



نوبهار است در آن کوش که خوشدل باشی

● نمایشگاه‌ها ویتترین فرصت‌ها، مزیت‌ها و دستاوردهای هر حوزه

● صنعت نمایشگاهی، سکوی پرتاب صادرات

● ارتقاء سطح کیفی و افزایش خدمات نمایشگاهی، اولویت های نمایشگاه بین المللی یزد

● صنعت نمایشگاهی؛ محرک رشد بخش های اقتصادی

خلق معانی نو در سال جدید

زد شویم و بنویسیم برای کسانی که هنوز از لمسی کاغذ به وجد می آیند و روحشان تازه می شود. خوشحالیم از اینکه تعداد این آدم ها کم نیست، خیلی هاشان از ابتدا همراهمان بودند و با بسیاری هم در طول این مسیر یک ساله آشنا شدیم، به گفت و گو نشستیم و خیلی وقت ها آموختیم و همین همراهی باعث شد هر شماره حساسیت مان برای تولید محتوای بارزش بیشتر شود و اشتیاق مان برای انتشار فزون تر. نمایشگاه بین المللی یزد به دلیل تنوع افراد، شخصیت ها، افکار و مشاغل، بی شک یکی از بهترین بسترها برای تولید محتوا است، فقط کافی ست در میان این هیاهو چند دقیقه ای وقت بگذاری، کنارشان بنشینی و گوش بسیاری به حرف ها، گله ها، دغدغه ها و دلخوشی هاشان. این فضا بهترین فرصت برای آموختن است، برای ایده گرفتن و عملی کردن هر آنچه در ذهنمان می گذرد. گفت و گو با بعضی آدم ها مثل خواندن بعضی کتاب ها است، آن قدر عمیق و تاثیرگذار که حتی ممکن است دید آدم را تغییر دهد. خوشحالیم از اینکه این فضا و فرصت در اختیارمان قرار گرفت و با انسان های فرهیخته ای آشنا شدیم که با حضور و همراهی شان ما را حمایت کردند.

سال ۱۴۰۱ به پایان رسید، امسال هم همچون تمام سال های رفته با تمام زیبایی ها و نازیبایی هایش گذشت و ما امیدوارانه برای روزهای نیامده با رویاهایی ناتمام آماده خواهیم شد.

شادی تان بسیار، امیدتان پایدار، بهارتان مبارک

مهسار شتی پور
سر دبیر

سال در حال نوشدن است و زندگی به دنبال آن.

بهار بی شک از زیباترین نشانه های حیات است و در کنار آن لحظاتی که در خیال می گذرد و به تماشا نشستن آنچه گذشته و خوشحال مان کرده است. زندگی این مفهوم به ظاهر تکراری هر ثانیه اش متفاوت است، خوبی اش اما همین خاصیت گذار است. می گذرد و ما در پی آن با نشانه هایی که همیشه در ناخوش ترین لحظه های زندگی نشان مان داده می شود، امیدوارانه به جلو قدم برمی داریم. در سال جدید اما سبز خواهیم شد، جوانه خواهیم زد و در آغوش بهار امیدبخش، شکوفه خواهیم داد و به سان خورشید بهاری گرما خواهیم بخشید و معانی تازه خواهیم آفرید.

سالی که گذشت برای مجموعه نمایشگاه بین المللی یزد تجربه های زیبا و متفاوتی را رقم زد، یکی از آن ها انتشار منظم نشریه ویژه ی رویدادها بود که خوشبختانه با استقبال بسیار خوبی روبرو شد. سال هاست خیلی ها معتقدند و مدام این اعتقاد را تکرار می کنند که خیلی وقت است دیگر دوره رسانه های مکتوب به سر آمده و این دلخوشی بزرگ خیلی از ما لا به لای حجم زیادی از رسانه های مجازی گم شده است، با این وجود ما ترجیح دادیم به خودمان دلگرمی دهیم و از کنار تمام این جملات مایوس کننده، با امیدی هرچند کوچک

در مسیر شکوفایی

عبدالرضا ارشادی فر

مدیر روابط عمومی نمایشگاه بین المللی یزد

نمایشگاه موثر بود، اما بی شک "اطلاع رسانی صحیح و هدفمند" نیز نقش به سزایی در افزایش چشمگیر بازدیدکنندگان هر رویداد نمایشگاهی داشته است.

انبوه اخبار و اطلاعات روزمره در موضوعات مختلف و جولان رسانه های نوظهور در عرصه اطلاع رسانی، انتقال صحیح و مستقیم پیام به مخاطب خاص را دشوار کرده است. تیم جوان و پرتوان روابط عمومی نمایشگاه بین المللی یزد اما به خوبی این رسالت بزرگ را به انجام رسانید و ضمن شناخت سلیق و نیازهای مخاطبان نمایشگاه اعم از بازدیدکنندگان و شرکت کنندگان، توانست با تولید و انتشار هزاران محتوای خاص و کاربردی همه آنان را اقناع نماید که جای بسی قدردانی و سپاسگزاری دارد. کاستی ها و خطاهایی نیز در این راه ممکن است رخ داده باشد که ضمن پوزش سعی در جبران آن ها خواهیم داشت و یاری و مساعدت متخصصان را در این حوزه می طلبیم.

نمایشگاه بین المللی یزد به عنوان خانه اهالی صنعت و دروازه پیشرفت و ترقی اقتصاد استان یزد اینک به لطف خداوند و همت همگان در مسیر شکوفایی قرار گرفته است و برای سربلندی این ملک و میهن پرافتخار دست همه دلسوزان را به گرمی می فشارد. باشد که "یزد" بر تارک تاریخ درخشان بماند.

سال ۱۴۰۱ هم با تمامی فراز و نشیب هایش در روزهای پایانی قرار دارد و بهار به زودی پای در این خانه خواهد نهاد.

"نمایشگاه بین المللی یزد" در سالی که گذشت به گواه حضور خانواده ی بزرگ صنعت نمایشگاهی کشور و همشهریان نجیب یزدی، یک قدم دیگر به جایگاه واقعی خود در توسعه و پیشرفت صنعتی و اقتصادی ایران عزیز نزدیک شد.

تجربه های گرانسنگ اهالی علم و صنعت در کنار ایده های نو و خلاق در هر رویداد نمایشگاهی از مهم ترین جلوه های این پیشرفت بود. حضور قابل توجه و متفاوت مردم از هر گروه و طبقه در این میان، مهم ترین اتفاقی بود که می توان آن را نقطه عطف نمایشگاه بین المللی یزد در سال جاری دانست. نمایشگاه های تخصصی و عمومی با استقبال متفاوتی روبرو شدند که در برخی موارد غافلگیرکننده بود.

تاثیر مستقیم حضور برندهای معتبر کشوری و بین المللی در هر صنعت و بازدیدکنندگان متخصص از یک طرف و ایجاد فضای متفاوت فرهنگی، تفریحی و تعاملی از طرف دیگر در افزایش میزان بازدید از

نمایشگاه‌ها ویت‌رین فرصت‌ها، مزیت‌ها و دستاوردهای هر حوزه



مهران فاطمی
استاندار یزد

نمایشگاه‌ها ویت‌رین فعالیت‌ها، فرصت‌ها، مزیت‌ها و دستاوردهای هر حوزه هستند و با برگزاری رویدادهای متفاوت علاوه بر کسب اطلاعات گسترده در کوتاه‌ترین زمان ممکن و صرفه‌جویی در وقت و انرژی بازدیدکنندگان، امکان مقایسه بین انواع محصولات و خدمات فراهم می‌شود، بنابراین امید که نمایشگاه‌ها باتوجه به بستر مناسب، بتوانند تا حد قابل قبولی در معرفی ظرفیت‌ها و دستاوردهای هر بخش به مردم، گردشگران، سرمایه‌گذاران و فعالین اقتصادی بازدیدکننده از نمایشگاه موفق عمل کنند.

بی‌شک اکثر رویدادهای برگزار شده در شهرک نمایشگاه

بین‌المللی یزد، نمادی است از "می‌شود" و "می‌توانیم" و نشان‌دهنده این موضوع که جوانان دانشگاهی، فارغ‌التحصیلان و نخبگان ما می‌توانند با استفاده از فناوری و با تکیه بر توان علمی خود، نیازهای کشور و استان را پاسخگو باشند. قطعاً توسعه‌ی استان از مسیر و دروازه‌ی علم و فناوری می‌گذرد که این وجه برتر استان است. استان یزد منابع انسانی بسیار توانمندی دارد و با توجه به جمعیت و از نظر ضریب نخبگی استان در رتبه‌ی نخست قرار دارد که این دستاورد برای ما ثروت بزرگی است. مسئولان استان نیز وظیفه دارند که از این فعالیت‌ها حمایت کنند و نگذارند یک لحظه جریان فناوری و پژوهشی استان متوقف بشود. ما نیز در کنار این عزیزان هستیم و هرگونه حمایتی را از فعالان این عرصه انجام می‌دهیم. امید که هر روز شاهد پیشرفت شهرک نمایشگاه بین‌المللی یزد و رسیدن به جایگاه واقعی آن باتوجه به ظرفیت‌های غنی آن باشیم.



ارتقاء سطح کیفی و افزایش خدمات نمایشگاهی اولویت‌های نمایشگاه بین‌المللی یزد



احمد قافی
مدیرعامل نمایشگاه بین‌المللی یزد

نمایشگاه بین‌المللی یزد در سال ۱۴۰۱ با برگزاری بیش از ۶۰ عنوان در قالب ۲۶ رویداد نمایشگاهی یکی از برترین نمایشگاه‌های سطح کشور بود که همزمان با افزایش عناوین به کیفیت برگزاری توجه ویژه‌ای نمود. افزایش خدمات نمایشگاهی و توجه به مخاطبان ویژه هر نمایشگاه و تسهیل ارتباطات مجریان برگزاری نمایشگاه‌ها با مشارکت‌کنندگان در راستای جذب مجموعه‌های برتر

در سال ۱۴۰۱ به شدت مورد توجه قرار گرفت و در سال آینده نیز دنبال خواهد شد. توسعه فیزیکی، توسعه کمی، توسعه کیفی و توسعه نمایشگاه‌های خارجی از مهم‌ترین اهداف سال ۱۴۰۲ به شمار می‌آید که در ادامه به اختصار آمده است.

۱- توسعه فیزیکی نمایشگاه

۱-۱ تهیه طرح جامع نمایشگاه بین‌المللی یزد توسط شرکت مهندسی مشاور نگین شهر آینده (نشا) و بررسی توسط هیأت داور
۱-۲ تهیه طرح ۳ سالان جدید جمعا به مساحت ۱۲ هزار مترمربع توسط آقای هادی تهرانی (از مشاورین خبره

بین‌المللی و طراح اماکن مهمی در کشورهای آلمان و...) و نهایی شدن طرح جهت کلنگ‌زنی

۲- توسعه کمی نمایشگاه

ایجاد و زمینه توسعه و افزایش تعداد نمایشگاه‌ها به بیش از ۱۲۰ عنوان در قالب ۴۲ رویداد نمایشگاهی با حداقل ۴۰۰۰ مترمربع فضای مفید نمایشگاهی

۳- توسعه کیفی نمایشگاه

۱-۳ افزایش عناوین نمایشگاه و افزودن عناوین نمایشگاهی جدید به تقویم نمایشگاهی جهت اجرا
۲-۳ انتخاب مجری توانمند و متخصص بر اساس طرح

صنعت نمایشگاهی سکوی پرتاب صادرات



محمد رضا بابایی
رئیس هیات مدیره نمایشگاه

و اما یزد نیز در سال‌های اخیر از این قاننده مستثنی نبوده و به دلیل پتانسیل‌های اقتصادی و موقعیتی که دارد، صنعت نمایشگاهی در آن رشد مطلوبی را رقم زده و دستاوردهای بی‌نظیری را به همراه داشته است که امید است براساس طرح جامع به زودی شاهد اتفاقات خوبی در این صنعت باشیم.

درواقع نمایشگاه، مرکزی برای تبادل اطلاعات و دست یافتن به پدیده‌های نوین علم و صنعت و انتقال فناوری است، فعالیت‌های اقتصادی را در یک محدوده خاص متمرکز می‌کند، به گونه‌ای که عرضه‌کنندگان کالا و خدمات با افرادی که علاقه‌مند به انتخاب کالا هستند، می‌توانند از این تمرکز حداکثر بهره را ببرند؛ به تعبیر دیگر برپایی نمایشگاه به صورت مداوم و مستمر می‌تواند کلید دستیابی به سودآوری و در نتیجه دستیابی به موفقیت‌های بازرگانی و تجاری باشد، البته نه فقط سودآوری بلکه به واسطه برگزاری نمایشگاه فضای رقابت و رقابت‌پذیری هم ایجاد خواهد شد.

شرکت در نمایشگاه‌ها می‌تواند عرصه مناسبی باشد تا توانایی واقعی تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان به نمایش در بیاید، به خصوص اگر در سطح بین‌المللی برگزار شود، بهترین عرصه برای ایجاد رقابت است، چون امکان استفاده از تمام منابع داخلی و خارجی در آنها وجود دارد.

خلاصه کلام اینکه کارشناسان اقتصادی همواره صنعت نمایشگاهی را سکوی پرتاب صادرات، خصوصاً صادرات غیرنفتی می‌دانند، اما لازمه رسیدن به استانداردهای جهانی در این صنعت پرسود این است که سیاست‌گذاری عمیق و صحیح داشته باشیم و در مسیر مجهز شدن نمایشگاه‌های کشور گام برداریم.

های توجیهی و برنامه‌های ارائه شده‌ی آن‌ها برای هر نمایشگاه

۳-۳ افزایش مخاطبین مرتبط با هر نمایشگاه بر اساس تبلیغات هدفمند هر عنوان نمایشگاهی

۴- توسعه نمایشگاه‌های خارجی

۱-۴ برنامه‌ریزی بازدید و یا حضور صنعتگران و اقتصاددانان یزد در نمایشگاه‌های خارج از کشور
۲-۴ برنامه‌ریزی بازدید و یا حضور صنعتگران و اقتصاددانان سایر کشورها در نمایشگاه‌های یزد

اهم فعالیت‌های معاونت اجرایی نمایشگاه



روح‌الله فلاح
اجرایی

فعالیت‌های انجام شده در بخش عمرانی :

ساخت سالن جدید نمایشگاهی به متراژ ۳۰۰۰ مترمربع خرید و نصب و راه‌اندازی سیستم تأسیسات خنک‌کننده سالن اصلی نمایشگاه

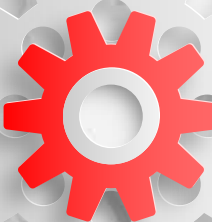
افزایش ظرفیت انتقال برق نمایشگاه از ۵۰۰ کیلووات به ۱۵۰۰ کیلووات و اجرای تأسیسات زیربنایی آن
تأمین و اتصال به شبکه گاز شهری و انتقال به سالن‌های



محسن شیخ‌علی‌شاهی
برنامه‌ریزی، مالی و اداری

اهم فعالیت‌های انجام شده در معاونت برنامه‌ریزی و اداری مالی نمایشگاه بین‌المللی یزد در سال ۱۴۰۱ به شرح زیر است.
- بررسی و تدوین تقویم نمایشگاه ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲
- افزایش راندمان کمی و کیفی نمایشگاه‌ها
- برنامه‌ریزی آموزشی ارتقاء مجریان و غرفه‌سازان

- گریه‌بندی مجریان و غرفه‌سازان در اجرای هر نمایشگاه با رویکرد تخصصی‌تر نمودن مجریان برای نمایشگاه‌ها
- اصلاح ساختار نیروی انسانی نمایشگاه
- اصلاح ساختار مالی نمایشگاه طبق استانداردهای سازمان حسابرسی
- اصلاح ساختار واحدهای اجرایی و اداری نمایشگاه
- استفاده از نرم‌افزارهای نوین و پیشرفته اجرایی در بخش‌های مختلف اجرایی نمایشگاه
- استقرار بخشی از نیازمندی‌های فرایندهای اجرایی در سامانه CRM
- توسعه سیستم دوربین‌های نظارتی نمایشگاه



صنعت نمایشگاهی؛ محرک رشد بخش‌های اقتصادی

صنعتی در خدمت تمامی صنایع

ایرانی» و «کارگروه ساماندهی مد و لباس» این مبحث را در ذهن به وجود می‌آورد که در سال‌های اخیر «مد» چه جایگاهی برای ایرانی‌ها دارد؟ شاید بتوان گفت تعدد و تنوع لباس‌ها و البته تغییر خواسته‌ها و شخصیت افراد در این سال‌ها باعث شده فرد برای «خوش تیپ» بودن آنچه دلش می‌خواهد را برای پوشش انتخاب کند نه آنچه «مد»



تعیین می‌کند. همه این اظهارات درحالی است که لباس عنصری فرهنگی است و بارها مسئولان درباره این صحبت باید پوشاک متعارف و اسلامی به

شادی شفيعی: صنعت نمایشگاهی، بدون استثناء، محرک رشد در همه بخش‌های اقتصاد است و تأثیرات آن هم مستقیم و هم غیرمستقیم قابل اندازه‌گیری هستند. کارشناسان علم اقتصاد، نمایشگاه را اینطور تعریف می‌کنند: «نمایشگاه یعنی فراهم آوری بستر و شرایطی مناسب در محدوده‌ی خاصی از زمان و مکان به منظور مواجهه، معرفی و آشنایی افراد با کالاها، خدمات، فناوری‌ها و نوآوری‌های علمی، فرهنگی و صنایع بشری». فعالان حوزه صنعت نمایشگاهی بسر این باور هستند که نمایشگاه فروشگاه نیست، بلکه محلی برای طلاق تولیدکننده و مصرف‌کننده بوده و نباید به این صنعت کلیدی به عنوان یک صنف جزء نگاه شود.

نمایشگاه: فضایی مناسب برای جذب سرمایه

در دنیای کسب وکار امروزی نمایش یکی از اصول مهم بازرگانی به حساب می‌آید و نمایشگاه هم فضایی مناسب جهت به نمایش گذاردن توانمندی‌ها و قابلیت‌های فنی و آخرین دستاوردهای واحدهای تولیدی و خدماتی و نوعی ارتباط زنده و مؤثر با مصرف‌کننده، مشتری و فعالان مختلف صنعت و اقشار مختلف مردم است. حضور در نمایشگاه یکی از مهمترین ابزارهای بازاریابی و شناخت بازارهای جدید و ارزیابی بازارهای موجود و نوعی خود ارزیابی از وضعیت حضور هر مجموعه در بازارهای داخلی و خارجی است استان یزد با توجه به تنوع صناعی که در خود جای داده، می‌تواند با برگزاری نمایشگاه‌های متعدد و تشویق صاحبان صنایع و تولید برای حضور؛ بازار خوبی برای اهالی صنعت فراهم آورد تا علاوه بر حضور فعالان اقتصادی خارجی در این نمایشگاه‌ها، زمینه لازم برای جذب سرمایه برای صنایع تولیدی استان را مهیا کند.

نمایشگاه‌ها به توسعه صادرات کمک می‌کنند

نمایشگاه به عنوان اصلی‌ترین کانال معرفی محصولات تولیدی انتقال فناوری، می‌تواند نقش بسیار مؤثری در فرایند توسعه صادرات غیرنفتی ایران و حتی گسترش فرهنگ ایرانی- اسلامی در دیگر کشورها ایفا کند. فعالان حوزه صنعت نمایشگاهی عقیده دارند که نمایشگاه می‌تواند با گرد هم آوردن شرکت‌های بزرگ، فرصت گفت‌وگوی مستقیم بین مشتریان و شرکت‌های تولیدی یا خدماتی را فراهم کند. درعین حال خود شرکت‌ها نیز فرصت می‌کنند تا شرکایی را در بین شرکت‌های بزرگ‌تر یا کوچک‌تر حاضر در نمایشگاه پیدا کنند. همه اینها هم یعنی به وجود آمدن فرصت اقتصادی مناسب برای سرمایه‌گذاری که در نهایت طبیعتاً به رشد اقتصادی و صنعتی کشور موردنظر منجر می‌شود. درعین حال موجب می‌شود تا شرکت‌ها برای حضور در نمایشگاه‌هایی که بیشترین پتانسیل را دارند با هم رقابت کنند. درواقع نمایشگاه‌ها قسمت مهمی از پازل توسعه اقتصادی به شمار می‌روند. توجه به رویدادهای تجاری را می‌توان یکی از علل توسعه اقتصادی کشورها قلمداد کرد.

الگوها و طرح‌های ایرانی - اسلامی

عفاف، حجاب، زیبایی، تنوع، کیفیت همراه با قیمت مناسب. شاید این روزها بارها روی دیوارها، پلاکاردها و پوسترها این جمله را خوانده باشید؛ جمله‌ای که نمایشگاه بزرگ مد و لباس شهر خانواده را که از ۲۱ تا ۲۶ اسفندماه در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی استان یزد برگزار شد، را تبلیغ می‌کرد. نمایشگاهی که به گفته‌ی برگزارکنندگان آن یکی از اهداف برپایی آن، تقویت حوزه پوشاک، مد و لباس در استان یزد بود تا طراحان داخلی با دیدن الگوهای مناسب تشویق شوند. چند سالی است که صنعت مد و پوشاک ایرانی اسلامی بر سر زبان‌ها افتاده است و طراحان مد و پوشاک ایرانی اسلامی هر روز مدل‌های جدیدی از لباس ایرانی اسلامی را روانه بازار و نمایشگاه‌های مد و پوشاک ایرانی - اسلامی می‌کنند.

آشنایی مردم با طرح‌های ملی

سالن نمایشگاه مد و لباس شهر خانواده‌ی یزد را غرفه‌هایی تشکیل می‌دادند که در آنها مانتو، شال، روسری و چادرهای طرح‌دار با تزئینات مختلف بر روی سر و آستین، بر تن مانکن‌های بی‌جان به نمایش گذاشته شده بود. شاید بتوان بزرگ‌ترین ضعف نمایشگاه مد و لباس شهر خانواده‌ی یزد را کمبود ایده‌های خلاقانه در حوزه پوشاک ایرانی - اسلامی دانست. البته برگزاری اینگونه نمایشگاه‌ها می‌تواند واسطه خوبی بین تولیدکنندگان و مردم باشد و کالای ایرانی و ملی را با طرح‌ها، کیفیت و قیمت مناسب به دست مردم برساند. برگزاری اینگونه نمایشگاه‌ها در استان همچنین می‌تواند به دیده شدن تولیدات استانی و صنعت پوشاک کمک کرده و فروش محصولات تولیدکنندگان یزدی را افزایش بدهد.

پوشاک متعارف اسلامی

فعالیت نهادهایی همچون «بنیاد ملی مد و لباس اسلامی

شود تا آنها را در انتخاب‌های خود بگنجانند اما با نگاهی به جامعه به نظر می‌رسد چندان این رویکرد محقق نشده است.

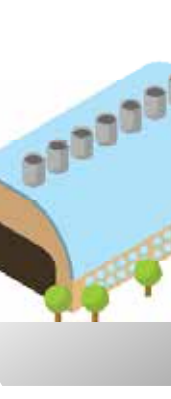
عرضه پوشاک سالم و عقیفانه

احسان عابدی مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان یزد در حاشیه نمایشگاه مد و لباس شهر خانواده هدف از برگزاری آن را عرضه لباس‌های سالم و عقیفانه دانست و گفت: ما خواستیم محیطی را فراهم کنیم تا طراحان لباس یزدی بتوانند با ویژگی‌های متناسب با فرهنگ ایرانی و اسلامی، پوشاک را طراحی، تولید و به بازار عرضه کنند. رئیس کارگروه ساماندهی مد و لباس استان با اشاره به چالش‌های موجود در صنعت پوشاک استان، مهمترین آن را عدم دسترسی به پوشاک و پوشش‌های عقیفانه و اسلامی در خصوص بانوان عنوان کرد و افزود: فروشگاه‌ها به دلایل عمدتاً اقتصادی به عرضه کالای کم‌کیفیت روی آورده‌اند؛ هم کیفیت فرهنگی و هم کیفیت فنی محصولات، به همین منظور سعی شده در این نمایشگاه تولیدی‌ها و طراحان لباس‌های اجتماعی بانوان، آقایان، کودکان و نوجوانان با حضور خود، ظرفیت‌های بازار پوشاک سالم را به نمایش درآورند.

شناسایی الگوهای موفق پوشاک ایرانی اسلامی در یزد

حجت الاسلام والمسلمین ابوذر صناعی دبیر ستاد امر به معروف و نهی ازمنکر استان یزد نیز در حاشیه نمایشگاه مد و لباس شهر خانواده با اشاره به این موضوع که این نمایشگاه، به منظور شناسایی الگوهای موفق استان در در عرصه عفاف و حجاب برگزار شده؛ هدف از برپایی آن را شناسایی و تشکیل یک شبکه بسیار قوی از فعالان و دوزنده‌های پوشاک ایرانی و اسلامی با رویکرد حجاب و عفاف دانست. او در ادامه با اشاره به حمایت مادی و حمایت معنوی از فعالان این حوزه، گفت: ما تلاش می‌کنیم تا با برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی به دوزنده‌ها و تولیدکنندگان کمک کنیم تا مشتری خود را پیدا کنند و اینکه ما هم در آینده‌ی نزدیک بتوانیم جهت سامان دهی عرضه البسه اسلامی در سطح استان شاهد اتفاق‌های بسیار خوبی باشیم. صناعی در ادامه با بیان این موضوع که این نمایشگاه قطعا ضعف‌هایی را هم به همراه داشته، ادامه داد: کار در زمینه

حجاب و عفاف بسیار نو است و امیدواریم در این عرصه بتوانیم با کمک بازدیدکنندگان و شنیدن نظرات آنها گام‌های خوبی را در این حوزه برداریم. اسدی مجری نمایشگاه مد و لباس شهر خانواده نیز هدف از برگزاری آن را شناسایی تولیدکنندگان پوشاک ایرانی اسلامی در استان عنوان و اظهار امیدواری کرد که با برگزاری این نمایشگاه شبکه‌ای از تولیدکنندگان مد و لباس ایرانی اسلامی در استان شکل بگیرد و اتفاقات بزرگتری در این حوزه رقم بخورد.



عادت به نام نمایشگاه بهار

هر سال در اسفند ماه، نمایشگاه‌هایی با عنوان نمایشگاه بهار برگزار می‌شود تا مردم، دیگر در خیابان‌ها سرگردان نباشند و هر چه می‌خواهند و احتیاج دارند را از این نمایشگاه‌ها تهیه کنند. امسال هم طبق روال سال‌های گذشته نمایشگاه عرضه مایحتاج شب عید و ماه رمضان در استان یزد با هدف عرضه با قیمت و کیفیت مناسب برگزار شد.

قدرت خرید کم شده است

چرخ اقتصاد کشور، خوب نمی‌چرخد و بیشتر غرفه‌داران نمایشگاه بهار یزد، بازار فروش امسال را در مقایسه با سال گذشته کم‌رق‌تر و بی‌جان‌تر توصیف کردند؛ مقایسه‌ای که به‌باور آنان نشان می‌دهد قدرت خرید مردم با ضعیف شده و در نتیجه متقاضیان با احتیاط بیشتری خرید می‌کنند.

خرید بدون واسطه

محمد نصیریانی مجری نمایشگاه عرضه مستقیم کالای بهار، با بیان این موضوع که نمایشگاه عرضه مستقیم کالای بهار از مهمترین ابزارهای شبکه توزیع کالاهای اساسی شهروندان است، گفت: این نمایشگاه با هدف تنظیم بازار و مدیریت عرضه و تقاضا در شهرستان یزد برپا شد و فرصتی مناسب را برای خریدی مطمئن فراهم کرد. او تخفیف‌های ویژه، تنوع محصولات، خرید آسان، قیمت مناسب و حذف واسطه‌ها را از اهداف اصلی برگزاری این نمایشگاه دانست و ادامه داد: هر سال با نزدیک شدن به روزهای پایانی سال و شب عید، خریدهای مورد نیاز خانواده‌های ایرانی در زمینه پوشاک، کیف و کفش، لوازم خانگی، مواد غذایی، شیرینی، شکلات و آجیل افزایش قابل توجهی پیدا می‌کند و برگزاری نمایشگاه بهار این فرصت را برای شهروندان فراهم می‌کند تا بتوانند خرید مناسبی را برای سال جدید انجام دهند.

نوآوری و تولید محصولات جدید؛ رمز یک کسب و کار موفق

«صنایع غذایی یکی از پرسود ترین صنایع برای سرمایه‌گذاری هستند. سرمایه‌گذاران و علاقه‌مندان به این حوزه، می‌توانند با استفاده از شرایط موجود، علاوه بر دستیابی به درآمد و سود خوب، با ایجاد فرصت‌های شغلی مختلف، کارآفرینی کنند.»

سید محمد نبیل مدیرعامل شرکت برسام شیرین سلامت که مدتی است وارد حوزه صنایع غذایی به ویژه فرآورده‌های کنج‌دی شده، سرمایه‌گذاری در حوزه صنعت غذایی را یک سرمایه‌گذاری سودمند می‌داند و معتقد است: «رمز ماندگاری یک کسب‌وکار و به‌طور کلی یک صنعت، در نوآوری و تولید محصولات جدید است. این امر به‌ویژه در حوزه مواد غذایی نمود پررنگ‌تری دارد».

این فعال حوزه‌ی گردشگری، با اشاره به اهمیت گردشگری خوراک، گفت: از آنجایی که خاستگاه محصولات کنج‌دی شهر اردکان یزد است؛ ما تصمیم گرفتیم تا در حوزه گردشگری خوراک هم قدمی برداریم و به آن ورود کنیم و ظرفیت‌های گردشگری خوراک را در شهرهای یزد و اردکان را به سراسر کشور و حتی جهان توسعه بدهیم.

قیمت آجیل هم تابع دلار است

یکی از پرمصرف‌ترین اقلام ایام شب عید، آجیل و خشکبار است؛ آجیلی که احتمال می‌رود به واسطه تداخل زمانی ایام ماه مبارک رمضان و روزهای اول سال جدید تا حدودی مصرف آن دستخوش تغییر شود. غرفه‌های آجیل نمایشگاه بهار یزد از غرفه‌های دیگر تا حدی خلوت‌تر بود. احمد رفیع صاحب غرفه‌ی خشکبار رفیع که سابقه چند دوره شرکت در نمایشگاه‌های بهار را دارد، در خصوص نمایشگاه امسال و میزان استقبال مردم از آن گفت: یکی از پرطرفدارترین بخش‌های نمایشگاه‌های بهار معمولاً بخش آجیل و خشکبار بوده است، اما امسال با وجود تخفیف‌ها و کیفیت بالای محصولات می‌بینیم که حضور خریداران در این غرفه زیاد نیست و خریدها بسیار محدود است.

خوردنی پرفرقدار سفره هفت سین

نمایشگاه‌های بهار فرصت مناسبی است برای معرفی تولیدات و محصولات ایرانی. در نمایشگاه بهار امسال یزد نیز شاهد حضور تولیدکنندگان مواد غذایی یزدی بودیم که محصولات جدید خود را با تخفیف‌های ویژه نمایشگاهی به مردم معرفی و عرضه می‌کردند. غرفه سمنو سر دیگ سادات یکی از غرفه‌های شلوغ نمایشگاه است که سمنوهایی با طعم‌های مختلفی مثل سنتی، بادام و فندقی را به مشتریان عرضه می‌کند. محمدرضا محمد سادات مدیر این مجموعه با اشاره به اینکه سمنوی پای دیگ سادات یک کسب و کار خانوادگی است، می‌گوید: پخت سمنو یک سنت دیرینه در خانواده‌ی ماست که تصمیم گرفتیم برند آن را ثبت کنیم و از سال ۹۴ کار خود را به طور حرفه‌ای و تجاری در تولید سمنو شروع کردیم. محمدرضا سادات معتقد است که سمنو به معنای واقعی در بازار بسیار کم است و چهره سمنو به خوبی در بازار به نمایش گذاشته نمی‌شود چرا که شیرینی سمنو به شیریه‌ی جوانه‌ی گندم وابسته است، در حالیکه در تولید بیشتر سمنوهای موجود در بازار از شیرین کننده‌های مصنوعی استفاده می‌شود.

اولویت بندی در خرید

سعید سیف‌علیشاهی مدیر عامل شرکت فرآورده های کنج‌دی وینادیس نیز مانند دیگر تولیدکنندگان مواد خوراکی حاضر در این نمایشگاه از شرایط بد اقتصادی و تأثیر آن بر روی قدرت خرید مردم گلایه داشت و گفت: ما در این نمایشگاه محصولات و فرآورده‌های کنج‌دی را عرضه می‌کنیم اما به دلیل نبودن ثبات قیمت در تأمین مواد اولیه و بالا رفتن قیمت کنج‌د وارداتی، مجبور هستیم که قیمت تولیدات خود را افزایش دهیم و همین موضوع نیز باعث شده تا مردم مانند سال‌های قبل از محصولات کنج‌دی استقبال نکنند.

خرید بی واسطه

یکی از مهمترین دلایل برپایی اینگونه نمایشگاه‌ها این است که با ارائه تخفیف در پی حذف واسطه‌گران کمکی به اقتصاد خانواده شود. نمایشگاه‌های بهار در روزهای مانده به عید شروع به کار می‌کنند تا کمی از بار گرانی را که بر دوش قشر ضعیف جامعه سنگینی می‌کند، کم کنند. اظهار نظر در مورد این نمایشگاه‌ها هم همیشه به دو قطب مخالف و موافق تقسیم می‌شود؛ اما با وجود همه این مسائل، امسال هم نمایشگاه‌های بهار در یزد برگزار شد تا کمکی باشد به شهروندان برای خرید مناسب‌تر.

خوراکی‌های خوشمزه اما گران

برگزاری نمایشگاه‌های بهار به همراه عرضه کالاهای مورد نیاز مردم با قیمت پایین‌تر از بازار سبب باعث شده تا هرسال به غیر از دوران کرونا حضور مردم در این نمایشگاه‌ها بسیار چشمگیر باشد تا بتوانند خریدهای شب عید خود را با قیمت مناسبی انجام دهند. علیرضا دشتی مدیر عامل مجموعه میوه خشک دلوار یزد که با محصولات تولیدی میوه خشک در این نمایشگاه حضور دارد، معتقد است که بزرگترین برگ برنده این نمایشگاه، حضور حداکثری تولیدکنندگان یزدی است. او که سال قبل نیز در نمایشگاه بهار حضور داشته از تجربیات خود راضی بود و گفت: خوشبختانه مدیر و مجری نمایشگاه از تولیدکنندگان یزدی حمایت می‌کنند و حضور در آن نیز به رشد تولیدی ما منجر می‌شود؛ هرچند که ممکن است سودی برای ما نداشته باشد.

مروری بر رویدادهای برگزار شده در سال ۱۴۰۱

گردآوری: مینا وکیل نژاد

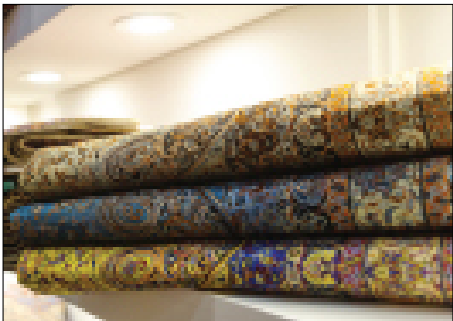
رویدادی جذاب برای خانواده‌ها

نمایشگاه سوغات و هدایا به مناسبت دهه کرامت و با حضور بیش از ۱۵۰ شرکت‌کننده از استان‌های کشور، ۱۶ الی ۲۰ خرداد ماه در شهرک نمایشگاه‌های بین‌المللی یزد برگزار شد.



یزد، قطب صنعت نساجی ایران

یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی تخصصی ماشین‌آلات و محصولات نساجی، چرم، پوشاک و فرش استان یزد با حضور استاندار یزد و جمعی از مسئولین کشوری و استانی در یزد افتتاح شد. این رویداد با حضور حدود ۹۰ فعال صنعت نساجی از استان‌های تهران، مازندران، البرز، اصفهان، مشهد، تبریز، زاهدان، ارومیه و یزد در زمینه‌های مختلف صنعت نساجی از جمله ریسندگی و بافندگی، رنگرزی، چاپ، تولید مواد صنعت نساجی، تولید الیاف و نخ و نمایندگان این صنعت از کشورهای اسپانیا، اندونزی، ترکیه و سنگاپور، از تاریخ سوم تا ششم خرداد ماه ۱۴۰۱ برگزار شد. این رویداد با استقبال ۱۱،۰۰۶ نفر از علاقه‌مندان و متخصصان این صنعت روبرو شد.



تلفیقی از هنر و نوآوری

در آستانه هفته میراث فرهنگی سیزدهمین نمایشگاه سراسری صنایع دستی و سومین نمایشگاه تخصصی زیلو، زیور، حصیر و دست بافته‌های سنتی در یزد با حضور استاندار یزد و جمعی از مسئولین استانی افتتاح شد. برگزاری اولین جشنواره پخت نان سنتی و حضور ۷ سیاه‌چادر عشایری از جمله جذابیت‌های این دوره از نمایشگاه بود و سبب استقبال ۲۹،۸۷۹ از همشهریانمان شد. این نمایشگاه همچنین میزبان رویدادهای فرهنگی با عنوان شب‌های فرهنگی بود. این رویداد در قالب بیش از ۲۰۰ غرفه از ۲۶ لغایت ۳۰ اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۱ برگزار شد.



ایجاد تعامل و تکمیل زنجیره‌ی فروش

نخستین نمایشگاه فروش اقساطی کالای ایرانی با حضور بیش از ۳۵ غرفه از شهرهای تهران، اصفهان، تبریز، مشهد و یزد از هشتم الی ۱۱ شهریورماه ۱۴۰۱ برگزار شد. در این رویداد که ۲۰،۱۵۹ از همشهریانمان از آن استقبال کردند، رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت یزد، معاون هماهنگی اقتصادی استانداری و رئیس اتاق اصناف حضور داشتند و شرکت‌ها تولیدات داخلی خود را در گروه‌های کالایی از جمله لوازم خانگی، خودرو، دوچرخه و موتورسیکلت، کالای خواب، کالای دیجیتال، تجهیزات ساختمانی، لوستر ارائه کردند.



معرفی ظرفیت‌های بخش تعاون در راستای سرمایه‌گذاری

نخستین نمایشگاه کشوری دستاوردهای تعاون همزمان با هفته دولت با هدف معرفی ظرفیت تعاونی‌ها به مردم برای حضور و ترغیب به سرمایه‌گذاری در این عرصه و حمایت بیشتر دولت از تعاونی‌ها با حضور استاندار یزد و جمعی از مسئولان استان افتتاح شد. این رویداد با حضور ۲۵ شرکت تعاونی فعال، از تاریخ اول الی چهارم شهریورماه ۱۴۰۱ برگزار شد.



کودکان شاد، خلاق و هدفمند

نمایشگاه تخصصی مادر، نوزاد، کودک و نوجوان با حضور بیش از ۵۰ واحد تولیدی پوشاک کودک و نوجوان، تولیدکنندگان سیسمونی، اسباب بازی و بازی‌های فکری، موسسه‌های آموزشی، ناشرین، انجمن‌ها و نهادهای فعال در حوزه کودکان و نوجوان، مراکز درمانی و مشاوره کودکان و زنان باردار و تولیدکنندگان مواد غذایی کودک از استان‌های یزد، تهران، اصفهان، مشهد و فارس از تاریخ ۲۴ الی ۲۷ خردادماه ۱۴۰۱ برگزار شد.



یزدِ آباد

یازدهمین نمایشگاه تخصصی کشاورزی، نهاده ها، تجهیزات گلخانه ای، آبیاری نوین و ماشین آلات کشاورزی با حضور ۴۰ شرکت فعال در این زمینه در تاریخ ۱۵ الی ۱۸ شهریور ۱۴۰۱ برگزار شد. در این رویداد که با حضور معاون وزیر و رییس سازمان تحقیقات آموزش و ترویج کشاورزی رییس سازمان جهاد کشاورزی استان یزد، رییس سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی استان و رییس سازمان صمت استان افتتاح شد، شرکت هایی از استان های یزد، تهران، قم، اصفهان، شیرازمشهد و تبریز در حوزه های کشاورزی شامل سم، کود، بذر، آبیاری نوین تجهیزات گلخانه ای و ماشین آلات به ارائه ی آخرین دستاوردهای خود پرداختند.



ضرورتِ توجه به پرورش و نگهداری گیاهان به عنوانِ ریه های زمین

هشتمین نمایشگاه گل و گیاه استان یزد، ادوات باغبانی، نهاده هاسموم و آفت کش ها، با حال و هوایی به یادماندنی و با استقبال کم نظیر علاقه مندان به گل و گیاه از تاریخ ۲۶ الی ۳۰ مهرماه ۱۴۰۱ برگزار شد.



عرضه مستقیم کالا

نمایشگاه فروش پاییزه کالا از تاریخ ۲۱ الی ۲۸ شهریور ۱۴۰۱ با هدف عرضه مستقیم کالا در محل نمایشگاه بین المللی یزد برگزار شد. این رویداد با حضور معاون اقتصادی استان یزد، رییس سازمان صمت استان و رییس اتاق اصناف یزد افتتاح شد. این رویداد با استقبال ۵۳،۲۱۲ نفری روبرو شد.



خانه ای سرشار از آرامش و نور

دهمین نمایشگاه خانه مدرن یزد با مجموعه ای کامل و متنوع در حوزه معماری داخلی، لوستر، کابینت و کالای خواب در تاریخ ۵ الی ۹ آبان ماه ۱۴۰۱ برگزار شد. در این رویداد بیش از ۵۰ غرفه از استان های تهران، قم، اصفهان، مشهد، کرج و یزد حضور داشتند.



یزد، بهشتِ معادن ایران

هفتمین نمایشگاه معدن، فولاد، صنعت، زنجیره تامین، ماشین آلات و تجهیزات وابسته، از تاریخ ۲۰ الی ۲۳ مهرماه ۱۴۰۱ میزبان فعالان صنعت و معدن کشور بود. در این رویداد بیش از ۶۰ شرکت معتبر از استان های مختلف کشور و نمایندگانی از کشورهای چین، روسیه، ترکیه و کشورهای اروپایی حضور داشتند. این نمایشگاه با هدف بررسی فرصت های سرمایه گذاری در این حوزه، گسترش ارتباطات فعالان اقتصادی، ارائه آخرین دستاوردها و فناوری های روز صنایع معدنی و فولادی کشور و ارائه راهکارهای توسعه کسب وکارهای مرتبط در این حوزه برگزار شد.



صنعت مبلمان، صنعتی اشتغال زا و سودآور

بیست و یکمین نمایشگاه مبلمان یزد با حضور تولیدکنندگان و فعالان صنعت مبیل و برندهای مطرح در ۱۶ الی ۲۰ آبان ماه ۱۴۰۱ برگزار شد. در این رویداد حدود ۱۱۰ غرفه از استان های تهران، مشهد، کرمان و یزد در سه سالن با مساحتی حدود ۱۱ هزار مترمربع حضور داشتند و جدیدترین محصولات خود را ارائه دادند. از این رویداد جذاب و متنوع، ۵۲،۲۴۱ نفر بازدید کردند.



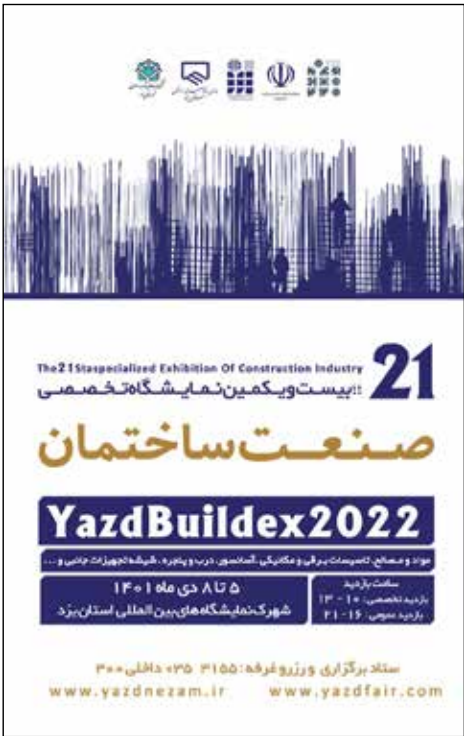
یک رویدادِ جذاب و ارزشمند

یازدهمین نمایشگاه تخصصی دام و طیور، شيلات و آبیان، دامپزشکی، فرآورده های لبنی، ماشین آلات و تجهیزات وابسته و چهارمین نمایشگاه تخصصی توانمندی های صادراتی عشایر در تاریخ ۲۴ الی ۲۷ آبان ماه ۱۴۰۱ در یزد برگزار شد. در این رویداد بیش از ۵۰ شرکت کننده از استان های یزد، تهران، خراسان رضوی، فارس، اصفهان، قم، البرز و همدان به ارائه دستاوردهای خود پرداختند.



بستری برای پیشرفت و توسعه‌ی روابط

بیست و یکمین نمایشگاه تخصصی صنعت ساختمان (2022 YAZD BUILDEX) در تاریخ ۵ الی ۸ دی ماه در یزد برگزار شد. در این رویداد بیش از ۵۰ شرکت‌کننده معتبر از استان‌های تهران، یزد، اصفهان، خراسان رضوی، هرمزگان و کرمان حضور داشتند و آخرین دستاوردها و فناوری‌های نوین صنعت ساختمان در زمینه‌های مواد و مصالح، تاسیسات برقی و مکانیکی، آسانسور، درب و پنجره، شیشه و تجهیزات جانبی به نمایش گذاشته شد. برگزاری بیش از ۲۵ کارگاه آموزشی وجه تمایز این دوره از نمایشگاه ساختمان بود.



در حریم امنِ رضوی

نمایشگاه سفره‌های یلدایی در تاریخ ۲۳ آذر ۱۴۰۱ همراه با عرضه‌ی مستقیم محصولات آستان قدس رضوی و گروه صنعتی مینو همزمان با ایام پایانی فصل پاییز و به مناسبت شب یلدا با حال و هوایی روحانی و متفاوت به واسطه حضور خادمان حرم مطهر امام رضا (ع) برگزار شد. سیاه‌چادرهای عشایر و جشنواره آتش‌های محلی و نقاشی و قصه‌گویی کودکان از جذابیت‌های نمایشگاه سفره‌های یلدایی بودند. این رویداد جذاب و دلپذیر با استقبال ۵۸,۷۲۰ نفر از همشهریانمان مواجه شد.



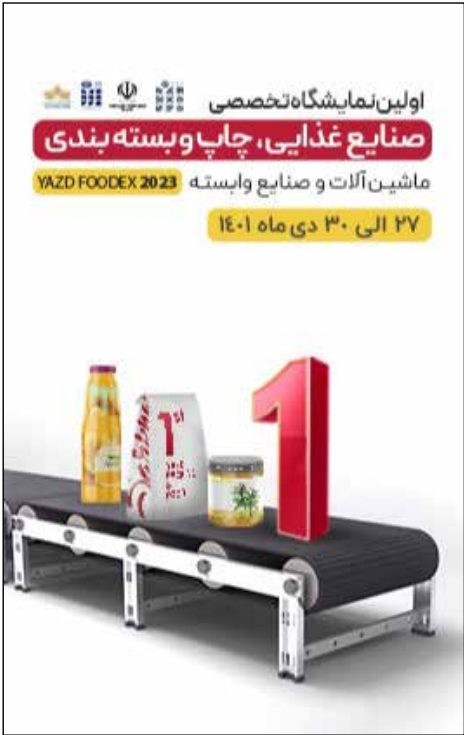
رویدادی سرشار از خلاقیت و نوآوری

نهمین نمایشگاه دستاوردهای پژوهش و فناوری و فن بازار به مناسبت هفته پژوهش در تاریخ ۱۵ الی ۱۸ آذر ماه برگزار شد. در این رویداد بیش از ۵۰ شرکت‌کننده از سازمان‌ها و ادارات دولتی و شرکت‌های خصوصی در حوزه‌های پژوهش و فناوری با محوریت فعالیت‌های دانش‌بنیان به ارائه جدیدترین دستاوردهای خود پرداختند. در حاشیه سومین روز از این نمایشگاه، پنل صادرات محصولات دانش‌بنیان، چالش‌ها و راهکارها برگزار شد.



بستری برای تعامل و خلق ایده

نخستین نمایشگاه تخصصی صنایع غذایی، چاپ و بسته‌بندی، ماشین‌آلات و صنایع وابسته با حضور بیش از ۴۰ شرکت‌کننده بزرگ و معتبر از استان‌های تهران، یزد، خراسان رضوی، اصفهان، آذربایجان شرقی و همدان در تاریخ ۲۷ الی ۳۰ دی ۱۴۰۱ برگزار شد. از رویدادهای جانبی و از جذابیت‌های این نمایشگاه، برگزاری پیش رویداد استارت‌آپ و یکند بسته‌بندی، با همکاری سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای و مدیریت پسماند شهرداری یزد بود.



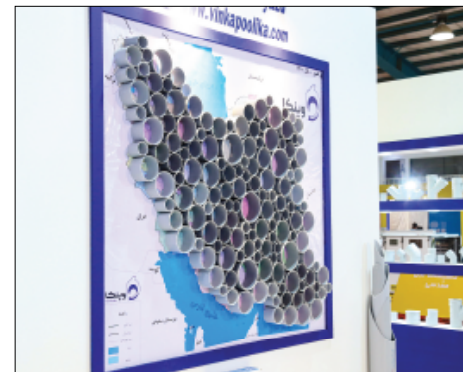
لZoom افزایش استانداردهای تولید برای حضور در بازارهای رقابتی

هجدهمین نمایشگاه خودرو، قطعات یدکی، صنایع وابسته، دوچرخه و موتورسیکلت با حضور ۴ استان کشور در تاریخ ۲۰ الی ۲۳ دی ماه ۱۴۰۱ در یزد برگزار شد. اصلی‌ترین هدف از برگزاری این نمایشگاه معرفی و عرضه محصولات و تکنولوژی نوین در طراحی و تولید، تعامل و انتقال تجربه برای ارتقاء دانش و بهبود کیفیت و ارتقاء استانداردهای تولیدات این صنعت، ارزیابی عملکرد تولیدکنندگان و ترسیم برنامه‌ای راهبردی برای پیشرفت این صنعت، بررسی زمینه‌های سرمایه‌گذاری و در نهایت فرهنگ‌سازی برای تولید محصولات دوستدار محیط‌زیست بود. از این رویداد ۲۵,۱۲۴ نفر بازدید کردند.



بستری برای جرقه‌ی یک ایده‌ی نو

بیست و یکمین نمایشگاه تخصصی تاسیسات سرمایشی و گرمایشی یزد در تاریخ ۱۳ الی ۱۶ دی ماه ۱۴۰۱ برگزار شد. در این رویداد بیش از ۳۰ شرکت‌کننده و کارخانه معتبر از استان‌های یزد، تهران، اصفهان و قم آخرین دستاوردهای خود را در حوزه‌های لوله و اتصالات، شیرآلات، چینی بهداشتی، صنعت آب و فاضلاب و تجهیزات وابسته، هوشمندسازی و فناوری‌های نوین و خدمات فنی و مهندسی در معرض دید بازدیدکنندگان قرار دادند. حضور واحدهای تولیدی معتبر داخلی از ویژگی‌های این دوره از این نمایشگاه بود.



استفاده از ظرفیت فعالانِ استان

سومین نمایشگاه صنایع آرایشی و بهداشتی، پوست، مو و زیبایی، با حضور معاون اقتصادی استاندار یزد، رئیس سازمان صمت و جمعی از مدیران استان افتتاح شد. در این نمایشگاه از تاریخ ۴ الی ۷ بهمن، ۴۰ شرکت در زمینه لوازم آرایشی و بهداشتی، پوست، مو و زیبایی و صنایع وابسته به عرضه محصولات و خدمات خود پرداختند.



تلاش برای رشد و توسعه بازار کالاهای داخلی

بیستمین نمایشگاه تخصصی لوازم خانگی در تاریخ ۱۲ الی ۱۶ اسفند ۱۴۰۱ برگزار شد. حضور ۵۷ شرکت تولیدی معتبر داخلی در این رویداد، این امکان را به مخاطبان این صنعت داد تا با جدیدترین محصولات در زمینه لوازم خانگی آشنا و با بهترین شرایط محصولات مورد نظر خود را خریداری نمایند. از این رویداد ۲۱,۹۰۶ نفر بازدید کردند.



ایران من

نمایشگاه صنایع دستی و سوغات "ایران من" در استان یزد، چهارمین رویداد از ۱۰۰ سلسله رویدادی بود که در کل کشور در حال برگزاری بود. حدود ۸ استان در این رویداد شرکت کردند و هدف اصلی از برگزاری آن، شناسایی و حمایت از تولیدات، فعالان و تولیدکنندگان صنایع دستی کشور و در نهایت انتخاب تولیدات فاخر برای عرضه در سطح بین‌الملل بود. این رویداد در تاریخ ۲۳ الی ۲۸ بهمن ۱۴۰۱ برگزار شد.



رویدادی سرشار از اصالت، طرح و رنگ

شانزدهمین نمایشگاه تخصصی فرش دستباف، تابلو فرش دستباف، زیلو دست بافته‌های داری و غیرداری در تاریخ ۱ الی ۶ اسفند ۱۴۰۱ برگزار شد. در این رویداد ۲۵ شرکت کننده از شهرهای تهران، یزد، اصفهان، تبریز، گرگان، شهرکرد، قم، نایین و شاهرود حضور داشتند.



بهاریه

به مناسبت عید نوروز و ماه مبارک رمضان، نمایشگاه فروش بهاره، عرضه مستقیم کالا و اقلام تنظیم بازار، محصولات استان قدس رضوی و گروه صنعتی مینو، در تاریخ ۱۰ الی ۱۷ اسفند ماه در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی یزد برگزار شد و با استقبال ۵۶,۵۱۴ نفری مواجه شد.



رویدادی به سبک ایرانی - اسلامی

نمایشگاه مد و لباس "شهر خانواده" در روزهای پایانی زمستان ۱۴۰۱ برگزار شد و رویکرد اصلی آن معرفی و ترویج سبک پوشش ایرانی اسلامی بود که خوشبختانه مورد استقبال هم قرار گرفت. این رویداد با حضور مدیر کل اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی و جمعی از مدیران استان افتتاح شد. این نمایشگاه از تاریخ ۲۱ الی ۲۶ اسفندماه در شهرک نمایشگاه‌های بین‌المللی یزد میزبان علاقه‌مندان بود.





نهمین نمایشگاه بزرگ قرآن و عترت استان یزد

۱۶ الی ۲۵ فروردین ۱۴۰۲
ساعت بازدید: ۱۸ الی ۲۳
شهرک نمایشگاه‌های بین‌المللی یزد

به مناسبت ماه مبارک رمضان و شب‌های قدر

قرآن و عترت

کتاب و محصولات فرهنگی و نمایشگاه تخصصی معماری اصیل ایرانی اسلامی

• علوم و معارف دینی و قرآنی، کتاب، نوشت افزار و محصولات فرهنگی
• خدمات حج و زیارت، ملزومات سفرهای زیارتی، تجهیزات محافل مذهبی

نمایشگاه تخصصی معماری اصیل ایرانی اسلامی

۱۶ الی ۲۵ فروردین ۱۴۰۲
ساعت بازدید: ۱۸ الی ۲۳
همراه با نهمین نمایشگاه تخصصی قرآن و عترت شهرک نمایشگاه‌های بین‌المللی یزد

معماری سنتی و اصیل ایرانی
ساخت و تجهیز مساجد، امامزادگان و اماکن متبرکه و مذهبی

ایران اسلامی