors can be used at a constant temperature, we can adjust the heat when we produce our fabric," he said.

Prepol also said that the company -- based in the Aegean region of Izmir -- continues its R&D activities and hopes to reach €2 million (\$2.2 million) in exports in 2020.



Turkish Clothes' Prices to Soar 20 Percent in Jordan

The trade agreement between Jordan and Turkey was ongoing for eight years from 2011 to 2018, until Jordan decided to suspend the agreement because of "unfair competition".

Prices of Turkish-imported clothes are set to rise in the near future, according to the textile and readymade clothes syndicate.

After senior stakeholders in the clothes sector said that prices will remain stable throughout the winter, it was later announced that the prices of Turkish clothes will go up by at least 20 per cent, in a statement made by President of the Textile and Readymade Clothes Syndicate Muneer Deyeh on Wednesday.

"Clothes imported from Turkey may be the only ones

whose prices will increase as the free trade agreement between Turkey and Jordan has been revoked," Deyeh told The Jordan Times over the phone.

He added: "This is definitely an unpleasant prediction as a large proportion of clothes in the Jordanian market are either from Turkey or China."

The trade agreement between Jordan and Turkey was ongoing for eight years from 2011 to 2018, until Jordan decided to suspend the agreement because of "unfair competition".

The move was made, according to officials in the ministry of industry and trade, to "encourage citizens to direct their attention to local products".

Chinese imports, however, which come in under various ongoing trade agreements between Jordan and China, will not be affected, said Deyeh.

"I doubt that a new trade agreement between Jordan and Turkey will be renewed, as the government would not want to anger local clothes makers, but we do hope that at least the customs charges will be reduced," said Deyeh.

Spokesperson for the Ministry of Industry and Trade Yanal Barmawi said that the suspension of the Turkish agreement is "still fresh" and that its "true effects on the market have not been truly tested yet".

"The sector as a whole is going through a tough time, so we cannot blame its stagnancy on the suspension of the agreement. In fact, the suspension could be doing the local market a favour, but it is hard to tell under these circumstances," Barmawi said over the phone.



Better Together: The 2019 Euratex Convention

Consolidates Partnership Between The EU And Turkey And Outlines Future Priorities For The Textile And Clothing Sector.

European and Turkish entrepreneurs, International experts, designers and policy makers came together in Istanbul to discuss current and future scenarios in the textile and clothing sector. The discussion focused on the challenges of globalisation, environmental impact and digitalisation, and how such challenges can

be turned into opportunities. From trade tensions to circular economy and collaboration between designers and manufacturers, the conference addressed a number of topics that are crucial for both EU and Turkish textile and clothing industries.

The event was organized by the Turkish EURATEX members – TGSD (Turkish Clothing Manufacturers' Association), TTSIS (Turkish Textile Employers' Association), IHKIB (Turkish Apparel Exporters' Association) and ITHIB (Turkish Textile & Raw Material Exporters' Association) – and gathered over 500 participants. Panels, testimonials and insightful presentations allowed participants to have an overview of the sector in Turkey, and opportunities for collaboration both locally and internationally.

"A strong partnership between the EU and Turkey is crucial for the future of both economic systems", stated EURATEX President Alberto Paccanelli, also stressing how "a modernised Customs Union between the EU and Turkey can give a fresh boost to our relations, with mutual benefits".

Under its new Director General Dirk Vantighem, EURATEX aims at addressing trade barriers and bureaucracy between Turkey and the EU, and at creating a favourable environment for investments in digitalisation, sustainability practices, skills and education programmes.



IRANIAN RESEARCHERS DEVELOP SMART UNIFORM FOR SOLDIERS

Iranian researchers have developed a technology to make smart uniforms for soldiers using an array of sensors to monitor vital signs and detect radioactive and landmines. The vital signs and the geographical location is displayed on an LCD. Project head Amir Abbas Mohammadi said the gear could also prove useful for professional mountain climbers.

The prototype included three sections: garment, gloves and boots, each of them with special abilities, Mohammadi said.

"In the first phase, we introduced gloves for climbers that could provide heat to the user at a temperature of minus 40 degrees; also in areas without signal, they could provide vital signs and geographical indications to the climber. These gloves will prevent climbers from getting lost," he said.

The boots are equipped to advance micro-scanners that can find mines 40 centimeters. They also sense radioactive material and notify the soldier by displaying their data on a screen, Iranian media quoted him as saying.

The outfit's 12 sensors can measure pulse, blood pressure, humidity, temperature, coordinates, distance as well as light. It is also equipped with lasers for various functions.



The project won the third place in Istanbul International Inventions Fair (ISIF'19) last month in which 400 teams and 1,000 inventors from 30 countries participated.

Bahraini fashion designer invents smart Abaya

Lulwa Salem, a graduate of the Delmon Star program run by Bahrain Fashion Incubator (BFI) has designed a smart Abaya.

Her invention works to protect the woman wearing it from the danger of exposure to high heat and alert her about health hazards that can occur during a physical activity such as exercising and hiking.

Lulwa used a special fabric to reduce the heat by about ten degrees from the external temperature to make wearing it more comfortable and to also prevent dehydration, as with high temperatures the body loses a large amount of water which disrupts its vital functions. Lulwa added a fitness tracker in the abaya to track the heart rate and collect daily activity data such as the number of steps and calories burned. She used a reflective fabric in some areas to make walking at night safer and avoid potential car accidents. This design was inspired by Bahrain's heritage related to the textile industry, especially the "Sado" which can be seen in the shape of the triangles on the side. The fabric is also characterised by its ability to prevent sticking to the body when sweating. In developing it further, Lulwa is planning to use an antibacterial fabric as environmentally friendly alternative which is in line with not only the global direction in sustainability but also the direction of the Kingdom of Bahrain in recent years. The antibacterial fabric reduces the need to wash the Abaya and thus reduces the consumption of water.

Commenting on the specifications of the Abaya, Lulwa Salem said: "As a Khaliji woman, I love wearing Abaya all the time and I often feel the need to develop it to suit the region's hot climate. Abaya can feel uncomfortable for women who like to walk outdoors or women who work in environments that are exposed to sun or heat. I envision extending the application of this idea to serve different individuals in the society of different tastes in fashion including men and children using the same safety features in their garments. My approach in all my designs will always be centered around the use of modern technology inline with the global direction of the fashion industry."

Lulwa Salem, a creative Bahraini fashion designer, won first place in the Dilmun Star competition held



last April with the support of Tamkeen and under the patronage of Zayed bin Rashid Al Zayani, Minister of Industry, Commerce and Tourism. She started her journey in fashion design 15 years ago sketching designs of clothes she could not find in the market, then she obtained a Diploma in Fashion Design and joined the Delmon Star program last year. Through the program, she had an integrated experience in fashion design and entrepreneurship. She was inspired by the idea of applying technology to the Abaya during the Fabric Technology workshop presented in the early stages of the Dilmun Star program and worked on developing her ideas with Mrs. Jalila Aarab, founder and CEO of the Bahrain Fashion Incubator during and after the program. Lulwa then decided to be specialized in designing clothes with technological specifications that provide solutions to some health and safety problems facing not only Khaliji women but all segments of our society.

Jalila Aarab, said: "We are very proud of Lulwa for creating a unique piece that represents a beginning to a new area in the fashion field. BFI is one of the first organizations in the Middle East and North Africa to provide the right environment and support that encourages fashion startups in using technology. We are working on creating a thriving ecological system for the field of fashion, and we are keen on providing the training and technical support to all promising fashion designers through programs and services that we offer in the incubator."

Bahrain Fashion Incubator would like to thank all its supporters, especially Tamkeen, which provided a lot of support during the past year and also much appreciation to the Ministry of Industry, Commerce and Tourism and the Economic Development Board for their continued support.

Italian textile machinery orders intake down in second quarter

Italian textile machinery orders, as elaborated by ACIMIT, the Association of Italian Textile Machinery Manufacturers, for the period from April to June 2019, fell by 19% compared to the same period in 2018. The index orders value came in at 84 basis points (2015=100).

Orders for Italian machinery manufacturers were negative in foreign markets, with a 21% decline and an absolute index value of 78.6 basis points. On the domestic front, on the other hand, orders remained stationary compared to the second quarter 2018. The absolute index value came in at 140.1 basis points.

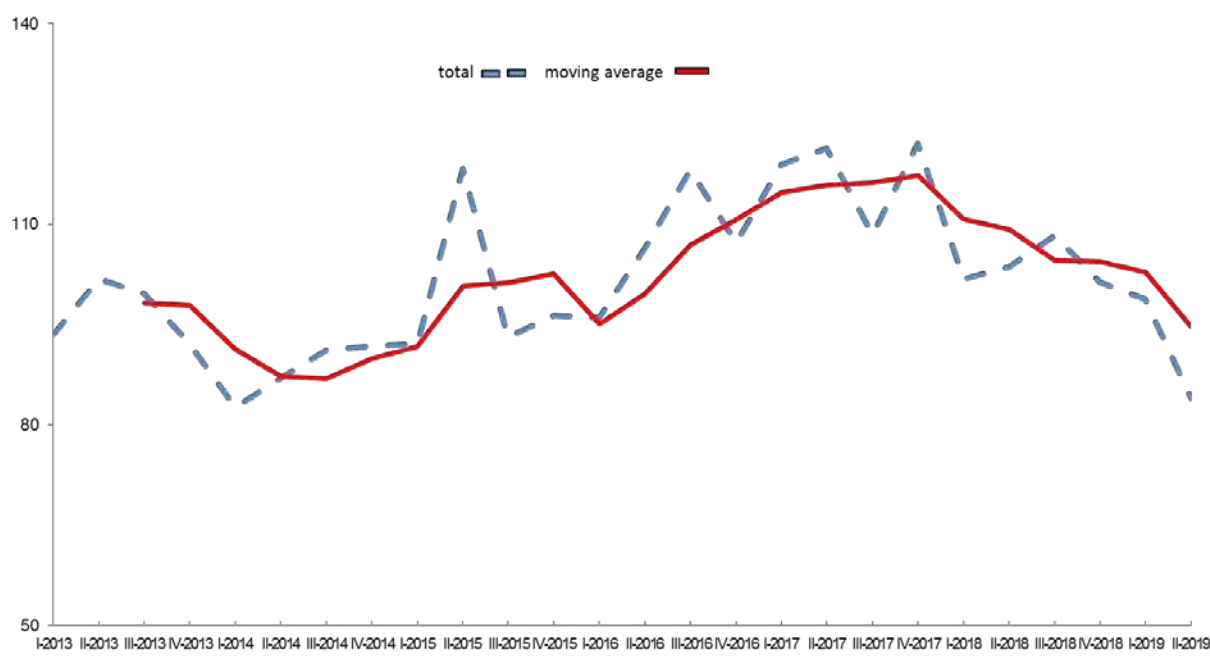
ACIMIT President Alessandro Zucchi thus commented the economic situation, "The orders index as compiled by our Economics Department perfectly reflects the situation that we as entrepreneurs have found in many markets in this first part of the year. The uncertainty due to a tension-laden geopolitical situation was further weighed down for our sector by the awaiting of ITMA, the world's premier textile machinery fair, which took place in Barcelona last June."

"ITMA is our industry's main showcase, held every four years to present the most innovative textile technology solutions," explains Zucchi. "Many of our customers have postponed investments to await news presented at the fair." The level of success, measured in terms of overall visitors and contacts recorded by Italian machinery manufacturers during the event, lends a positive note for year-end growth on foreign markets.

General information on Italy's textile machinery sector and ACIMIT

ACIMIT represents an industrial sector that comprises roughly 300 manufacturers (employing around 12,000 people), which produce machinery for an overall worth of around 2.5 billion euros, of which 83% are exported. Creativity, sustainable technology, reliability and quality are the hallmarks that have made Italian textile machinery worldwide leaders.

ITALIAN TEXTILE MACHINERY
THE INDEX OF ORDERS INTAKE AT CONSTANT VALUE (BASES 2015=100)



Technical Textiles Market in Egypt

According to a report published by the USAID and prepared by inTEXive consulting, the future of the technical textiles market in Egypt has promising opportunities.

Egypt's technical textiles sector is emerging with total imports of US\$ 605.4 million and total exports of US\$ 746 million in 2017. The exports are growing at a very fast rate CAGR 51% from 2013-2017, while the imports are slightly decreasing. Major imports included polymer laid nonwoven (US\$ 96.9 million), coated and laminated fabrics (US\$ 93.6 million), Packtech (US\$ 71.84 million), and Protech (US\$ 43 million). Whereas, major exports included Medtech (US\$ 283 million), glass fiber yarns and fabrics (US\$ 160.5 million), Sporttech (US\$ 147.2 million), and polymer laid nonwoven (US\$ 66.6 million). Major imports partners were Asia Pacific (US\$ 300 million), Europe (US\$ 150 million) and the Middle East (US\$ 102 million), while major exports partners were Europe (US\$ 273 million), Africa (US\$ 188 million) and the Middle East (US\$ 170 million).

This market analysis is part of a project funded by USAID's SEED in partnership with the Egyptian Ministry for Trade and Industry and implemented by inTEXive Consulting. The project report "Technical Textile Value Chain Gap Analysis in Egypt" is the first and only report that provides a comprehensive analysis of the technical textiles value chain in Egypt, it acts as a guide for strategic planning and future investments. The report is considered a valuable resource for government agencies, international organizations, financial institutions, private companies, and investors. The report features a comprehensive list of major Egyptian producers of technical textiles classified based on their value chain level. The report also includes 58 market data tables and 58 figures spread through 126 pages of in-depth analysis of the technical textiles value chain in Egypt. Moreover, the report features the first published dictionary of HS codes classifying the technical textiles based on raw material and end-products, including 192 codes at the 6-digit level.

The report provides a detailed mapping of the technical textiles value chain in Egypt in addition to an in-depth trade analysis. In the trade analysis, the data was categorized and classified according to the International



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

STRENGTHENING ENTREPRENEURSHIP AND ENTERPRISE DEVELOPMENT (SEED)

TECHNICAL TEXTILES VALUE CHAIN GAP ANALYSIS



June 2019

This publication was produced for review by the United States Agency for International Development. It was prepared by AECOM.

Harmonized System of codes. Imports and exports data for these commodity codes were analyzed for a five years period starting 2013 and ending in 2017 and the compounded annual growth rates was calculated.

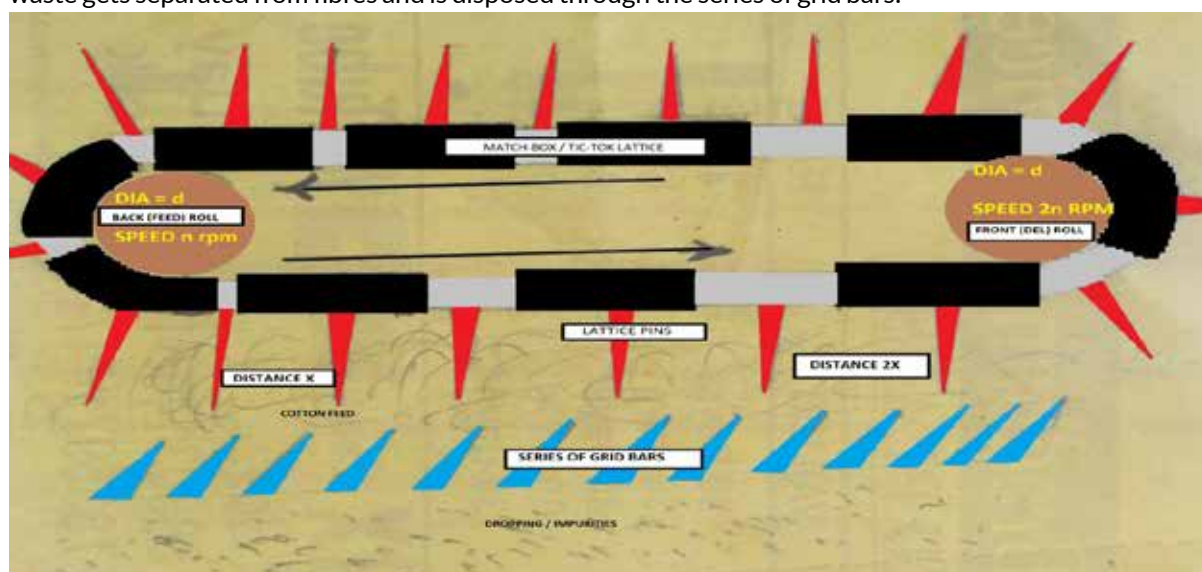
The report also includes an in-depth SWOT analysis of the technical textiles value chain in Egypt, a total of 27 interviews were conducted to better understand the strengths, weaknesses, opportunities and threats pertaining to the technical textiles value chain in Egypt. Interviews were conducted with different producers of raw materials, end products, auxiliaries' producers, and service providers such as machine makers, testing and research institutes, development associations, and governmental entities. Afterwards, the report presented the bottlenecks and constraints facing the technical textile industry in Egypt, major bottlenecks included, lack of technical expertise, difficulty in sourcing high performance raw materials, and required large capital investment. The report provided suggested interventions along with suggested entities and association who are responsible for those interventions. In addition to, showcasing a successful model for growing the technical textiles industry in India.

The report is available as an open access to support the growth of this industry and to enable decision makers to make confident business decisions in this highly competitive industry.

CONCEPT OF "MATCH-BOX" / "TIC-TOK" LATTICE



The lattice along with the series of pins is mounted over a pair of rolls; the speeds of front roll would be double against the back roll, this introduces draft effect. Therefore the 200% draft is introduced in a pull zone hence the fibres are pulled from each other within the bunch. This results in to the separation of fibres and simultaneously waste gets separated from fibres and is disposed through the series of grid bars.



There can be certain numbers of pull zones. Every pull zone will add 200% draft in the feed material and it can be imagined the total draft in the series of pull zone would separate every fibre without damaging it.

In fabric contamination is considered as a major fault. Mills control these faults by installing various costly machines in blow room and winding. If we closely see we find that in existing blow room one piece of contamination is broken into 100 or 1000 pieces due to the beaters. And these small pieces are tried to arrest by installing contamination / PP cleaners. With this new pull room concept the PP / contamination will not be broken in to small pieces and so there would be better control over contamination / PP in the yarn.

In the existing blow room there is a huge power consumption required to work air supply and the number of beaters. The proposed pull room effect would save huge power as the series of beaters from existing blow room would be eliminated, and also the amount of air suction required for the proposed arrangement would be very low.

Modification in Blow room: Proposal of pull room concept

RAMAKANT DUBEY

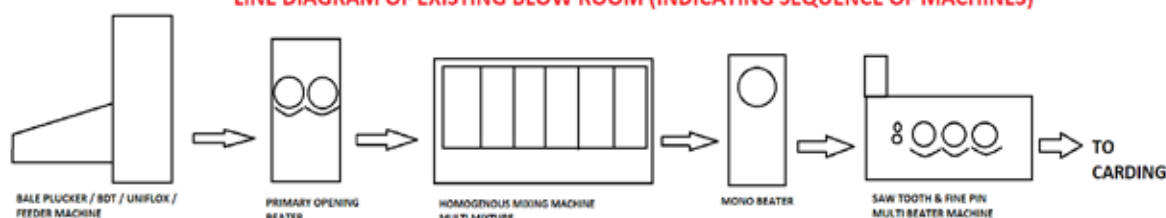


Abstrct

Cotton is a natural fibre produced in fields. A fruit of Cotton fibres are attached with the seeds. After plucking from cotton plants the fibres along with seeds are processed in ginning. In the ginning machines, main focus is to separate cotton fibres from seeds. But some-how few seeds get crushed and so the cotton along with seed coats & trash is packed in bale form and supplied to the spinning mills.

In Cotton Spinning, the first action is managed and controlled by the sequence of machineries known as blow room. The main objective of blow room is to separate good fibres from impurities like - dust, leaves, trash, seed coats & lint. The waste extracted is known as blow room droppings. For spinning good quality of yarn, fibres should be free from these impurities. In general amount of waste extraction is decided on the trash contain in cotton mixing.

LINE DIAGRAM OF EXISTING BLOW ROOM (INDICATING SEQUENCE OF MACHINES)



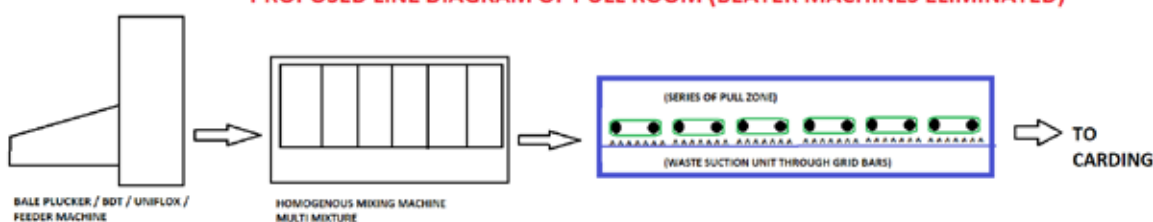
Beaters and Air flow are the main components engaged in beating and opening of fibres along with transportation of fibres and removal of impurities. During beating some of the fibres get damaged / broken, and during transportation through air flow some long / short / damaged / immature fibres get converted into a ball form called neps. Neps are the ball formation of fibres created due to entanglement of fibres and may also have tiny size seed coats with it.

So it can be concluded that fibres damage and neps generation are the by product of blow room process and to minimize these issues, there is a continuous development taking place in the machine design and in machinery components.

■ Concept of Pull room effect

If lumps of fibres opened & cleaned without any beating and air transportation it would result into reduced fibre damages & lower neps generations. This will further enhance the yarn quality with lower process flow. By eliminating the series of existing beating and opening machineries, Pull zone may be introduced. This will solve the main objective of removing impurities and opening of fibres, with ensured lower neps generation and lower fibre damages.

PROPOSED LINE DIAGRAM OF PULL ROOM (BEATER MACHINES ELIMINATED)



The main component this proposed pull zone is "Match box" / "Tik Tok" lattice, which has a capacity to extend and shrink during its engagement in pull zone. The lattice has pins on its surface which hold the fibres and during stretch, pulls the fibres from the bunch.

And each company has its own objective for taking part in the exhibition. The other issue is amount of sales which depends on booth making and variety of products.

Overall in my opinion attending the national exhibition is in the end announcing your presence, so consumers and buyers would be informed about latest products, and rivals would be forced to move forward by the innovations so that you can recognize weak companies from good. For example, which products are new this year and what improvements have been made compared to last year, are they the same or not? Is there a new thing to say a new product to present? Are products produced with higher quality or not? According to these reasons I think it's necessary to attend the national exhibition.

■ **Did we make any progress in producing raw material compared to a few years ago? How is the quality of national companies' raw material?**

Near 90 percent of raw material used in machine-made carpet factories is acrylic fiber. There was a factory with potential to produce high volumes of acrylic which doesn't anymore today. And that was Isfahan polly-acrylic factory which cannot provide national companies. In the end all companies in need of acrylic have to acquire it overseas. For establishing such units, we need heavy investing which can't be provided by the private sector. Here we need the government to take action or foreign investors. Anyway no one will do it cause volume of investing is too high and investor prefers to do a financial activity with lower risk and less funds needed to reach profit.

In today's condition if someone puts their money in the bank and don't do any industrial business, they can achieve 2 to 3 times the profit.

■ **With all these acrylic fiber need in machine-made carpet industry there will still be a little profit for who establishes an acrylic factory or is there another problem?**

Even if investment for such factory is provided by private sector, base and foundation of acrylic is raw material called acrylate which for uses in defense industry, is included in heavy sanctions. In a way importing acrylic is a lot easier than importing the raw material for producing it and in current situation it's impossible for us to buy that.

How successful were the textile association, professional society and other institutions presence in leading textile industry and machine-made carpet?

There is a very good and friendly relation between us and these institutes and each of them always did their best to improve and progress the quality of textile industry. They do all they can to solve the industry problems. But their capability is somewhat limited.

■ **With current situation regarding carpet export, what is your plan for attending foreign exhibitions in the future?**

With the high rate of currency exchange practically we can only attend as visitors in these events. First of all, as soon as they realize we are an Iranian company they'll step aside because they know their government won't allow them to do business with an Iranian counterpart. They can't sell or buy anything from us.



not prepared, we need to do spinning and dyeing and after that it takes around 2 to 3 months to make the final product; the carpet.

Last step is selling the final product (carpet). Now if we look at it positively and the market is desirable, we sell our product. But with recession in our society it might take 3 to 4 months for our investment to return. The said issues are a collection of our biggest challenges in this industry.

Next issue is taking loans from the bank. Currently all banks need a property document and providing that as a producer is very difficult. This means that for entering this industry you need to be a land owner not an artisan, how much property can we own? We only have properties to meet our needs.

And with our current export situation we have obstacles exporting to a lot of countries. Because of our country's banking situation, we don't do our exports with foreign currency, the buyer has the same problems with dealing with Iran so practically we receive no currency. As you may know foreign currency must be transferred via banks or individuals who carry cash and with our laws against money laundering and other problems transferring funds in cash or by banks is impossible. So, the only thing we can do is to tell the buyer to transfer funds as Rials via exchange currency or third-party countries. This issue and how we transfer the cash have some consequences for all evolved in this transaction so we can't deal with them more than once or twice cause sanctions, restrictions, limitations and laws might cause problems doing their own business.

The other issue is acquiring spare parts, for machinery that currently works in the production system. To this day we paid several times for the parts but in the end the money was returned after a month and that's because these companies are severely restricted and can't work with Iran.

Even for doing this we need to find a trusted individual in third-party country, and give them the required money for purchasing and sending us the part. And they won't do this more than two or three times because they might be questioned about the end destination of the said parts and the machinery are scrap metal without these parts.

■ Aren't there companies in Iran that produce these parts?

There is possibility of making some parts in Iran but there is no way to make electronic parts here. These parts must be bought from the original creator of machinery and they have the monopoly on that.

■ With restrictions of exporting, what conditions are required to produce according to high volume of

producers? What is your plan to keep and increase sales in national market?

Zomorod Mashhad Carpet company is putting all its effort to preserve its high quality to expand and keep its market share. All the fiber we use are from raw material of German known and respected company Deralon which produces the best fiber in the world. I can say with high certainty that our carpets from 20 years ago are in our customers houses without any changes or quality drop.

We always tried to leave a name of ourselves so that customers would buy at ease when hearing the name Zomorod Mashhad. However, we heard that some rivals and friends buy fibers from different countries and mix them together but Zomorod Mashhad never did such a thing. Always we were consistent and tried to be the best product it can be, whether it's design, color or map we tried to be up-to-date. I believe that our carpets are comparable with respected foreign companies.

■ Some companies try to establish direct branches in different provinces. Some believe that right time was a few years ago and it's not benefitable now. What's your opinion on this?

In today's conditions investing on property has very high numbers dedicated to it and in practically there is no explanation for that. We usually use institutions to distribute our products. And costumers in every state can directly order the desired product in any number via our website. In the country current situation there is no economical justification for purchasing shops in different states.

Don't you think the current way you mentioned increases the chance of fraud and copying your brand? Won't you be at ease if Zomorod Mashhad was only purchasable in your official store?

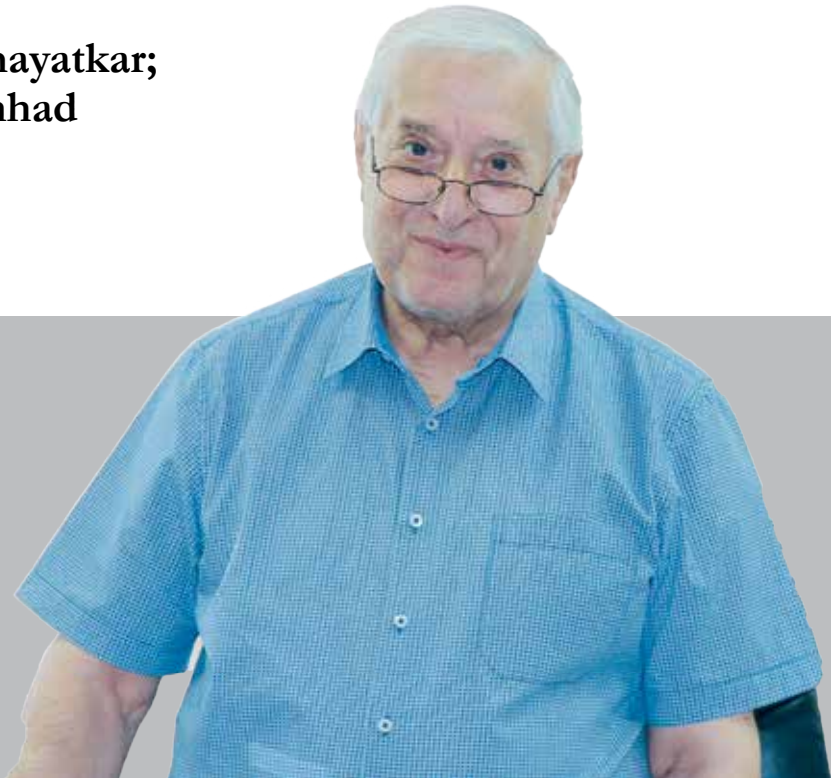
Sadly, the number of machine-made carpet producers are way more than its national needs. There must be some control over this and there is none. For example, companies always try to use "Mashhad" in their brand and other examples of brands using "Zomorod" or "Mashhad" before and after their brand.

■ Presence in national exhibition is not necessary according to some brand companies but you as an authentic brand take part in it for years what's your strategy in this area?

People have different perspectives. My personal belief is that we have to participate in the national exhibition. First of all, this is a good place to meet people in carpet business and all the people who hardly meet each other during all these hard years have chance to meet in person.

THERE ARE NO SOLUTIONS TO THE ISSUES

**Interview with Mr. Hemayatkar;
CEO of Zomorod Mashhad
Carpet Company**



Continuous activity and a permanent affective presence of Mr. Hemayatkar convinced us to set up an interview and spend an hour talking to him about various problems and obstacles that production is struggling with. The interesting point that caught our attention in Mr. Hemayatkar was that he had no complains towards the situations concerning his different rivals which everyone talks about.

He stated that we mind our own business and we leave others to deal with their own but we look for strong rivals who compete in progress of machine-made carpet and we'll be glad to present products with such high quality that increases rate of progress for us and the rivals.

He believes quality is an important factor for successful and continuous presence of Zomorod Mashhad Carpet company in top tier national and international carpet industry. You can read the complete interview of Mr. Hemayatkar about different issues of machine-made carpet below.

■ **What is your description of current situation of country for producers in different section? Tell us about obstacles and problems that currently exist.**

the problems have been described many times by our friends, colleagues and counterparts in different ways but sadly, due to different issues that should have been taken care of, there has been no resolve and the result is harsh conditions that producers are facing today.

First topic in these talks is the raw material needed in this industry, with our banks being disconnected with foreign banks and us needing around 70 percent of our raw material imported. And we need foreign currency to provide our raw material which in current situation there is no path for transferring funds and

work with a LC we need a high volume of cash flow in Rials to purchase our raw material which is considered a big challenge for us. You specially need to consider: when we want to buy the raw material, we need to transfer the cost completely in the beginning. On the other hand, you can't transfer the funds directly to provider and we need a third-party medium to do this process which has its own problems. Apart from these obstacles, this whole process takes time, in about one month the provider receives funds. After that it takes 3 to 4 months for us to receive the said material.

So far there is a 3 month pause forced on us and we need to pay loan installments and financing costs to the bank network. Even after we receive the material it's



THE FIRST TEXTILE MAGAZINE IN MIDDLE EAST

WWW.KOHANTEXTILEJOURNAL.COM

ISSN:9619 -1735

Vol.13 No.55

November - December 2019

www.kohanjournal.com

President Publisher/
Yayın Sahibi:
KohanTextile Journal
Behnam Ghasemi
Info@kohanjournal.com
+90 539 234 6324

Editor in Adviser/
Sorumlu Yazı İşleri Müdürü:
Behnam Ghasemi

General Coordinator/Genel
Kordinatör:
Farshad Soltani
farshadsoltani@hotmail.com

Advertisement & Sale
Manager/
Reklam ve Pazarlama
Müdürü:
Farshad Soltani
777@kohanjournal.com

Technical Editor:
Mir Shahin Seyed Saleh
Design:
Mojtaba Mohammadnejad

Print and Publish:
Pasargad Publication

China Office:
Mr. zhang hua
kohanjournal@gmail.com

Head Office/
Merkez Yönetim Adresi:
Unit 1, 1th Floor, 55 Street,
Resalat Square,
PO Box 16765-465 Tehran IRAN
Tel: +9821-77230310

Contents

THERE ARE NO SOLUTIONS TO THE ISSUES 5
Interview with Mr. Hemayatkar;
CEO of Zomorod Mashhad Carpet Company

MODIFICATION IN BLOW ROOM: 8
Proposal of pull room concept

TECHNICAL TEXTILES MARKET IN EGYPT 10

ITALIAN TEXTILE MACHINERY ORDERS INTAKE 11
DOWN IN SECOND QUARTER

MIDDLE EAST NEWS 12

Bahraini fashion designer invents smart Abaya
Better Together: The 2019 Euratex Convention
Iranian reseachers develop smart uniform for soldiers
Turkish firm starts exporting heating fabrics
Turkish Clothes' Prices to Soar 20 Percent in Jordan
Egypt aims to be textile industry hub by 2025

EXHIBITION NEWS 16

DOMOTEX asia/CHINAFLOOR expands its design influence
Nearly 648 exhibitors took part in Apparel Sourcing Paris
How domotex 2020 looks like under the new management
The Editeurs' Area in hall 8.0 is a hotspot for the latest interior collections from
around 50 international textiles editeurs
Great ideas turn into technology at ITM 2020

COMPANY NEWS 22

EPSON'S LATEST PRINTING TECHNOLOGY TARGETS TEXTILE INDUSTRY
H&M & IKEA JOIN HANDS FOR STUDY ON RECYCLED TEXTILES
Saurer to show Autoairo in Asia for the first time at 2nd CIIE
French Textile Machinery After ITMA, the trends are clear
Innovations – KARL MAYER's answer to modern-day challenges





ENGINEERING+MANUFACTURING+SERVICE

www.polytex.cc

TECHNOLOGY

- PET/PBT/PBS/PTT/PLA/PBAT/PETG/PC/PA6/PA66.. [EPC]
- GAS/COAL CHEMICAL- BDO/EG/MeOH [EPC]
- HP (Hydrogen Peroxide, H₂O₂) [EPC]
- RECYCLING (POLYMER: Physics or Chemistry) [EPC]

A POLYTEX GROUP



POLYTEX ENGINEERING GROUP LIMITED

Corp: No.20 Wenchang Mid Rd. Yangzhou, Jiangsu, PRC.

Head: No.1, Private Industrial Park, Yuetang, Yizheng, Jiangsu, PRC.

Tel: +86-514-85553618 ; +86-514-87859276

Fax: +86-514-87857559

E-mail: market@polytex.cc polytex@vip.sohu.com

Website: www.polytex.cc

ITM

2020

İSTANBUL

35TH INTERNATIONAL TEXTILE MACHINERY EXHIBITION

2-6 JUNE 2020

www.itm2020.com

Download ITM 2020
App Store & Google Play



TÜYAP FAIRS INC.
P : +90 212 867 11 00
F : +90 212 866 66 98
www.tuyap.com.tr

OWNERS



TEKNİK FAIRS INC.
P : +90 212 876 75 06
F : +90 212 876 06 81
www.teknikfuarcilik.com

AUTHORIZED EXCLUSIVE SALES REPRESENTATIVE IN CHINA
SHANGHAI TENGDA EXHIBITION CO.,LTD.
Ph:+86-21-60493344 - Fax:+86-21-58499947
info@textenda.com

"This Fair is organized with the audit of TOBB (The Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey) in accordance with the Law No.5174"

رونق تولید / همکاری صنعتگران / توسعه صادرات

Specialized Exhibition & Market Technicians of
Machine Made Carpet & Related Industries

نمایشگاه تخصصی و فن بازار فرش ماشینی

و صنایع وابسته (با رویکرد توسعه صادرات)

۲۶ تا ۳۰ آذر ۱۳۹۸ / کاشان

17 to 21 December 2019
KASHAN



۰۳۱۵۵۶۲۰۸۰۵ - ۰۶ | ۰۹۱۳۸۶۱۷۰۹۰

irancarpetex.com

info@irancarpetex.com

[@irancarpetex](https://www.instagram.com/irancarpetex)

هر چقدر هم غیر ممکن به نظر برسد، راه حال آن را داریم

بسته بندی اتوماتیک و نیمه اتوماتیک صنایع فرش ماشینی و موکت



لول کردن، برش، حاشیه دوزی، ریشه دوزی، لبه چسبان و بسته بندی

تماس با آقای روزبه مروج: ۰۹۱۲ ۳۰۲ ۵۲ ۸۷

Kohan Textile Journal

ISSN: 9619-1735 vol.13, No.55, November- December 2019

Middle East Textile Journal

www.kohanjournal.com

ADDRESS: 1/28 SHAGHAYEGH ST., 2 KHAYRA INDUSTRIAL PARK, BAGHIN ROAD, KERMAN
ALMAS KAVIR CARPET PHONE: (034) 31342000

NEW ELEGANT COLLECTION
INNOVATIVE FIBERS VINTAGE DESIGN 12 COLORS
NEW PRODUCT

فرش الماس کویر

کلکیون جدید الگنت

New Elegant Collection

الیاف نوآوری شده طرح وینتج ۱۲ رنگ

Innovative fibers Vintage design 12 colors

آدرس: کرمان، جاده باغین، شهرک صنعتی ۲ خضرا



www.almascarpet.com

Almaskavir.official

Info@almascarpet.com