

گزارش اختصاصی پنجره‌ایرانیان از سیزدهمین نمایشگاه تخصصی دروپنجره تهران؛

قصه تکراری نمایشگاه یکی داستان است پُر آب چشم...



اشاره

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران از روز سه‌شنبه ۸ تیرماه ۱۴۰۰ میزبان سیزدهمین نمایشگاه تخصصی دروپنجره و صنایع وابسته تهران بود که همانند دوره قبل با رعایت پروتکل‌های بهداشتی و با حضور شرکت‌های ایرانی و خارجی گشایش یافت. در آیین افتتاح این نمایشگاه، حمیدرضا مومنی، مشاور رئیس‌جمهوری و دبیر شورای عالی مناطق آزاد تجاری صنعتی و حسن زمانی، مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران حضور داشتند. سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت دروپنجره تهران، با حضور ده‌ها شرکت ساختمانی، انبوه‌سازان مسکن، شهرک‌ها و مجتمع‌های مسکونی، اداری و تجاری، هتل‌ها، بیمارستان‌ها، مراکز آموزشی و ورزشی و سازمان‌های دولتی برگزار شد. در این نمایشگاه هر آنچه مرتبط با پدنه و نمای ساختمان است، از انواع دروپنجره ساختمانی، صنعتی و بیمارستانی تا تجهیزات ضد سرقت و آتش‌سوزی، سیستم‌های هوشمند و سیستم‌های کنترل ساختمانی و تجهیزات سبک‌سازی و مقاوم‌سازی ساختمان ارائه شد. یکی از ویژگی‌های این نمایشگاه، حضور فعال شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها بود که در کنار آنها چند کارگاه علمی، آموزشی و تخصصی نیز برپا شد. این نمایشگاه به دلیل دارا بودن استانداردهای بین‌المللی به عضویت اتحادیه جهانی نمایشگاه‌ها (UFI) درآمده است که افتخار بزرگی برای نمایشگاه‌های کشور و صنعت دروپنجره محسوب می‌شود.

سیزدهمین دوره نمایشگاه بین‌المللی دروپنجره، صنایع و ماشین‌آلات وابسته در فضایی به وسعت ۱۸ هزار مترمربع با حضور ۱۵۰ شرکت برگزار شد که دو شرکت از ترکیه نیز در بین مشارکت‌کنندگان به چشم می‌خورد. همچنین در نمایشگاه صنعت آشپزخانه که هم‌زمان با این نمایشگاه برگزار شد؛ صنعتگران، تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی حوزه صنایع و تجهیزات آشپزخانه، حمام، سونا و استخر از شهرهای مختلف کشور حضور داشتند که ضمن تبادل اطلاعات و ارائه نوین‌ترین تولیدات خود، در جریان پیشرفت‌های این بخش قرار گرفتند. هجدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع و تجهیزات آشپزخانه، حمام، سونا و استخر با حضور ۸۰ شرکت از جمله یک شرکت چینی، در فضایی به وسعت هشت هزار مترمربع برگزار شد. این نمایشگاه‌ها به‌صورت هم‌زمان از روز سه‌شنبه ۸ تیرماه ۱۴۰۰ به مدت چهار روز تا ۱۱ تیرماه از ساعت ۱۰ تا ۱۸ میزبان صنعتگران و علاقه‌مندان بودند.

نمایشگاه دروپنجره تهران امسال سومین دوره برگزاری در تابستان و دومین دوره برگزاری در شرایط کرونایی را تجربه کرد؛ تجربه‌ای که اگرچه بخش عمده آن ناخواسته و همراه با سختی‌های فراوان بود اما تلاش دست‌اندرکاران این رویداد مهم صنعت دروپنجره برای استمرار در برگزاری و جلوگیری از تعطیل شدن نمایشگاه در نوع خود قابل‌ستایش است. در شرایطی که سال گذشته بسیاری از نمایشگاه‌های تخصصی در ایران و بسیاری از کشورهای دنیا به دلیل شرایط حاد کرونایی برگزار نشد و امسال نیز چنین شرایطی کم‌وبیش حکم‌فرماست، سماجت در برگزاری و تلاش برای قطع نشدن این زنجیره نشان از پشتکار مجریان نمایشگاه و بایمردی فعالان این صنعت دارد.

صحبث از نحوه برگزاری نمایشگاه که «یکی داستان است پُر آب چشم...» و کم‌وکاستی‌هایی که دارد اگرچه قصه‌ای تکراری است و بارها درباره آنها صحبت کرده و قلم زده‌ایم، با این حال امسال هم همانند سال‌های گذشته به میان غرفه‌های نمایشگاه رفته و با مدیران و غرفه‌داران حاضر در نمایشگاه گفتگو کرده‌ایم که مشروح این گپ‌وگفت‌ها را بی‌کم‌وکاست و همراه با گزارش تصویری خدمت مخاطبان عزیز ارائه می‌کنیم تا بدون واسطه و به‌صورت مستقیم در جریان کم‌وکاست‌های نمایشگاه سیزدهم قرار گیرند.

با ابراز امیدواری نسبت به این که هر چه زودتر شاهد برگشت وضعیت کلی جامعه به شرایط طبیعی و عاری از هر نوع بیماری، پاندمی و رکود باشیم، توجه شما را به گزارشی که از سیزدهمین نمایشگاه تخصصی دروپنجره و صنایع وابسته تهران تهیه شده جلب می‌کنیم.



«واکا کروز»

مجید میرجعفری

مدیرعامل واکا بیان کرد: با توجه به وضعیت آب و هوایی کشور در سال‌های اخیر و مشکل کمبود آب، نیاز جامعه به گلخانه‌ها به‌ویژه گلخانه‌های هیدروپونیک برای تامین برخی نهادهای دامی

و علوفه، تره‌بار، صیفی‌جات و سبزی و سایر محصولات گلخانه‌ای بیشتر احساس می‌شود. بر همین اساس محصول جدید واکا می‌تواند گام بلند و مطمئنی در کمک به توسعه و بهبود عملکرد این صنعت در کشور باشد. در حال حاضر طرح پایلوت این محصول در محل کارخانه ایجاد شده که با تولید روزانه یک و نیم تن علوفه در حال فعالیت است.

میرجعفری در خصوص نحوه برگزاری نمایشگاه امسال نیز گفت: نمایشگاه امسال با توجه به این که هنوز بحث کرونا در کشور وجود دارد همچنان با مشکلاتی همراه است اما همان‌طور که از نام نمایشگاه مشخص است یک نمایشگاه تخصصی است و به همین سبب عموماً افراد مرتبط و متخصص در این صنعت برای بازدید می‌آیند که نکته خوبی است. میزان استقبال از غرفه ما همان‌طور که می‌بینید بسیار خوب و قابل توجه است و ما راضی هستیم.

مدیرعامل واکا کروز در پایان با انتقاد از گسترش نوعی تولید محصول که از آن با نام پروقیل‌های کواکسترود یاد کرد افزود: متأسفانه یک سری محصولات بی‌نام‌وشان و بی‌کیفیت که به‌وسیله یک عده سودجو که هیچ شناخت و سرشته‌ای از علم پوپی‌وی‌سی و پروقیل و پنجره ندارند با یک سری دستگاه‌های کواکسترود اقدام به تولید محصول می‌کنند که به‌شدت به پیشینه و ماهیت این صنعت در اذهان عمومی لطمه می‌زنند. ما تلاش کردیم کمیته به‌عنوان «نه به کواکسترود» در نمایشگاه امسال ایجاد کنیم و جامعه و مصرف‌کننده را از وجود چنین محصولات و برندهایی آگاه کنیم. به همین خاطر ما سال ۱۴۰۰ را به ایجاد و گسترش کمیته‌های آگاه‌سازی مردم اختصاص دادیم به‌نحوی که مصرف‌کننده، محصول استاندارد و باکیفیت را از محصول فیک و بی‌کیفیت بازشناسد و هنگام خرید بتواند تشخیص درستی بدهد.

شرکت گسترش صنایع قائن یکی از قدیمی‌ترین مجموعه‌هایی است که در زمینه تولید مقاطع مختلف پروقیل دروینجره یوپی‌وی‌سی با نام تجاری واکا کروز در شرق کشور فعالیت می‌کند. این مجموعه که از سال‌های ابتدایی دهه ۸۰ سابقه حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی دروینجره را دارد پس از وقفه‌ای کوتاه با چندین محصول جدید در نمایشگاه سال‌های اخیر حضور پیدا کرده است. مدیرعامل واکا کروز پیرامون نحوه حضور این مجموعه در نمایشگاه امسال به خبرنگار پنجره‌ایران گفت: مجموعه واکا کروز تلاش می‌کند هر سال با یک یا چند محصول جدید که از تکنولوژی روز دنیا بهره می‌برند در نمایشگاه حضور پیدا کند. همان‌طور که در سال قبل شاهد بودید مجموعه واکا در نمایشگاه دوازدهم محصول پروقیل کرتین‌وال یوپی‌وی‌سی را برای اولین بار به صنعت دروینجره و نمای کشور معرفی کرد. همچنین درهای هیدرولیک و جداکننده‌های یوپی‌وی‌سی از دیگر محصولاتی بود که در نمایشگاه‌های سال قبل رونمایی و عرضه کردیم. میرجعفری به گستردگی و تنوع بالای محصولات در صنعت پوپی‌وی‌سی اشاره کرد و افزود: اعتقاد ما بر این است که صنعت پوپی‌وی‌سی بسیار گسترده و استراتژیک است و محصولات آن تنها در صنعت دروینجره و حتی صنعت ساختمان کاربرد ندارند و اگر نگاه کارشناسانه وجود داشته باشد می‌توان در بسیاری از زمینه‌هایی که امروزه کشور ما دچار کمبود و مشکل است وارد شده و با نوآوری و خلاقیت به تولید محصولات جدید اقدام کرد.

وی با اشاره به محصول جدید این مجموعه خاطرنشان کرد: یکی از صنایعی که صنعت پوپی‌وی‌سی می‌تواند در آن مشاثر باشد بخش کشاورزی است. مجموعه واکا در راستای تعامل با صنعت کشاورزی و ارتقاء گلخانه‌های هیدروپونیک اقدام به طراحی و تولید نوع خاصی از پروقیل و سازه یوپی‌وی‌سی برای استفاده در این گلخانه‌ها کرده است که فواید و مزایای بسیار زیادی دارد. از جمله مهم‌ترین مزایای این گلخانه‌های یوپی‌وی‌سی و شیشه می‌توان به محبت سیو انرژی، طول عمر و دوام بالا، کاهش خطرات نسبت به گلخانه‌های قدیمی، هزینه سرمایه‌گذاری پایین و سودآوری بالا اشاره کرد.



مهران رضاییان

کوبال اصفهان



استقبال از نمایشگاه موثر بوده است. مدیرعامل کوبال اصفهان در خصوص رهکار رفع این مشکل اظهار کرد: بهتر است شرکتها تلاش کنند هر سال حداقل یک یا دو محصول جدید برای ارائه و رونمایی در نمایشگاه داشته باشند؛ یا حداقل نمایشگاه به جای سالانه به صورت دوسالانه برگزار شود تا مشارکت کنندگان با دست پر و بازدید کنندگان با ذوق و شوق بیشتری در نمایشگاه حضور پیدا کنند. چون با این شرایط نمایشگاه هیچ جذابیتی برای مشارکت کنندگان و بازدید کنندگان ندارد و همه افراد و شرکتها هر سال طبقی عادت و با همان محصولات تکراری در نمایشگاه حضور پیدا می کنند.

رضاییان افزود: واقعیت این است که با شرایط اقتصادی حال حاضر جامعه حضور در نمایشگاه توجهی ندارد و بیشتر شرکتها احساس می کنند برای حفظ برندینگ و جایگاه مجموعه شان در صنعت و بازار باید در نمایشگاه حضور داشته باشند و اکثر مشارکت کنندگان در این نمایشگاه به همین دلیل در نمایشگاه حضور پیدا کرده اند.

مدیرعامل آلومینیوم کوبال در پاسخ به این که برنامه توسعه ای مجموعه کوبال در سال پیش رو چیست گفت: افزودن چند قطعه یراق به سبد محصولاتمان مهم ترین برنامه ای است که در برنامه توسعه و چشم انداز مجموعه در سال ۱۴۰۰ خواهیم داشت. اضافه کردن چند سیستم جدید پروفیل دروپنجره نیز از دیگر برنامه هایی است که رونمایی این محصولات را در نمایشگاه ساختمان در مردادماه خواهیم داشت.

شرکت آلومینیوم کوبال اصفهان در زمینه تولید پروفیل آلومینیوم صنعتی و ساختمانی، انواع پروفیل دروپنجره اختصاصی و ترمال بریک، نرده و پارتیشن در انواع رنگهای الکترواستاتیک، آنادایز متالیک و مات و همچنین یراق و ماشین آلات مربوط به آن و ارائه مشاوره و راه اندازی خط تولید دروپنجره در شهرک صنعتی منتظر به نجف آباد اصفهان فعالیت می کند. مدیرعامل کوبال اصفهان با اشاره به این که در تمامی دوره های نمایشگاه دروپنجره تهران حضور داشته است به خبرنگار پنجره ایرانیان گفت: برداشت من این است چون اسامیل میزان استقبال از نمایشگاه از سوی مشارکت کنندگان ضعیف بود یک مقدار در جلساتی ها ضعیف عمل کردند و به نوعی جلساتی غرقه را به ما تحمیل کردند! به جز بحث جانبی در بقیه موارد مشکل خاصی نبود و ما راضی بودیم.

رضاییان میزان استقبال از نمایشگاه را ضعیف خواند و افزود: میزان استقبال و حضور بازدید کنندگان از نمایشگاه اسامیل نسبت به دوره های قبلی چند درصد کمتر شده است که به دلیل مسئله کرونا و بحث زمانی بازار است. بحث زمانی یعنی بازار در موقعیت مناسبی قرار ندارد و تایمی است که میزان رکود و کساد بازار باعث شده استقبال خوبی از نمایشگاه نشود. تکراری شدن نمایشگاه و عدم ارائه کالا و محصولات جدید نیز یکی دیگر از عواملی است که در کم شدن میزان





آبایان پروفیل

امیر مسگرزاد

مدیرعامل آبیان پروفیل پیرامون طرح‌های توسعه‌ای این مجموعه اظهار کرد: مجموعه آبیان از اواخر سال ۹۶ که فعالیت تولیدی‌اش را آغاز کرده همواره در حال توسعه بوده به‌نحوی که ظرفیت اولیه ۲۰۰ تا

۳۰۰ تن را امروزه به حدود ۶۰۰ تن در ماه رسانده است. در این مدت ضمن افزایش تعداد و تنوع قالب‌ها و تکمیل سبد کالایی، مقاطع و سیستم‌ها اقدام به تولید و عرضه سیستم اکونومی با برند «گرین» نیز کرده است. در سال جدید نیز با توجه به برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته و زیرساخت‌هایی که فراهم شده با اضافه کردن سوله و سالن تولیدی به مساحت ۱۰۰۰۰ مترمربع، تعداد خطوط تولید اکسترودر مجموعه را نیز به ۱۳ خط افزایش خواهیم داد. از این ۱۳ خط تولید، ۱۱ خط به تولید پروفیل دروینچره، یک خط به تولید ورق قومیژه و یک خط به تولید تایل‌های ۶۰×۶۰ سقف کاذب اختصاص خواهد یافت.

مسگرزاد افزود: در ادامه طرح توسعه‌ای مجموعه آبیان در نظر داریم برخی ملزومات جانبی مثل گسکت‌ها و لاستیک‌ها را که از بیرون تهیه می‌کردیم در داخل مجموعه تولید کنیم که ماشین‌آلات و خطوط این محصولات نیز خریداری شده و به‌زودی به مرحله بهره‌برداری خواهد رسید. اضافه کردن ۶ قالب کشویی و چند قالب جانبی نیز از دیگر برنامه‌هایی است که مقدمات آن فراهم شده و در قالب همین طرح توسعه‌ای به سبد محصولات ما اضافه خواهند شد. در مجموع با این افزایش خطوط و توسعه محصولات، ظرفیت تولید نهایی مجموعه آبیان به بیش از ۲۰۰۰ تن در ماه افزایش خواهد یافت.

مدیرعامل آبیان در پایان خاطرنشان کرد: ما در مجموعه آبیان علاوه بر کارهای زیرساختی و برنامه‌هایی که در قالب طرح توسعه‌ای انجام داده‌ایم، هزینه قابل توجهی برای بحث برندینگ و تبلیغات اعم از تبلیغات تلویزیونی، محیطی و رسانه‌ای اختصاص داده‌ایم که امیدواریم برند آبیان را در سطح یک برند مطرح و درجه یک در کشور و منطقه معرفی کنیم.

گروه تولیدی آبیان پروفیل، تولیدکننده مقاطع پروفیل دروینچره یوپی‌وی‌سی با برندهای آبیان و گرین در شهر دزفول استان خوزستان است که فعالیت خود را در زمینه تولید دروینچره در سال ۱۳۸۹ آغاز کرده است. مدیرعامل آبیان پروفیل در گفتگو با خبرنگار پنجره‌ایران با اشاره به سومین دوره حضور این مجموعه در نمایشگاه دروینچره تهران گفت: ثبت‌نام و جانبی غرقه مجموعه ما در سومین نمایشگاه تخصصی دروینچره تهران با توجه به این که سال‌های قبل هم در نمایشگاه حضور داشتیم طبق همان روال انجام شد و به‌نوعی جای ما رزرو و از قبل مشخص بود و مشکل خاصی پیش نیامد.

مسگرزاد افزود: از لحاظ نحوه برگزاری و میزان استقبال بازدیدکنندگان با وجود بحث کرونا و مشکلاتی که در این زمینه وجود دارد همه چیز خوب بود و مشکل خاصی وجود نداشت. مجموعه ما هم مانند سال‌های قبل شاهد حضور بازدیدکنندگان زیادی بود و استقبال خوبی از محصولات ما شد.

مدیرعامل آبیان به مهم‌ترین دلایل حضور در نمایشگاه اشاره کرد و گفت: یک بعد مهم حضور در نمایشگاه‌ها برندسازی و اعلام حضور و فعال بودن شرکت‌هاست که ما به همین خاطر تلاش می‌کنیم تا در نمایشگاه‌های مطرح و مهم صنعت که در این زمینه ما را به اهدافمان می‌رساند شرکت فعال و مستمر داشته باشیم. ضمن این که در بحث جذب مشتری جدید و فروش نمایشگاهی نیز، برای خودمان اهدافی را برنامه‌ریزی کرده‌ایم که در این زمینه هم با تعامل با مشتریان و بازدیدکنندگان و اطلاع‌رسانی از طرح‌های توسعه‌ای مجموعه تلاش می‌کنیم تا به اهداف تعیین‌شده خودمان سریع‌تر دست پیدا کنیم.

مسگرزاد یادآور شد: ما در نمایشگاه‌ها ضمن دیدن بازدید مشتریان قدیمی از حضور مشتریان جدید هم استقبال می‌کنیم و نمایشگاه را فرصت مناسبی می‌دانیم که در جهت توسعه و ارتقا سطح کمی و کیفی مجموعه‌مان تاثیرگذاری فراوانی دارد.



سیندر >> محمدصادق سمسارزاده



امسال فرصت مناسبی بود تا به بازدید از نمایشگاه بپردازند. نماینده سیندر به مهم‌ترین دلایل حضور در نمایشگاه اشاره کرد و گفت: خیلی مواقع حضور در نمایشگاه برای فروش و بحث اقتصادی آن نیست و بیشتر به جنبه تبلیغاتی، اطلاع‌رسانی و برندسازی آن توجه می‌شود. مجموعه سیندر چون دو دوره در نمایشگاه حضور نداشت امسال خیلی قوی در نمایشگاه حاضر شد و برنامه داریم که با همین فرمان و با قدرت بیشتر در نمایشگاه‌های آتی مشارکت داشته باشیم. وی افزود: دوران رکود تبعات زیادی برای بازار و صنعت ما داشته است اما علم مدیریت می‌گوید که شرکت‌های موفق باید بتوانند در دوران رکود خودشان را تثبیت کنند و زمینه اوج‌گیری‌شان را در دوران پسارکود و دوران رونق آماده کنند. فعالیت گسترده مجموعه سیندر نیز با همین نگاه و دیدگاه نسبت به دوران رکود شکل گرفته است.

سمسارزاده پیرامون چشم‌انداز توسعه‌ای مجموعه سیندر خاطرنشان کرد: مجموعه سیندر در برنامه توسعه‌ای خود ۳ قالب اکس ۱۳ را به سبد کالایی‌اش اضافه کرده است که قابلیت استفاده بیشتر از پراکات روز را به همکاران ما می‌دهد. ایجاد تغییرات کمی و کیفی در سیستم‌های موجود و همچنین طراحی یک مولیون مقاومتی برای پنجره‌های سایز بزرگ از دیگر اتفاقات مثبتی بود که در ماه‌های اخیر در مجموعه صورت گرفته است. برای ماه‌های پیش‌رو هم اضافه کردن سیستم تک‌ردل کشویی را در برنامه داریم که ظرف ماه‌های آینده اتفاق خواهد افتاد.

شرکت تجهیز سازان یا برند LT به‌عنوان نماینده انحصاری پروفیل سیندر در ۵ استان کشور در نمایشگاه دروپنجره تهران حضور داشت. مدیرعامل شرکت تجهیز سازان در گفتگو با خبرنگار پنجره‌ایرانیان ضمن اعلام رضایت نسبی از نحوه برگزاری نمایشگاه اظهار کرد: با توجه به این که چندین دوره از برگزاری نمایشگاه دروپنجره تهران می‌گذرد و مجری برگزارکننده نمایشگاه تجربیات زیادی در این زمینه پیدا کرده است، مدیریت و نحوه برگزاری نمایشگاه در سطح قابل قبولی است و ایرادات کمتری نسبت به سال‌های قبل وجود دارد. نوآوری‌هایی که در نحوه تبلیغات در فضای مجازی برای مشارکت‌کنندگان تعبیه شده بود از جمله مواردی بود که در دوره‌های قبل نداشتیم و کار مثبت و موثری بود.

سمسارزاده میزان استقبال از نمایشگاه را رضایت‌بخش دانست و افزود: میزان استقبال از نمایشگاه امسال به چند دلیل زیاد شده بود. با توجه به این که مجموعه سیندر تبلیغات محیطی زیادی انجام داده بود و همچنین مذاکرات و تعاملات مفیدی که قبل از نمایشگاه با مشتریان داشتیم، میزان استقبال و حضور بازدیدکنندگان از غرفه ما خیلی خوب بود. از سوی دیگر، چون سال قبل نمایشگاه تحت تاثیر موضوع کرونا بود و سال قبل‌تر هم به دلیل این که اولین دوره برگزاری نمایشگاه در تابستان را داشتیم خیلی از دوستان و همکاران نتوانسته بودند از آن نمایشگاه‌ها دیدن کنند و





«وین کلاس»

غلامرضا زمانی

مدیرعامل وین کلاس به محصول جدید مجموعه عایق پلاست اشاره کرد و گفت: محصول جدیدی که مجموعه ما برای این منظور طراحی و تولید کرده پروفیل پنج کانال دانفیک است که یک محصول کاملا استاندارد با وزن بالا و دارای فاق بلندتر نسبت به سایر محصولات بازار است. این محصول با وجود کیفیت بسیار بالا از نظر قیمت با بسیاری از پروفیل‌های بازار رقابت می‌کند و می‌تواند نیاز بسیاری از مصرف‌کنندگان و انتظارات را از نظر قیمت تامین کند.

زمانی یادآور شد: ما چون خودمان از سال ۸۵ در زمینه تولید دروپنجره فعالیت می‌کردیم و از پنجره‌سازی وارد این کار شدیم بسیاری از مسائل فنی و جزئیات کار را اشراف داریم و با توجه به دانش قوی که نیروهای فنی مجموعه از لحاظ علم پلیمر دارند توانستیم ارتباط خوبی بین محصول باکیفیت و نیازهای بازار از جمله قیمت و کارایی برقرار کنیم. در سال‌های گذشته برخی مجموعه‌ها برای این که محصولشان را ارزان به دست مشتری برسانند از کیفیت مواد و تولید زدند و در عمل نتیجه عکس گرفتند و بازارشان را از دست دادند اما ما با یک سری تجربیاتی که در بحث مواد اولیه و بازی با ترکیبات سرشته داشتیم توانستیم ضمن حفظ کیفیت به تولید و عرضه محصول ارزان قیمت دست پیدا کنیم.

شرکت صنایع عایق پلاست در زمینه تولید پروفیل دروپنجره یوپی‌وی‌سی با نام تجاری وین کلاس، وین کلاس استار و دانفیک در خوانسار استان اصفهان فعالیت می‌کند. مدیرعامل وین کلاس در گفتگو با خبرنگار دروپنجره ضمن اشاره به چهارمین دوره حضور این مجموعه در نمایشگاه دروپنجره تهران اظهار کرد: نمایشگاه امسال خیلی خوب بود و میزان همکاری عوامل نمایشگاه از هرسال بهتر بود و ما خیلی راضی هستیم. میزان استقبال از نمایشگاه با توجه به این که ما در همه استان‌ها نماینده داریم خوب بود.

زمانی ضمن استقبال از جبهه جایی زمان برگزاری نمایشگاه از زمستان به تابستان خاطرنشان کرد: برگزاری نمایشگاه در زمستان برای ما که از شهرستان می‌آیم با توجه به مشکلات آب و هوایی و بارش برف و باران خیلی سخت بود اما این چند دوره که در تابستان برگزار شده است ما خیلی راحت هستیم و مشکل خاصی نداریم. نمایشگاه امسال هم با توجه به این که بعد از انتخابات برگزار می‌شود زمان مناسبی برای مشتری و بازدیدکنندگان است که در نمایشگاه حضور پیدا کنند. وی افزود: مشتری همیشه به دنبال جنس ارزان است و خوشبختانه ما با در نظر گرفتن شرایط بازار و آنالیز فروش سعی کردیم همه سلاقی و میزان توانایی مالی مشتری را در نظر بگیریم و محصولی مناسب توانایی مالی مشتری به بازار عرضه کنیم.



هادی باقری

رنال وین



جامعه در نقاط مختلف دنیا اثر گذاشته است و ما هم تا حدودی این تاثیرپذیری را شاهد بودیم اما با توجه به این که مجموعه ما به مبحث کیفیت محصول اهمیت ویژه‌ای می‌دهد از نظر فروش مشکل زیادی برای ما به وجود نیامد. وی افزود: برگزاری نمایشگاه‌ها باعث ایجاد انگیزه در تولیدکنندگان و فعالان صنعت و بازار می‌شود. با توجه به این که مردم ظرف یک سال اخیر با مسئله کرونا و قرنطینه دست‌به‌گریبان بودند حضور در فضای نمایشگاه کمک می‌کند تا تنوعی در رفت‌وآمدها ایجاد شود: درواقع دینوبازدیدهای نمایشگاهی باعث شادابی همکاران می‌شود.

مدیرعامل رنال وین به برنامه‌های توسعه‌ای این مجموعه اشاره کرد و گفت: ما برای سال پیش‌رو افزودن دو خط تولید اکسترود را در برنامه کاریمان داریم و همچنین ده قالب جدید نیز به سبد کالایی محصولاتمان اضافه شد. حضور در بازارهای منطقه‌ای و صادرات محصول به کشورهای همسایه مثل افغانستان را نیز در برنامه کاری امسالمان داریم. پیش‌بینی صادرات به کشورهای عراق، عمان و کشورهای حوزه خلیج فارس را هم در چشم‌انداز توسعه بازارمان داریم.

شرکت آروین فناوران صنعت ناب که در سال ۱۳۹۵ به ثبت رسیده، کار خود را از سال ۱۳۹۶ در زمینه تولید پروفیل‌های دروپنجره یوبی‌وی‌سی با نام تجاری رنال وین در شهرک صنعتی اشتهارد آغاز کرده است. رنال وین که پیش‌ازاین و از سال ۱۳۸۸ در زمینه ساخت و مونتاژ دروپنجره فعالیت می‌کرد، هفت دوره حضور در نمایشگاه دروپنجره تهران را در کارنامه خود دارد. مدیرعامل رنال وین در گفتگو با خبرنگار پنجره‌ایران با اشاره به نحوه برگزاری و استقبال از نمایشگاه امسال عنوان کرد: نحوه برگزاری نمایشگاه سیزدهم نسبت به سال‌های قبل خوب بود و با توجه به موضوع کرونا و مشکلاتی که ایجاد کرده است میزان استقبال از نمایشگاه هم در حد قابل قبولی بود. ما از نحوه برگزاری نمایشگاه نسبتاً راضی هستیم و نسبت به سال‌های قبل خدمات بهتر ارائه شد.

باقری پیرامون لزوم برگزاری و حضور در نمایشگاه‌ها با توجه به شرایط کرونایی و رکود حاکم بر بازار یادآور شد: به‌هرحال موضوع کرونا بر زندگی و کار همه افراد





آرل

ابراهیم اُزتورک

و به شرایط سخت آن عادت کرده‌اند، امیدواریم هر چه زودتر بیماری کرونا از صحنه زندگی و فعالیت مردم کنار برود و شرایط عادی برقرار شود و نمایشگاه سال آینده را در شرایط بهتر و بدون کرونا برگزار کنیم.

نماینده لمینت هیوندای ایران با اشاره به کیفیت محصولاتشان اظهار کرد: روکش‌های لمینت هیوندای با ۳ محصول که دارای گارانتی ۱۰ تا ۲۰ ساله هستند به مشتریان عرضه می‌شود که به خاطر کیفیت و استاندارد محصول با استقبال خوبی از سوی بازار و مصرف‌کننده ایرانی همراه بوده است. اوزتورک در پایان پیرامون چشم‌انداز توسعه‌ای شرکت هیوندای در ایران گفت: بزرگ‌ترین مشکل تولیدکنندگان و شرکت‌های خارجی در ایران بحث تحریم‌های بین‌المللی است که اگر این مسئله حل شود در نظر داریم تولید این محصول را در داخل ایران نیز آغاز کنیم، با توجه به این‌که تولیدکنندگان زیادی در زمینه لمینت پروقیل دروینچره در دنیا وجود ندارد (۹ شرکت تولیدکننده در دنیا وجود دارد) امیدواریم هرچه زودتر این اتفاق صورت بگیرد.

شرکت آرل که در زمینه عرضه روکش‌های لمینت پروقیل دروینچره برند هیوندای (HYUNDAI) کره جنوبی فعالیت می‌کند، نمایندگی رسمی عرضه این محصول در ایران را به عهده دارد. نماینده لمینت هیوندای در ایران در گفتگو با خبرنگار پنجره‌ایرانیان پیرامون حضورش در نمایشگاه امسال عنوان کرد: مجموعه ما قبل از این در زمینه یراق آلات فعالیت داشت و ۵ دوره در نمایشگاه حضور داشتیم، مدت ۳ سال است که نمایندگی برند لمینت هیوندای را برای کشور ایران کسب کرده‌ایم و در این زمینه هم ۳ دوره در نمایشگاه حضور داشتیم. اُزتورک در خصوص تاثیر کرونا بر فعالیت نمایشگاهی خاطرنشان کرد: تصور ما بر این بود که با توجه به موضوع کرونا و محدودیت‌هایی که ایجاد کرده است میزان استقبال از نمایشگاه و کیفیت برگزاری آن چندان مناسب نباشد اما باوجود همه این مشکلات نمایشگاه در سطح خوبی برگزار شده است و ما از برگزارکنندگان نمایشگاه و بازدیدکنندگان راضی هستیم و تشکر می‌کنیم. وی افزود: واقعیت این است که اگرچه مسئله کرونا بر بسیاری از فعالیتهای مردم در همه نقاط دنیا تاثیر منفی گذاشته و همچنان شرایط کار و زندگی خیلی‌ها هنوز به روال عادی برگشته است اما مردم تقریباً با موضوع کرونا کنار آمده‌اند



مریم همتی

بهین سامان



تبلیغی صورت نگرفته است. اکثر بازدیدکنندگان هم کسانی هستند که به دلیل ارتباط با شرکت‌های حاضر در نمایشگاه از زمان برگزاری نمایشگاه مطلع شده و حضور پیدا کرده‌اند! به همین دلیل میزان استقبال از نمایشگاه نسبت به سال‌های گذشته بسیار کمتر شده است.

وی افزود: با وجود این که هزینه‌های نمایشگاه امسال نسبت به دوره‌های قبل چند برابر شده بود اما همان چند عدد بیلبورد و تراکت تبلیغاتی که در اتوبان‌ها و نقاط مختلف شهر نصب می‌کردند هم دیگر وجود نداشت و بسیاری از مراجعه‌کنندگان ما می‌گفتند اگر به ما پیامک نمی‌دادید اصلاً از زمان برگزاری نمایشگاه اطلاع پیدا نمی‌کردیم.

همتی به اهمیت برگزاری نمایشگاه اشاره کرد و گفت: چون مجموعه ما به صورت مستقیم با مصرف‌کننده نهایی در ارتباط نیست و محصول ما به دست مونتاژکارها می‌رسد این نمایشگاه فرصت مناسبی است تا با این افراد ارتباط رودررو پیدا کرده و از جوانب مختلف کارمان اطلاع کسب کنیم.

مدیرعامل بهین سامان پیرامون برنامه‌های توسعه‌ای این مجموعه بیان کرد: مجموعه بهین سامان به صورت مداوم در حال آپدیت و به‌روزرسانی نرم‌افزارهای تخصصی خود است و این کار را به عنوان برنامه توسعه‌ای در نظر نمی‌گیرد اما به صورت جدی‌تر در حال رصد بازار هستیم تا با بررسی نیازهای مصرف‌کننده و بازار نسبت به ارائه محصول جدید اقدام کنیم.

شرکت بهین سامان هوشمند نگار که در زمینه تولید و عرضه نرم‌افزار طراحی و محاسبات دروینجره و شیشه با پرند **iwindoor2.0** فعالیت می‌کند، هشتمین دوره حضور در نمایشگاه دروینجره تهران را تجربه می‌کند. خانم همتی مدیرعامل بهین سامان در گفتگو با خبرنگار پنجره‌ایرانیان درباره نحوه برگزاری سی‌دهمین دوره نمایشگاه اظهار کرد: نمایشگاه امسال در مقایسه با نمایشگاه سال قبل با توجه به وجود مشکل کرونا در این دو نمایشگاه، در شرایط بهتری برگزار شد اما با دوره‌های قبل‌تر یعنی نمایشگاه‌های سال ۹۸ و قبل از آن اصلاً قابل مقایسه نیست و میزان حضور بازدیدکنندگان خیلی افت کرده است.

همتی ضمن انتقاد به نحوه مدیریت و اجرای نمایشگاه خاطرنشان کرد: یک مقدار از بحث عدم استقبال از نمایشگاه به موضوعاتی مثل کرونا و رکود برمی‌گردد اما یک بخش دیگر آن که مربوط به نحوه ثبت‌نام و جلمایی غرقه‌ها و میزان هزینه‌های نمایشگاهی است که شرکت برگزارکننده نمایشگاه دریافت می‌کند؛ درواقع این امر نیز در میزان استقبال مشارکت‌کنندگان بی‌تاثیر نیست و اگر این روال همچنان ادامه داشته باشد مطمئناً شرکت‌های کمتری در سال‌های آتی در نمایشگاه حضور پیدا خواهند کرد و این مسئله در نحوه تصمیم‌گیری ما هم تاثیر خواهد داشت. میزان تبلیغات و اطلاع‌رسانی نمایشگاه در حد صفر بود و هیچ نوع





پارس یراق پروقیل

معقوب محبوبی ملکی

مدیرعامل پارس یراق پروقیل تأثیر کرونا را بر نحوه فعالیت مجموعه‌اش ناچیز برشمرد و اظهار کرد: شرایط کرونا روی میزان فروش و نحوه فعالیت مجموعه ما تأثیری نداشته است و ما همچون همیشه روند تولید محصولات جدید و میزان فروش محصولاتمان را حفظ کردیم. امیدواری ما به زمان بعد از کرونا بیشتر است و تلاش می‌کنیم خودمان را برای آن مرحله آماده کنیم که مطمئناً شاهد افزایش تقاضا از سوی بازار و مصرف‌کننده خواهیم بود. ما همیشه نگاهمان رویه‌جلو و مثبت است و سعی می‌کنیم قسمت‌های مثبت قضیه را بیشتر ببینیم چون هر مجموعه‌ای می‌خواهد موفق باشد باید در هر شرایطی فعالیتش را به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی کند که نهایت بهره‌برداری را از شرایط داشته باشد.

محبوبی ملکی در مورد چشم‌انداز آینده و محصولات جدید مجموعه پارس یراق عنوان کرد: همان‌طور که اشاره کردم مجموعه ما همراه چند محصول جدید به بازار عرضه می‌کند و امسال هم برنامه ما این است که در بخش دکوراتیوها و توری‌های پلیسه فعالیت بیشتری داشته باشیم و محصولات جدیدمان را در این زمینه به مشتریان ارائه کنیم. اطلاعات بیشتر در مورد محصولات جدیدمان نیز مانند گذشته از طریق نشریه پنجره‌ایرانیان خبرسانی خواهد شد.

شرکت پارس یراق پروقیل که در زمینه تولید انواع یراق آلات یوبی‌وی‌سی پروقیل‌های توری ثابت، لولایی، رولینگ، پلیسه و پرسان و کلبه پروقیل‌ها و یراق آلات دکوراتیو انواع کانکشن فولادی، آلومینیومی، زاماک و انواع زاماک، انواع گوشه اسپیسر، زیر شیشه، انواع ریل کشویی و... در تبریز فعالیت می‌کند دهمین دوره حضور در نمایشگاه دروینجره تهران را پشت سر می‌گذارد. مدیرعامل پارس یراق پروقیل در گفتگو با خبرنگار پنجره‌ایرانیان از نحوه برگزاری و استقبال بازدیدکنندگان از نمایشگاه ابراز رضایت کرد و گفت: نمایشگاه همیشه برای ما مفید و هرسال پربارتر از سال قبل بوده و امسال نیز همین‌طور بوده و من همیشه از حضور در نمایشگاه‌ها احساس رضایت داشته و دارم.

محبوبی به نحوه ثبت‌نام و جانی‌های غرفه‌ها اشاره کرد و افزود: نحوه ثبت‌نام و جانی‌های ما مثل هرسال مطابق روال معمول و با نظم و آرامش انجام گرفت و هیچ مشکلی برای ما به وجود نیامد. میزان استقبال بازدیدکنندگان با توجه به سختی‌هایی که در این زمینه وجود دارد قابل توجه بود و من از حضور تک‌تک این عزیزان به خاطر زحماتی که متحمل شدند و به نمایشگاه آمدند تشکر می‌کنم. وی گفت: مجموعه ما به این دلیل که همراه یک تا دو محصول جدید به سبد محصولاتش اضافه می‌کند همیشه از استقبال خوبی برخوردار بوده که در این نمایشگاه هم میزان استقبال و میزان فروش محصولاتمان بسیار عالی بود.



»»» بلاق سازان ماکو ... امیرحسین قدسی زاده



کردیم مصادف بود با اوج شیوع کرونا که به مخاطرات شرایط و پی‌های که ایجاد شده بود میزان استقبال از نمایشگاه نسبت به سال‌های قبل ضعیف‌تر بود اما نمایشگاه امسال از نظر سطح و کیفیت مشارکت‌کنندگان نسبت به سال قبل بهتر بود، میزان استقبال بازدیدکنندگان هم در روز اول خوب نبود اما روزهای بعد رفته رفته بهتر شد و در مجموع راضی‌کننده بود.

مدیرعامل بلاق سازان ماکو پیرامون لزوم برگزاری نمایشگاه در چنین شرایطی اظهار کرد: حضور در نمایشگاه برای معرفی محصولات و شناسایی مجموعه‌های تولیدی به جامعه لازم و حتی ضروری است اما در شرایطی که مسئله کرونا برای افراد جامعه ایجاد مشکل کرده است و خیلی‌ها به دلیل اهمیت حفظ سلامتی و رعایت پروتکل‌ها حضور پیدا نمی‌کنند و همچنین میزان هزینه‌هایی که صورت می‌گیرد شاید خیلی توجیهی نداشته باشد.

قدسی زاده به محصولات جدید این مجموعه در چشم‌انداز یک و دو ساله اشاره کرد و افزود: مجموعه بلاق سازان ماکو در نظر دارد ظرف یک سال آینده تولید و عرضه سیستم لولاهای رگلاژی قابل تنظیم و همچنین در برنامه چشم‌انداز دو ساله تکمیل سبد کالایی با افزودن اسپاتیولتهای دو حالته را عملیاتی کند.

شرکت تولیدی بازرگانی «ماکو پی‌وی‌سی ساخت» نزدیک به دو دهه در صنعت دروپنچره یوپی‌وی‌سی کشور سابقه فعالیت دارد. تولید دروپنچره یوپی‌وی‌سی، واردات بلاق آلات، ملزومات و پروفیل یوپی‌وی‌سی از جمله زمینه‌هایی است که این مجموعه در آنها فعالیت کرده است. گروه صنعتی بلاق سازان ماکو، زیرمجموعه و از جمله واپسین دستاوردهای شرکت ماکو پی‌وی‌سی است که مدیریت جدید این مجموعه در زمینه تولید بلاق آلات دروپنچره یوپی‌وی‌سی تأسیس و راه‌اندازی کرده است. بلاق سازان ماکو که فعالیتش را از سال ۱۳۹۸ آغاز کرده است هم‌اکنون با تولید اسپاتیولت تک حالت استیل و زاماک و لولای طرح رزه در نمایشگاه ۱۴۰۰ حضور دارد. مدیرعامل بلاق سازان ماکو در گفتگو با خبرنگار پنجه ایرانیان امسال را دومین تجربه حضور مجموعه بلاق سازان ماکو در نمایشگاه برشمرد و گفت: مهم‌ترین مشکل ما با ستاد برگزاری نمایشگاه امسال مربوط به چانهایی بود که متأسفانه توانستیم جای مناسبی را که مدنظرمان بود به دست بیاوریم.

قدسی زاده با اشاره به تأثیر شرایط کرونایی بر کیفیت نمایشگاه افزود: با توجه به این که دو دوره‌ای که ما با مجموعه بلاق سازان ماکو در نمایشگاه حضور پیدا





امرات

سوشیالت حسینی

این تمهیدات است که می‌تواند در بهبود شرایط و برگشت وضعیت عادی به صنعت و بازار مفید واقع شود.

حسینی پیرامون چشم‌انداز توسعه‌ای مجموعه

امرات عنوان کرد: با توجه به سابقه و تجربه‌ای که مجموعه همکاران ما در شروع به کار امرات داشتند به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی کردیم که با سبک کامل کالایی و سیستم‌های متنوع به بازار وارد شویم و از نظر مقطع کم‌وکسری نداشته باشیم، باین‌حال یک محصول جدید در آینده نزدیک به سبک محصولات ما اضافه می‌شود که به‌عنوان یک سورپرایز در آینده نزدیک از طریق شبکه‌های و سایر رسانه‌های خبری به اطلاع عموم خواهد رسید.

حسینی در پایان خاطرنشان کرد: دستیابی به محصول باکیفیت و ارائه خدمات پس از فروش، مهم‌ترین هدف مجموعه امرات است که امیدواریم در این زمینه موفق عمل کرده باشیم. برای تمامی همکارانمان در این صنعت آرزوی سلامتی و موفقیت داریم و خوشحالیم که در یک فضای دوستانه و مثبت با سایر همکارانمان در صنعت پروفیل درون‌بهره رقابت و همکاری می‌کنیم.

گروه صنعتی امرات تولیدکننده پروفیل یوپی‌وی‌سی با دو برند لتوین و ماندو که نزدیک به دو سال از آغاز شکل‌گیری‌اش می‌گذرد اولین دوره حضورش در نمایشگاه درون‌بهره تهران را از سر گذراند. خلم حسینی یکی از پنج مدیر ارشد امرات در گفتگو با خبرنگار پنجره‌ایرانیان ضمن اشاره به سابقه و تجربه طولانی اعضای هیئت‌مدیره این مجموعه گفت: امرات اگرچه مجموعه‌ای نوپاست اما اعضای آن دارای سال‌ها سابقه در بخش‌های مختلف صنعت پروفیل درون‌بهره یوپی‌وی‌سی در مجموعه‌های بزرگ کشور هستند.

حسینی کرونا را یکی از دغدغه‌های مهم امروز جامعه دانست و گفت: هرچند شرایط ویژه کرونایی و دغدغه‌هایی که در این زمینه وجود دارد باعث ایجاد نگرانی‌هایی شده بود اما خوشبختانه برگزاری نمایشگاه با رعایت کامل پروتکل‌های بهداشتی به‌خوبی صورت گرفت و مشکل خاصی برای ما وجود نداشت. میزان استقبال بازدیدکنندگان هم باوجود همه این مشکلات نسبت به سال‌های قبل خیلی بهتر بود.

وی افزود: به‌رحال این شرایط کرونایی با توجه به اخبار و شنیده‌ها حداقل تا یکی دو سال دیگر ادامه خواهد داشت و به این زودی دست از سر ما برنمی‌دارد لذا باید با اتخاذ تمهیداتی با این شرایط مقابله کنیم که برگزاری نمایشگاه یکی از



الومینیوم ماندگار... امیرعباس شفیعی



بحث پرنده سازی بیشتر از خروجی‌های اقتصادی و فروش نمایشگاهی برایشان اهمیت دارد بسیار موثرتر است و از نمایشگاه هم استقبال بیشتری می‌کنند. مدیرعامل آلومینیوم ماندگار چشم‌انداز توسعه‌ای مجموعه را مثبت ارزیابی کرد و افزود: همان‌طور که می‌دانید مجموعه آلومینیوم ماندگار پیش‌ازین در شهر گرگان استان گلستان واقع شده بود و از سال ۹۸ به شهر اراک و استان مرکزی، قطب صنعت آلومینیوم کشور منتقل شد که این انتقال خودبه‌خود واجد برنامه‌های توسعه‌ای این مجموعه بود. این فاز توسعه‌ای شامل افزایش و بهبود در ظرفیت تولید، تکنولوژی تولید و کیفیت محصولات و خدمات مجموعه آلومینیوم ماندگار بود که در مراحل مختلف به‌صورت رسمی رونمایی و خبرسانی شد.

شفیعی در ادامه گفت: فاز دوم توسعه مجموعه ما در سال ۱۴۰۰ اتفاق خواهد افتاد که مشخصاً با افزایش ظرفیت برق مجموعه و با افتتاح پست برق یک مگاواتی در ماه آینده صورت خواهد گرفت. این افزایش ظرفیت برق مصرفی، ظرفیت تولیدی مجموعه را تا ۳۵ درصد افزایش خواهد داد. تنوع رنگی محصولات و آتادایز قطعات کوچک برنامه‌های بعدی مجموعه ماندگار خواهند بود که با توجه به این‌که زیرساخت‌های آن مهیا شده است ظرف ماه‌های آینده این اتفاق نیز صورت خواهد گرفت.

مدیرعامل آلومینیوم ماندگار به اهمیت موضوع کیفیت، مشتری‌مداری و تخصص‌گرایی در این مجموعه اشاره کرد و افزود: برای ما مهم است که بازار و صنعت، مجموعه ما را به‌عنوان یک مجموعه کیفیت محور و مشتری‌مدار بشناسند. بر همین اساس مجموعه آلومینیوم ماندگار فقط و فقط به‌صورت تخصصی در زمینه آتادایزینگ آلومینیوم فعالیت می‌کند و هیچ فعالیت جانبی دیگری ندارد. همچنین با راه‌اندازی واحد مستقل تحقیق و توسعه که یکی دیگر از برنامه‌های توسعه‌ای بود که در سال جاری در مجموعه آلومینیوم ماندگار تحقق پیدا کرد، گام بلندی برای رسیدن به این هدف در مجموعه ما برداشته شد.

صنایع آلومینیوم ماندگار هیرکان، در زمینه ارائه خدمات آتادایزینگ قطعات و مقاطع مختلف پروفیل آلومینیوم، رال رنگ، دکورال و... در شهرک صنعتی خیرآباد اراک فعالیت می‌کند. مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره آلومینیوم ماندگار در گفتگو با خبرنگار پنجره ایرانیان با اشاره به ششمین دوره حضور این مجموعه در نمایشگاه دروینچره تهران اظهار داشت: نمایشگاه امسال به لحاظ خدمات و امکانات مانند سال‌های قبل بود و من تفاوت خاصی در نحوه برگزاری و اجرا ندیدم. در مورد نحوه جانمایی چون خودمان از قبل تدابیر ویژه داشتیم و با آمادگی بیشتری حضور پیدا کردیم، توانستیم موقعیت مکانی و جانمایی بهتری نسبت به دوره‌های قبل داشته باشیم.

شفیعی میزان استقبال از نمایشگاه امسال را رضایت‌بخش توصیف کرد و گفت: میزان استقبال بازدیدکنندگان باوجود بحث کرونا و سایر مشکلاتی که در سال‌های اخیر کلیت نمایشگاه را تحت تأثیر قرار داده است بهتر از سال‌های قبل بود و ما از این بابت راضی بودیم.

مدیرعامل آلومینیوم ماندگار با اشاره به لزوم برگزاری نمایشگاه در هر شرایطی عنوان کرد: برگزاری نمایشگاه در هر شرایطی، چه مانند الان که شرایط خاص کرونا و رکود اقتصادی بر جامعه حاکم است و چه در شرایط عادی، یکی از ارکان اصلی صنعت و بازار هر کشوری است و نمی‌توان میزان اثرگذاری آن را نادیده گرفت. مواردی مانند تبلیغات در رسانه‌ها و فضای مجازی و نمایشگاه‌های مجازی و... هیچ‌کدام نمی‌توانند اثرگذاری نمایشگاه‌های تخصصی را داشته باشند به همین دلیل ما باید تلاش کنیم این نمایشگاه‌ها را فارغ از هر مشکل و مسئله‌ای سرپا نگاه داریم و سال به‌سال به رونق و کیفیت آن نیز کمک کنیم.

شفیعی خاطرنشان کرد: حضور مستمر در نمایشگاه برای مجموعه‌هایی مانند ما که





انجمن تولیدکنندگان دروینچره ایران

وحید جلالی پور

دو سال یکبار برگزار کنیم. با این کار برخی از مشکلات مزمنی که دامن گیر نمایشگاه شده است خودبه خود از میان می رود و شاهد استقبال بیشتر و هرچه باکیفیت تر شدن نمایشگاه خواهیم

بود. در صحبت هایی که با برخی همکاران و فعالان این صنعت انجام داده ایم خوشبختانه خیلی از دوستان از این موضوع استقبال کرده و با این تغییر شیوه موافق هستند. امیدواریم با بررسی کارشناسانه این موضوع و رعایت تمامی جنبه امر و آماده سازی زیرساخت ها و فرهنگ سازی، شاهد بهبود شرایط برگزاری نمایشگاه در جهت نیل به اهداف بلندمدت این صنعت در کشورمان باشیم.

دبیر انجمن صنفی تولیدکنندگان دروینچره ایران به برنامه های سالیانه انجمن در سال جاری اشاره کرد و گفت: متأسفانه برنامه های جاری و روتین انجمن نیز متأثر از شرایط کرونا و عدم امکان برگزاری حضوری قرار گرفت و آن طور که برنامه ریزی کرده بودیم نتوانستیم جلساتمان را برگزار کنیم اما تلاش کردیم ضمن رعایت پروتکل ها و در نظر گرفتن سلامتی و تندرستی اعضا، برخی جلساتمان را به صورت مجازی برگزار کنیم. طبیعی است که خروجی و پراگندگی جلسات مجازی آن طور که از جلسات حضوری انتظار داریم نیست و هدفمان بیشتر ارتباط و تعامل با اعضا و در جریان امور قرار گرفتن بود.

وی افزود: البته هیئت مدیره انجمن برخی جلسات حضوری نیز با مراکز مختلفی مانند معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، معاونت وزارت صمت، سازمان برنامه و بودجه و سازمان بهینه سازی انرژی داشت که امیدواریم در ماه های آتی شاهد نتایج این جلسات باشیم.

جلالی پور در پایان ضمن آرزوی سلامتی و تندرستی برای تمامی اعضای انجمن و فعالان صنعت دروینچره کشور خاطر نشان کرد: در صحبت هایی که روز گذشته با یکی از معاونت های ریاست جمهوری که به غرفه انجمن آمده بود پیرامون نحوه قیمت گذاری و افزایش قیمت ها داشتیم. بنا شد این موضوع با هماهنگی و همکاری دوجانبه صورت گیرد و منافع طرفین در این موضوع لحاظ شود. امیدواریم دولت آینده با ما در این زمینه همکاری بیشتر داشته باشد به نحوی که هیچ کدام از همکاران ما به سبب شرایط قراردادهایشان و روند افزایش قیمت ها متضرر نشوند.

انجمن صنفی تولیدکنندگان دروینچره ایران از جمله فعال ترین تشکلهای صنفی صنعت دروینچره کشور است که در نمایشگاه های مرتبط با این حوزه حضور فعال و مستمری دارد. دبیر انجمن صنفی تولیدکنندگان دروینچره ایران در گفتگویی که با خبرنگار نشریه پنجره ایرانیان داشت از نحوه برگزاری نمایشگاه سیزدهم و میزان استقبال شرکت ها و بازدیدکنندگان ابراز رضایت کرد و گفت: نمایشگاه امسال باوجود همه مشکلات و مسائلی که وجود داشت نسبت به دوره های قبل از نظم و ترتیب بهتری برخوردار بود و آن گونه که ما رصد کردیم نحوه مدیریت و اجرا و ارائه خدمات در این نمایشگاه در سطح قابل قبولی بود. همان طور که می دانید امسال سومین دوره برگزاری نمایشگاه در تابستان است و با توجه به اینکه در دو دوره گذشته مشکلاتی پیرامون این تغییر زمان و جابه جایی وجود داشت نمایشگاه امسال باوجود موضوع کرونا و لزوم رعایت دستورالعمل های بهداشتی با نظم و انضباط و رعایت بهداشت برگزار شد و مشکل خاصی در این زمینه نداشتیم.

جلالی پور با اشاره به رکود اقتصادی حاکم بر کشور خاطر نشان کرد: علاوه بر مسئله کرونا و محدودیت های ایجاد شده، شرایط کلی جامعه همچنان متأثر از رکود و مشکلات اقتصادی است که چندین سال است با آن روبه رو هستیم به همین خاطر میزان استقبال مشارکت کنندگان و بازدیدکنندگان نسبت به سال های قبل کمتر شده است. باین حال ما در طول زمان برگزاری نمایشگاه شاهد حضور بازدیدکنندگان مشتاق و علاقمندی بودیم که فعالانه در غرفه ها حضور پیدا می کردند و در غرفه های مختلف نیز شاهد برگزاری نشست ها و جلسات متعددی بودیم که موجب خرسندی همه همکاران و فعالان این صنعت است.

وی افزود: اتفاقاً این نوع نمایشگاه ها به دلیل این که تعداد بازدیدکنندگان تخصصی و افرادی که به صورت هدفمند به بازدید از نمایشگاه می پردازند بیشتر از افراد عادی و بازدیدکننده عمومی است می تواند برای مشارکت کنندگان و کلیت صنعت ما بسیار مفیدتر و موثرتر باشد و لزوماً شلوغی و ازدحام نمایشگاه نمی تواند دلیلی بر کارآمدی و کیفیت بالای یک نمایشگاه تخصصی باشد.

جلالی پور به لزوم تغییر در برپایی سالیانه نمایشگاه اشاره کرد و گفت: نظر شخصی من این است که شاید این شرایط به وجود آمده بهانه ای باشد و به ما کمک کند تا همان طور که در بسیاری از کشورها و نمایشگاه های تخصصی خارجی شاهد هستیم نمایشگاه تخصصی دروینچره را به جای سالی یکبار هر



محمد چراغی

ولمر ماشین



را نداشتیم چرا باید از بازدیدکننده‌ای که برای بازدید از غرفه‌هایی می‌آید که از آن غرفه‌ها قبلاً هزینه‌های قابل توجهی دریافت شده است دوباره پول دریافت کنند؟! سال‌های قبل حداقل دعوت‌نامه‌هایی به مشارکت‌کنندگان داده می‌شد تا به مهمانان ویژه و بازدیدکنندگانشان بدهند که متأسفانه امسال این یک قلم هم حذف شده بود و هزینه ورودی نسبتاً زیادی هم از بازدیدکنندگان دریافت می‌شد. حداقل می‌توانستند این دعوت‌نامه‌ها را با قیمت مناسب‌تری به خود مشارکت‌کنندگان بفروشند تا ما این هزینه را پرداخت می‌کردیم و به مهمانانی که حضورشان در نمایشگاه برایمان مهم بود می‌دادیم، مورد بعدی تهرویه سالن ۴۰ است که با توجه به وسعت سالن و دوطبقه بودن آن، از نظر تهرویه شرایط مناسبی ندارد و لازم است که در رفع این مشکل هم اقدامی صورت گیرد.

چراغی افزود: به‌جز این موارد، از مجری برگزارکننده نمایشگاه به خاطر تسهیل فرایند ثبت‌نام و جانمایی و غیره و همچنین رعایت پروتکل‌های بهداشتی تشکر می‌کنم و مشکل خاصی در این زمینه‌ها وجود نداشت.

مدیرعامل ولمر ماشین پیرامون لزوم برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی عنوان کرد: تا زمانی که وضعیت کلی بازار ارز کشور مشخص نشود و مشکلات تامین نقدینگی رفع نشود بازار و صنعت ما گرفتار رکود خواهد بود و نمایشگاه هم به‌عنوان یک بخش از این صنعت از این شرایط لطمه خواهد دید. تلاش ما و بسیاری از شرکت‌ها این است که در این شرایط رکود فقط خودمان را سرپا نگهداریم و کار بیشتری نمی‌توانیم انجام دهیم.

گروه تولیدی صنعتی ولمر ماشین که در زمینه تولید و عرضه ماشین‌آلات موتراز دروبنجره دوجناره یوپی‌وی‌سی و آلومینیوم در کشور فعالیت می‌کند، دوازدهمین سال حضور در نمایشگاه دروبنجره را پشت سر می‌گذارد. مدیرعامل ولمر ماشین در گفتگو با خبرنگار بنجره‌ایران با اشاره به لزوم حضور مستمر در نمایشگاه‌های تخصصی عنوان کرد: حضور در نمایشگاه به رشد و توسعه صنعت کشور و همچنین جلوگیری از خروج ارز و سرمایه ملی کمک می‌کند و بر همین اساس مجموعه ما سعی می‌کند در تمامی نمایشگاه‌های مرتبط، حضور مفید و مستمر داشته باشد.

محمد چراغی در خصوص محصول جدید مجموعه ولمر گفت: مجموعه ولمر به‌تازگی اقدام به تولید چک‌های پنوماتیک ۴ میل کرده است که این محصول را در نمایشگاه امسال رونمایی و معرفی کردیم.

چراغی در ادامه افزود: ما در مجموعه ولمر در سال گذشته علاوه بر ارتقا سطح کیفی محصولات تلاش کردیم تا برای رفاه حال مصرف‌کنندگان، محصولاتمان را در چند رده و کلاس قیمتی از اکونومی تا پلاس ارائه کنیم که خوشبختانه با استقبال خوبی از سوی مشتریان همراه بود.

مدیرعامل ولمر با اشاره به نحوه برگزاری نمایشگاه عنوان کرد: مهم‌ترین انتقادی که به مسئولان برگزارکننده نمایشگاه وارد است هزینه‌ای است که از بازدیدکنندگان دریافت می‌کند. ضمن این‌که ما در سال‌های قبل چنین موردی





نورلو پلاست

زهره فرجی

تمهیدات موثرتری بیندیشد تا میزان حضور بازدیدکنندگان نمایشگاه بیشتر شود.

فرجی برگزاری نمایشگاه در شرایط کرونایی را به شرط اتخاذ تصمیمات واحد در اجرای قوانین و رعایت پروتکل‌ها مفید خواند و گفت: متأسفانه در کشور ما در مواجهه با چنین مشکلاتی سیاست‌گذاری واحد و مدیریت قاطعی نداریم و هیچ‌گاه تصمیمات مشخص و یکدستی اتخاذ نمی‌شود. در همین مسئله کرونا یک موقع محدودیت‌ها را زیاد می‌کنند به نحوی که هیچ کاری نمی‌توان کرد و یک‌وقت آن قدر بی‌خیال می‌شووند که احساس می‌کنیم دیگر هیچ مشکلی وجود ندارد و مشکل رفع شده در صورتی که اگر محدودیتی قرار است اجرا شود باید برای همه و در همه‌جا اجرا شود تا اثر مثبت داشته باشد.

وی افزود: برگزاری نمایشگاه در شرایط کرونایی هم باید همراه با رعایت دستورالعمل‌های بهداشتی باشد و ایمنی و سلامت مردم در درجه اول اهمیت قرار گیرد. این‌که همه‌جا را تعطیل کنیم، رفت‌وآمدها را محدود کنیم و قرنطینه اعمال کنیم اما هم‌زمان با آن، نمایشگاه برگزار کنیم یک مقدار با آن سیاست‌گذاری واحد و مدیریت منطقی مغایرت دارد و این کار باعث می‌شود در هیچ زمینه‌ای نتیجه مثبتی نگیریم! مدیرعامل نورلو پلاست درباره برنامه‌های توسعه‌ای این مجموعه توضیح داد: ما سال قبل چندین خط اکستروژ پی‌وی‌سی و پلی‌آمید به مجموعه خطوط تولیدمان اضافه کردیم که باعث شد ظرفیت تولیدمان افزایش پیدا کند. همچنین سرمایه‌گذاری‌های خوبی در زمینه تجهیز زیرساخت‌ها و ارتقاء واحدهای تحقیق و توسعه و آزمایشگاه مجموعه انجام دادیم که در بلندمدت تاثیر مثبتی در کیفیت محصولاتمان خواهد داشت. در سال پیش‌رو هم در نظر داریم یک سالن تولید جدید به مجموعه اضافه کنیم و با این کار بخش پی‌وی‌سی و پلی‌آمیدمان به صورت کامل از هم منفک شوند.

شرکت آذر صنعت نورلو پلاست که در زمینه تولید انواع تیغه‌های عایق پلی‌آمیدی و تیغه‌های پی‌وی‌سی مخصوص پروفیل‌های آلومینیوم اختصاصی ترمال‌بریک و تسمه‌های پلی‌آمیدی فعالیت می‌کند از سال ۹۵ که فعالیتش را آغاز کرده در تمامی دوره‌های نمایشگاه دروینچره تهران حضور فعال و مستمر داشته است. مدیرعامل آذر صنعت نورلو پلاست در گفتگو با خبرنگار پنجره‌ایران در خصوص نحوه برگزاری نمایشگاه امسال اظهار کرد: نحوه ثبت‌نام، برگزاری و خدمات نمایشگاه امسال خوب بود و ما مشکل خاصی نداشتیم اما در مقایسه با نمایشگاه‌های سال‌های قبل‌تر و نمایشگاه‌های دیگر کشورها چون این نمایشگاه یک نمایشگاه تخصصی است که در قیمت بین‌المللی اجرا می‌شود باید در سطح بسیار بالاتری اجرا شود.

فرجی از عدم توجه به وجهه بین‌المللی نمایشگاه انتقاد کرد و افزود: مدیریت نمایشگاه باید تعاملات بیشتری با شرکت‌ها و صنعتگران سایر کشورها برای حضور در نمایشگاه داشته باشد تا حال و هوای بین‌المللی بودن در نمایشگاه بیشتر احساس شود و فقط به صورت اسمی نباشد. هماهنگی با اتاق‌های بازرگانی و دعوت از صنعتگران کشورهای صاحب تکنولوژی و دانش فنی می‌تواند به ما کمک کند تا نمایشگاهی در سطح و کلاس جهانی داشته باشیم و مسلماً این کار به رشد و ارتقاء سطح کیفی و فنی محصولات داخلی ما هم کمک شایانی خواهد کرد.

مدیرعامل نورلو پلاست پیرامون میزان استقبال از نمایشگاه یادآور شد: مشتریان ما عموماً همین شرکت‌ها و مجموعه‌های تولیدی بزرگی هستند که در نمایشگاه حضور دارند و ما بازدیدکننده عام و عمومی نداریم به همین دلیل نمایشگاه برای ما فارغ از مباحث تبلیغاتی و برندسازی و اطلاع‌رسانی بیشتر فضا و فرصتی است برای دیدوبازدید و تازه کردن دیدار با همکاران و مشتریان. سایر شرکت‌ها اما شرایط متفاوتی دارند به همین دلیل احساس می‌کنم برای اینکه میزان استقبال از نمایشگاه در سطح قابل قبولی باشد لازم است که مدیریت برگزارکننده نمایشگاه



عارف ساداتی

کارا



کشورهای صنعتی و شرکت‌های بزرگ بین‌المللی باشد تا سطح مرابده و تعامل نمایشگاه در حد نام و نشان بین‌المللی‌اش باشد. نمایشگاه بین‌المللی فقط بحث گرفتن پول و هزینه ارزی از غرفه‌ها نیست! هرچند این انتقادات وارد است اما بحث من فراتر از این انتقادات است. چنین نمایشگاهی باید افرادی را به کار گیرد که بتوانند بازارهای هدف منطقه‌ای و جهانی را رصد کرده و بر اساس آن به مشارکت‌کنندگان در نمایشگاه مشاوره بدهند و زمینه را برای تعاملات بیشتر و حتی صادرات محصول آماده کنند.

ساداتی با برشمردن مزایا و برتری‌های فنی محصولاتش گفت: وقتی محصول من می‌تواند در تمامی آیت‌های فنی و کیفیتی با ارائه سند و مدرک و با نظر کارشناس خبره، از نمونه خارجی نه تنها پایین‌تر نباشد بلکه در برخی موارد بالاتر هم باشد باید زمینه‌ای فراهم شود که این محصول در بازارهای رقابتی منطقه و جهان خودش را عرضه کند و مصرف‌کننده سایر کشورها از دانش و تکنولوژی کشور ما آگاه شده و از آن استفاده کند.

مدیرعامل کارا در پایان چشم‌انداز توسعه‌ای این مجموعه را مثبت ارزیابی کرد و گفت: گروه بازرگانی کارا همواره در تلاش است با شناسایی نیاز بازار اقدام به تولید محصول کند بر همین اساس درحالی‌که سال گذشته با ۲۷ محصول در نمایشگاه حضور داشتیم امسال بالغ بر ۵۰ محصول تولیدی‌مان را به نمایشگاه آورده‌ایم. این موضوع خود گویای میزان تلاش و جدیت ما در ارائه محصولات جدید و تکمیل سبد کالایی‌مان است و مطمئناً در سال‌های آتی علاوه بر ارائه محصولات جدید برای ارتقاء و بالابردن سطح کیفی محصولات فعلی‌مان هم برنامه‌های مفصل و مداومی داریم.

مجموعه تولیدی بازرگانی کارا که در زمینه تولید و عرضه ماشین‌آلات و دستگاه‌های تولید دروپنجره یوبی‌وی‌سی و شیشه دوجداره در کشور فعالیت می‌کند و تجربه حضور در ۱۰ دوره نمایشگاه دروپنجره تهران را دارد، دومین دوره حضور در این نمایشگاه با برند کارا ماشین را پشت سر می‌گذارد. مدیرعامل کارا ماشین در گفتگو با خبرنگار پنجره‌ایران با انتقاد از نحوه برگزاری نمایشگاه اظهار کرد: وقتی در سطح کلان مملکت و سران کشور صحبت این است که باید از تولیدکننده و کلابخش صنعت و تولید کشور حمایت شود و زمینه رشد و ترقی آنها فراهم شود متأسفانه می‌بینیم که در نمایشگاه‌ها نه تنها چنین دیدگاهی وجود ندارد بلکه به صورت‌های مختلف مشکلاتی نیز برای ما ایجاد می‌شود. به عنوان مثال بخش عمده‌ای از هزینه‌هایی که به عنوان هزینه‌های نمایشگاهی به انحاء مختلف از ما گرفته می‌شود تنها می‌توان نام سودجویی بر آن گذاشت و هیچ توجیهی ندارد.

ساداتی به وجه تسمیه و بین‌المللی بودن نمایشگاه اشاره کرد و افزود: نمایشگاهی که به اسم بین‌المللی برگزار می‌شود باید به عنوان یک سکوی پرتاب برای تولیدکننده باشد تا با حضور در این نمایشگاه‌ها با تجار و بازرگانی که از سایر کشورها در نمایشگاه حضور پیدا می‌کنند تعامل برقرار کرده و بتواند محصولش را به بازارهای جهانی و منطقه‌ای صادر کند اما متأسفانه چنین فرصتی در نمایشگاه‌های ما ایجاد نمی‌شود چراکه برگزارکنندگان نمایشگاه تنها به بخش اقتصادی و سود مالی خودشان فکر می‌کنند!

وی تأکید کرد: مجری نمایشگاه باید متولی دعوت از اتاق‌های بازرگانی، سفرای





محمود زمانی

ابزارسازی زمانی

تولید کرده‌ایم قرار بگیرند.

مدیرعامل ابزارسازی زمانی با اشاره به اهمیت ارتقا سطح کیفی محصولات، پیرامون چشم‌انداز سال پیش روی این مجموعه عنوان کرد:

اولین موضوعی که در مجموعه ما دارای اهمیت است بحث کیفیت و رعایت استانداردهای فنی است که خوشبختانه در این زمینه اقدامات موثری در مجموعه صورت گرفته است. در قدم بعدی موضوع توسعه محصولات است که در این زمینه توانستیم علاوه بر توسعه محصولات قبلی مجموعه در زمینه محصولات مربوط به آلومینیوم هم اقدامات خوبی صورت دهیم. این اقدامات باعث شده بالغ بر ۸۰ درصد شرکت‌های داخلی که پیش‌ازین از ترکیه و خارج از کشور محصولات موردنیازشان را تامین می‌کردند به خرید محصولات ما اقدام کنند.

زمانی در پایان گفت: از تمامی همکاران و فعالان صنعت دروپنجره که در این راه به ما و محصول ایرانی اعتماد کرده و باعث شده‌اند هم ارز از کشور خارج نشود و هم چرخ صنعت داخلی بچرخد، تشکر می‌کنم.

گروه تولیدی صنعتی زمانی که در زمینه تولید تیغه‌ها، قالب زهوار و ابزارآلات مورد نیاز ماشین آلات ساخت دروپنجره در کشور فعال است، ششمین دوره حضور در نمایشگاه دروپنجره تهران را تجربه می‌کند. مدیرعامل ابزارسازی زمانی در گفتگو با خبرنگار پنجره‌ایران ضمن ابراز رضایت از نحوه برگزاری سی‌دهمین دوره نمایشگاه عنوان کرد: نمایشگاه امسال هم از نظر نحوه برگزاری و خدمات و هم از نظر میزان استقبال بازدیدکنندگان در سطح خوبی برگزار شد و نسبت به سال قبل خیلی بهتر بود. ما از هر نظر از نمایشگاه امسال راضی هستیم.

محمود زمانی پیرامون مزایای برگزاری نمایشگاه در شرایط امروز جامعه و رکود حاکم بر صنعت اظهار کرد: وجود چنین نمایشگاه‌هایی به ما تولیدکنندگان کمک زیادی می‌کند تا محصولات و فعالیت‌هایمان دیده شود و جامعه مصرف‌کننده از نزدیک و بدون واسطه محصولات ما را ارزیابی کنند. شرایط امروز جامعه و شیوع بیماری کرونا مشکلات زیادی برای همه ایجاد کرده است اما نمایشگاه با رعایت پروتکل‌های بهداشتی فضای مناسبی را آماده کرده است تا مشتریان ما با قراغ بال به نمایشگاه بیایند و در جریان پیشرفت‌های مجموعه ما و محصولات جدیدی که



ابراهیم نظری

ویناک



خوب بود و به اهدافی که مدنظر داشتیم دست پیدا کردیم و راضی هستیم. مدیرعامل ویناک برگزاری نمایشگاه را در مجموع مفید ارزیابی کرد و گفت: به‌شخصه با تعطیلی و عدم برگزاری نمایشگاه موافق نیستیم و معتقدم برگزاری نمایشگاه در هر شرایطی که باشد از عدم برگزاری مفیدتر است. ما باید به دنبال حل مشکلات ساختاری و زیربنایی نمایشگاه به‌ویژه بحث عدم استقبال از نمایشگاه باشیم و آنها را حل کنیم نه این که بگوییم چون میزان استقبال از نمایشگاه کم است پس باید آن را تعطیل کنیم! واقعیت این است که بخش عمده‌ای از این مشکلات ساختاری مربوط به خارج از این صنعت است و رفع این مشکلات هم نیازمند توجه ویژه مراجع بالادستی و سیاست‌گذاری‌های کلان مملکت است.

نظری به چشم‌انداز توسعه‌ای مجموعه ویناک اشاره کرد و گفت: ما در مجموعه ویناک مانند سال‌های گذشته تلاش کردیم تا هم در بحث توسعه خدمات و گسترش شبکه نمایندگی‌ها و همین‌طور ارتقاء سطح کیفی محصولات و اضافه کردن محصول جدید به سبد کالایی‌مان اهداف مشخصی را ترسیم کنیم که خوشبختانه توانستیم به اهداف پیش‌بینی‌شده تا حدود زیادی دست پیدا کنیم.

شرکت پویش پارت سیمین از سال ۱۳۶۱ با طراحی و ساخت قالب‌های سببه و ماتریس فعالیت خود را آغاز کرد و تا پیش از ورود به عرصه یراق‌آلات دروپنچره، در دوره‌های مختلف، انواع گوناگونی از قطعات خودرو و موتورسیکلت را تولید می‌کرده است. شرکت پویش پارت سیمین که هم‌اینک در زمینه تولید یراق‌آلات دروپنچره یوبی‌وی‌سی با نام تجاری ویناک فعالیت می‌کند پنجمین دوره حضور در نمایشگاه دروپنچره را پشت سر می‌گذارد. مدیرعامل ویناک در گفتگو با خبرنگار پنجره‌ایران در خصوص نحوه برگزاری نمایشگاه امسال اظهار کرد: نحوه برگزاری نمایشگاه نسبت به دوره‌هایی که با هم‌هنگی انجمن برگزار می‌شد ضعیف‌تر شده است به‌ویژه نمایشگاه امسال و سال گذشته این گونه بود. کیفیت سرویس دهی نمایشگاه در مجموع ضعیف است و انتظاراتی را که ما از یک نمایشگاه تخصصی در سطح بین‌المللی داریم به‌هیچ‌عنوان برآورده نمی‌کند.

نظری افزود: میزان استقبال بازدیدکنندگان از غرفه ما باوجود رکود نسبی موجود





آرتا پروفیل

مجید قلعه‌گیر

تا با کمک چنین فعالیتهایی آن خلا و مشکل را رفع کنیم.

مدیرعامل آرتا پروفیل به اهمیت بحث تبلیغات و برندسازی اشاره کرد و گفت: اگر دقت کنید

می‌بینیم که اکثر شرکت‌های بزرگ و مطرح که به فکر برند و ماندگاری‌شان در صنف و صنعت هستند در هر شرایطی سعی می‌کنند حضورشان را در سطح اول حفظ کنند و نمایشگاه تخصصی بهترین فرصتی است که می‌توان از پتانسیل آن به این منظور استفاده کرد.

قلعه‌گیر چشم‌انداز توسعه‌ای مجموعه آرتا پروفیل را روبه‌جلو دانست و افزود: مجموعه ما در سال قبل با معرفی و عرضه برند کراول وین در نمایشگاه حضور پیدا کرد، امسال نیز با توسعه و تکمیل سبد کالایی و برندسازی پروفیل شفر در نمایشگاه حضور داریم. ما در نمایشگاه امسال سیستم‌های کشویی و چهار کاناله را با ۳۰ قالب آوردیم که یکی از کامل‌ترین سبد محصولات در بین شرکت‌های حاضر در نمایشگاه به شمار می‌رود.

شرکت آرتا پروفیل با سابقه ۱۷ ساله در صنف و صنعت دروینچره یوبی‌وی‌سی نزدیک به دو سال است که با احداث کارخانه‌ای در زمینه تولید پروفیل‌های دروینچره یوبی‌وی‌سی ۵ کاناله با نام‌های تجاری شفر و کراول وین در استان اردبیل فعالیت می‌کند. مدیرعامل آرتا پروفیل در گفتگو با خبرنگار پنجره‌ایران، حضور در نمایشگاه سیزدهم را دومین تجربه حضور این مجموعه با محصولات پروفیلشان دانست و گفت: نمایشگاه نسبت به سال قبل هم از نظر جانی و هم از نظر میزان بازدیدکننده خیلی خوب شده ضمن این که سطح مراجعه‌کنندگان هم بالاتر رفته به این صورت که بازدیدکننده تخصصی و کسانی که در این صنعت فعالیت می‌کنند بیشتر به نمایشگاه می‌آیند و مراجعه‌کننده عمومی خیلی کمتر شده است.

قلعه‌گیر پیرامون لزوم برگزاری نمایشگاه در شرایط فعلی جامعه خاطرنشان کرد: به نظر من در شرایط رکود و زمانی که وضعیت بازار ضعیف است باید این گونه فعالیت‌ها بیشتر شود چون در شرایط رونق و فراوانی که همه چیز خوب است و خیلی نیازی به این کارها نیست. هر چند تبلیغات و فعالیتهای نمایشگاهی همیشه خوب و مفید است اما در شرایط رکود ما بیشتر به چنین فضا و فعالیتهایی نیاز داریم





