في ظل منافسة عالمية شرسة بين جميع اسواق العالم لم يعد من السهل المغامرة بالاشتراك في اى معرض دولى من المعارض المتخصصة التى تجتذب اقوى واشهر الشركات سواء العارضة او الزائرة للبحث عن كل جديد او المستهلك الذى يبحث ايضا عن الموضات الحديثة خاصة اذا كان مستهلكا ذا قدرة مالية وفى بلاد القوة الشرائية والذوق العالى. اقول هذا بمناسبة انعقاد معرض برمنجهام الدولى للاثاث الذى يقام كل عام فى الفترة من 20 ـ 24 يناير وسط اهتمام كثير من دول العالم مثل ايطاليا وفرنسا وبلجيكا وماليزيا واوكرانيا والصين بالاضافة للمقاطعات الانجليزية الاربعة وهى انجلترا واسكتلندا وويلز وايرلندا حيث اقيم المعرض على مساحة 60 الف متر مربع فى مدينة برمنجهام وهى من اكبر المدن الاوروبية التى تقام بها المعارض المتخصصة وقد اشترك هذا العام بالمعرض 1100 شركة يمثلون 20 دولة وقام بزيارته 40 الف زائر. كانت مصر قد شاركت بجناح مميز هذا العام حيث قام المجلس التصديرى للأثاث برئاسة المهندس احمد حلمى بالتعاون مع مركز تحديث الصناعة برئاسة ادهم نديم وجمعية المصدرين المصريين برئاسة المهندس عمرو عبداللطيف بالترتيب لجناح مصر بنجاح فاق كل التوقعات الذى حققت تعاقدات ارتفعت بنسبة 40٪ عن العام الماضى.

حدوتة مصرية

فى معرض برمنجهام الدولى

وقبل ان ندخل فى تفاصيل المعرض والجناح المصرى لابد ان نتحدث عن قصة نجاح مصر فى برمنجهام.

يقول محمود رشدى رئيس قطاع الاثاث فى جمعية المصدرين المصريين: حتى عام 2005 لم يكن لمصر خبرة بالسوق الانجليزى سوى بعض المحاولات الفردية ثم قرر برنامج تحديث الصناعة تنظيم رحلة ترويجية وعمل جناح مجمع فى هذا المعرض لمصر بهدف دراسة هذا السوق ومعرفة انطباع المستهلك الانجليزى على المنتجات المصرية فتم عمل جناح على مساحة 200 م2 شاركت فيه حوالى 8 شركات وقمنا بتنفيذ ذلك على استحياء وصمم الجناح من خلال خبرة الجمعية والمجلس التصديرى للاثاث واستطعنا من خلال هذا المعرض التعرف على امكانياتنا بالقياس للعارضين فى برمنجهام وظللنا نشترك كل عام حتى حققنا تفوقا كبيرا بعد التعرف على هذا السوق واصبحت مصر من اكبر دول الشرق الاوسط التى تشارك فى هذا المعرض.

ويقول المهندس احمد حلمى ان بناء جناح لمعرض وتصميمه ليس سهلا بل فى غاية الصعوبة .. فحتى يتم اختيار التصميم نظل فترة قد تصل لشهرين مابين المصمم واختيار القطع التى ستعرض والديكور والالوان والاضاءة ومسألة التوافق بين العارضين وقد قمنا بالتعاقد مع مصمم انجليزى بحيث يكون على دراية بالمكان واما مسألة رضاء كل العارضين فهى من الصعوبة بشكل كبير لكن استطعنا التغلب على ذلك بوضع تشكيلة من العارضين فى المكان الواحد بحيث تشترك مثلا 5 شركات فى مكونات حجرة واحدة وقامت بتنفيذ الجناح شركة المانية من خلال مناقصة بين الشركات المتخصصة من كل دول العالم حيث قام على التصميم العام الماضى احدى الشركات السويسرية.

وقبل ان يتم تنفيذ قطع الاثاث التى ستعرض يتم الاتفاق مع المصمم على الالوان الحديثة والتى ستعتبر موضة خلال عام مقبل.

وقال ان خطة المعارض الرئيسية فى الاثاث تبدأ من معرض برمنجهام ثم ميبل باريس ثم معرض ميلانو الذى يعقد كل عام فى ابريل وينتظره جميع العارضين لاهميته القصوى ثم معرض فيرنكس الذى يعقد فى القاهرة خلال شهر يونيو ثم اندكس دبى ثم معرض كيبوتل باريس المتخصص فى تجهيزات الفنادق الذى يعرض فى شهر نوفمبر كل عامين.

ألوان

لقد اعتمد الجناح المصرى هذا العام على استخدام الالوان الفاتحة تم مزجها باللون الاسود والفضى والابيض بالاضافة لدخول الوان جديدة مثل الزيت والموف والبرتقالى كما تم مزج الاسود مع الاصفر واستخدام مفتاح الحياة شعارا للجناح وسيكون شعارا فى جميع المعارض التى ستشارك فيها مصر كما تم الاتفاق بين المجلس التصديرى للاثاث وادارة معرض برمنجهام على عقد اتفاق استراتيجى يتم من خلاله الترويج لمعرض فيرنكس مصر فى انجلترا وتقوم فى نفس الوقت بالترويج لمعرض برمنجهام فى مصر كما تتم دراسة زيادة مساحة الجناح المصرى العام المقبل فى اطار العرض الجيد لموضة العام لجذب شركات جديدة بالاضافة للشركات الحالية التى قررت الاستمرار فى المعرض خلال الاعوام الماضية بعد ان وضعت السوق الانجليزى هدفا كبيرا للتوسع فيه وعن معايير الاشتراك فى مثل هذه المعارض اكد احمد حلمى ان اى شركة لا تستطيع الاشتراك الا من خلال معايير الجودة والسعر المنافس والتى بدأت تتزايد صعوبة اكثر مما سبق فى اطار المنافسة الشديدة بين دول العالم والمحافظة على رفع اسم مصر ويؤكد ذلك ان الجناح المصرى كان مجمعا ويحمل اسم مصر وهى استراتيجية بدأناها فى المجلس منذ فترة فى ظل السمعة القديمة الجيدة توفر قوى عاملة ماهرة لانتاج الاثاث الكلاسيكى ومزج الاثاث المعاصر بالكلاسيكر طبقا لاحتياجات السوق ووفقا للامكانيات الفنية التى بدأ الصناع الاهتمام بها من خلال استقدام التكنولوجيات الحديثة ايضا هناك الان اهتمام بتطوير الموديلات فى الاثاث المودرن والكلاسيك ومزج الاثنين معا لاخراجه فى ثوب جديد خاصة ان المستهلك الانجليزى يقبل على الانتاج الكلاسيك بخطوط حديثة وابتكارات جديدة ويمكن الاستفادة من المصممين المصريين الذين اتفقوا خلال السنوات الماضية حتى ان هناك شركات ايطالية كبيرة تقوم بشراء تصميمات من مصر.

من ناحية اخرى كشف احمد حلمى عن ان الاستعانة بأحد اكبر خبراء تصميم المعارض والديكور بالسوق الانجليزى ساهم فى خروج الجناح المصرى فى افضل صورة خاصة انه تم الاستعانة بالمصمم المصرى العالمى كريم رشيد وكذلك الموقع المتميز الذى خصصته ادارة المعارض لمصر بعد ان شاهدوا تميز المنتجات المصرية وتطورها الملموس على مدى العامين الماضيين الى اشتركت فيهما مصر.

ودعا احمد حلمى رئيس المجلس التصديرى للاثاث مجالس التصدير المتخصصة فى المفروشات والجلود للمساهمة فى مثل هذه المعارض لاستكمال منظومة الاثاث التى يمكن ان تقدمها مصر فى مثل هذه المعارض على غرار ما تقدمه اجنحة الدول المتقدمة.

وذكر ان عددا كبيراً من كبار المستوردين والمنتجين وعلى رأسهم بلال اورشيد من انجلترا وكاستل بروك من اسكتلندا اكدوا على جودة المنتج المصرى وان هناك فرصا كبيرة لزيادة حجم الصادرات المصرية للاثاث فى السوق الانجليزى فى ظل هجرة صناعة الاثاث منها ونقل استثماراتها لدول اخرى يمكن لمصر الاستفادة منها كما عرضت ادارة المعرض الحصول على مساحة اكبر بتسهيلات فى معرض العام المقبل.

ويؤكد احمد حلمى هنا وفى ظل هذه النتائج اننا تغيرنا كثير وتقدمنا بدرجة كبيرة واصبحنا ننافس بقوة وهو ما ساعدنا على زيادة الشركات العارضة هذا العام الى 15 شركة بعد ان بدأنا عام 2006 بنحو 6 شركات كما انه بعد ان كان الجناح المصرى فى نهاية المعرض.

اصبحنا فى قلب المعرض بصالة 8 وهى اقوى صالة حيث تعرض فيها الشركات العملاقة وقد جاء ذلك بسبب تميز الانتاج وجودته شكل العرض.

اما ايهاب درياس نائب رئيس المجلس التصديرى للاثاث فيقول ان التصدير للدول الكبرى مثل انجلترا ليس من السهولة حيث انه قبل ان تتم عملية الشراء او استيراد هذا المنتج لابد ان يرسل اولا لمعمل اختبار اوروبى محدد خاصة ان المستهلك الاوروبى لديه وعى كامل بالمواصفات التى لابد ان تحترم «مثلا اى مرايا عند كسرها لابد ان يفتت الزجاج حتى لايصاب احد وليس مسموحا ان يتم كسرها قطعا كبيرة» خامات الاسفنج تكون مقاومة للحريق اى قطعة خشب تقاوم الحريق او التجريح.

منافسة

وقال اننا نواجه منافسة شرسة جدا فى اسواق اوروبا من دول الجنوب شرق اسيا الذين يقدسون العمل كما انهم ينتجون بكميات كبيرة واجورهم اقل ولذلك تكلفتهم اقل لكن لاشك ان جودة انتاجنا افضل ومسايرتنا للاذواق الاوروبية ايضا توفر الخامات اللازمة لديهم والدعم الكبير الذى يحصلون عليه من الحكومة ويصل الى 30٪ من التكلفة فى جنوب الصين وبذلك يسبقون اى شركة ورغم ذلك نتفوق عليهم من خلال خبرتنا فى صناعة الاثاث منذ 4 الاف عام وتميزنا فى الموارد البشرية كما اننا نصنع اشياء انقرضت فى العالم مثل الاويما.

ورغم ذلك مازال لدينا مشكلة تخرج طالب فى الجامعة يدرس اشياء على ماكينات انقرضت ولم يعد لها وجود فى العالم ولذلك نأخذ الطلبة سواء اثناء دراستهم وندربهم او بعد تخرجه وندربهم ونرسلهم فى دورات تدريبية بالخارج لكننا نواجه بعد ذلك لسفرهم للخارج.

ونحاول الابقاء عليهم برفع الاجور لمستويات عالية وقد بدأ القطاع كله ذلك حتى يستطيع العامل او الفنى والمهندس مواجهة متطلبات الحياة والوفاء بطلبات التصدير التى نعتمد عليها فى معظم انتاجنا رغم ان السوق المحلى فى هذه الصناعة بدأ ينشط فى اطار حركة المعمار الكبيرة وتزايد معدلات السياحة وبالتالى عدد الغرف المطلوب تأثيثها لكن التصدير مسألة اخرى لانه هو الذى يؤدى لقفزة نوعية ايضا يجدد رؤية الشركة لمدة عام مقبل ولذلك اى مصنع يستطيع عمل خطة مستقبلية وينتج ايضا بمنافسة فى اطار الانتاج لكميات كبيرة ولذلك فكر المجلس التصديرى للاثاث فى المصرية.

ولذلك خرجت من معرض برمنجهام بضرورة الاهتمام بالتصميم لتطويره كما ان التحضير المبكر يغنى عن المشاكل التى تحدث احيانا فى عمليات النقل والشحن.

وادعو كل الشركات للاهتمام بالتصدير من خلال التعرف على المعارض الدولية لانه مهما كانت هناك حماية جمركية ولا يرغب البعض فى التصدير اكتفاء بالسوق المحلى لابد من معرفة ان المنافسة قائمة وستأتى فى عقر دارنا من المنتجات الصينية والتركية.

وتؤكد ان جمعية المصدرين تقوم بدور هام فى تعريف المنتجين بالاسواق وتوفير فرص تصديرية لهم من خلال الطلبات المقبلة من المعرض حتى اذا لم يكونوا قد اشتركوا فيه خاصة انها الجهة التى تقوم على المعارض الخارجية بما لها من خبرة فى السنوات السبع الماضية بين الشركات المصرية التى عرضت ايضا فى برمنجهام نموذج يجب الاشادة به بين الشركات وان كانت قد عرضت منفردة فى جناح آخرها شركة التجهيزات الخشبية التى بدأت بمشروع صغير عن طريق الصندوق الاجتماعى واثمر حتى تفوق وبدأ يخرج للأسواق العالمية.

يقول نبيل عدلى رئيس الشركة نعرض فى جناح منفرد تحت اسم مصر حسب نوع الأثاث الذى نقدمه والذى يناسب المنزل الانجليزى البسيط وايضا القرى السياحية وقد بدأت من عدة سنوات فى السوق الانجليزى وحققت تعاقدات العام الماضى مع 3 شركات من ايرلندا بقيمة 4 ملايين جنيه مصرى وكان أثاثا خاصا بالقرى السياحية والفنادق، فى المعرض الحالى تعاقدت على توريد ما قيمته حتى الآن 2 مليون جنيه خاصة اننا ننتج طبقا لاحتياجات السوق الأوروبى حيث نصدر لكل من ايرلندا، مالطا، سوريا وأمريكا بالاضافة لانجلترا وتبلغ نسبة التصدير 65٪ من انتاجنا واوضح ان السوق الانجليزى صعب جدا لان المستهلك فيه لديه ثقافة كبيرة مما يجعلنا نعمل له ألف حساب، فلا يستطيع أحد اصلا الدخول له بدون جودة مما نفكر فيه كيف ننافس بجودة وسعر مناسب.

واشار إلى أن وزارة التجارة والصناعة تتعامل بحسم مع المصدرين غير الجادين وتشجع الجادين وكذلك المصدر أصبح حريصا ويعرف كيف يتعامل مع أى عميل.

أما التمثيل التجارى فنجد انه اصبحت المكاتب التجارية فى كل دولة تعمل فى اطار خطة شاملة لمساعدة الشركات على جذب العملاء وزيادة معدلات التصدير فى ضوء استراتيجية وزارة التجارة والصناعة فقد تعاملت مع هذا الحدث باهتمام شديد حيث يؤكد حامد الاتربى سكرتير ثالث فى المكتب التجارى المصرى بلندن أن المكتب تعامل مع المعرض منذ يناير 2007 للتحضير للمعرض هذا العام فبعد أن أكدت جمعية المصدرين المصريين اشتراك مصر هذا العام بدأ المكتب فى عقد لقاءات مع المصممين الإنجليز وتونى كرينيون مسئول التنظيم والمبيعات فى الشركة المنظمة للمعرض وهى «C.M.P» وزيارة الشركات المصرية التى للتعرض بالمعرض لاختيار القطع التى ستتناسب مع السوق الإنجليزي، بدأنا من جانبنا بالترويج لقاعدة البيانات عن هذه الشركات لدى شركات الأثاث الإنجليزى والسلاسل التجارية التى تستورد الأثاث مثل هارودز ، ماركس آند سبنسر.

ويؤكد حامد الأتربى أن جناح مصر هذا العام ينقسم لشقين.. الأول جناح رئيسى يضم معروضات مجمعة لعدد من الشركات، معروضات فردية، العام الماضى كانت الشركات العارضة لا تزيد على عشرة شركات لكن حدثت هذا العام طفرة كبيرة فى أسلوب العرض بالاهتمام بجودة الأثاث، الاهتمام بتفاصيل المعرض، النقطة الثانية أن مصر قامت برعاية مداخل صالات المعرض بوضع «لوجو» مصر عليها وفى أعلى الواجهات، فى نفس الوقت تساهم فى الدعاية المعرض فيرنكس الذى سيقام فى يونية القادم.

وبعد انتهاء المعرض سنقوم بإرسال تقرير عن الـ Feel Back.

من ناحية أخرى سيتم التركيز خلال الفترة القادمة على الجهات المسئولة عن تنظيم دورة الأوليمبياد التى ستعقد فى انجلترا عام 2012 لامكانية جذب صفقات للشركات المصرية مع الهيئات التى ستقام وتأثيث الفنادق اللازمة لهذا الحدث وقد تم فعلا عقد لقاءات مع 30 شركة من أكبر الشركات التى ستنفذ هذا الحدث.

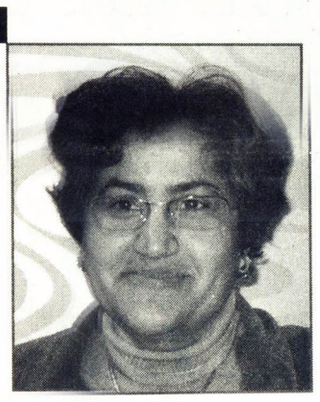
من المعروف أن مركز تحديث الصناعة يقوم بالتعاون مع جمعية المصدرين المصريين والمجلس التصديرى للأثاث بالإشراف على هذه المعارض فى إطار خطة لدعم وتطوير قدرات الشركات المصرية فى المنافسة لامكانية فتح أسواق جديدة.

أحمد حلمى:

تغيرنا كثيراً وأصبحنا ننافس بقوة

إيهاب درياس:

نواجه بمنافسة شرسة من جنوب شرق آسيا



هند نديم:

المعارض أهم أدوات التسويق

رسالة برمنجهام

عزة نصر:

لقطات

كان من الاشياء الجميلة داخل الجناح المصرى ان فريق العمل كان يعمل فى تناغم كبير بحيث لا توجد تفرقة بين الرئيس والمساعد او الموظف الصغير والكل كانت عينه فقط على التمثيل المشرف فى الجناح المصرى بحيث يتم بيع او تقديم المنتج بشكل جيد.

الاهتمام بجميع المعروضات كان واحدا حتى المعروضات التى يحضر اصحابها المعرض.

العارضون الايطاليون رفضوا وضع المنتجات الصينية فى الصالات التى يعرضون فيها وطلبوا وضعها فى اماكن بعيدة لعدم رقى مستوى الانتاج الصينى للايطالى. تعرضت الشركة المنظمة للمعرض للوم من الشركات الفرنسية والانجليزية والايطالية لوضع الجناح المصرى فى مكان مميز.

من النماذج الشابة الواعدة فى الجناح المصرى احمد ابو عافية من جمعية المصدرين والمهندس محمود محمد من مركز تحديث الصناعة

اسعار منافسة وليست رخيصة والتركيز على التكنولوجيا الحديثة والعمل بمواصفات قياسية تناسب الدول التى يتم التعامل معها كذلك احترام الملكية الفكرية خاصة انها تمثل عبا عند الاجانب مثل الايطاليين لأن الانتاج الصينى قائم على التقليد وهنا تبرز اهمية المقيم من بين الشركات المصرية التى عرضت فى الجناح شركة

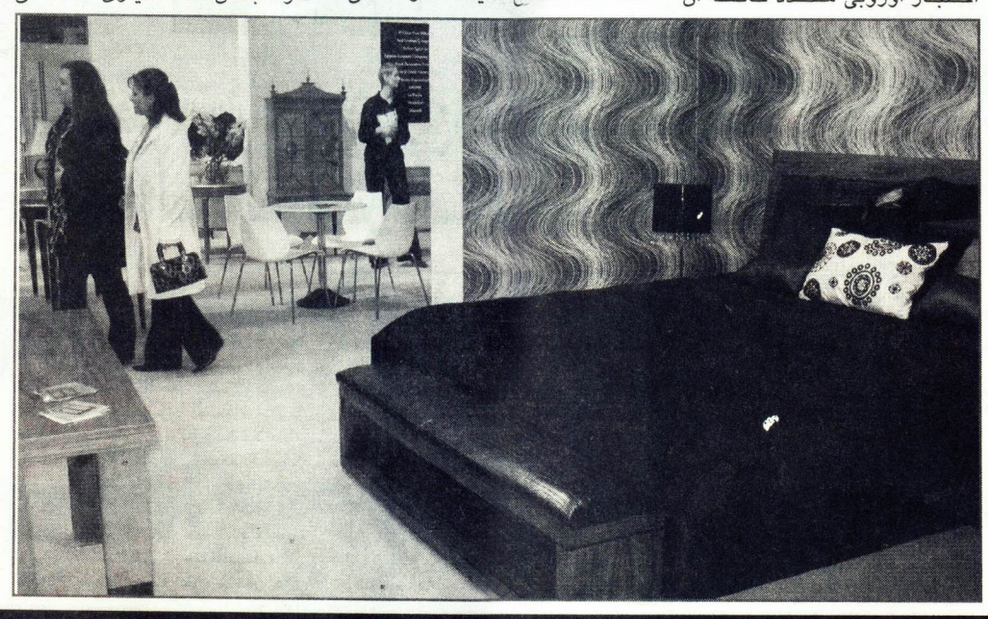
تطوير

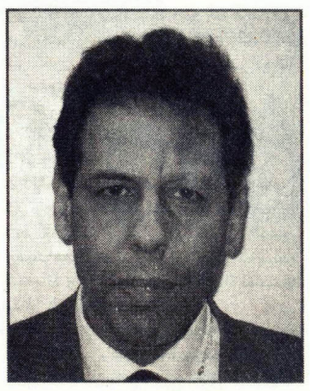
آل نديم لصناعات المشربية فتقول هند نديم مدير عام الشركة تخصصنا فى المفروشات على الطراز العربى والمودرن ومشروعات الفنادق وبدأنا قصة التصدير منذ بداية الشركة عام 1978 وكان معظم التصدير للدول الخليجية وبعد حرب الخليج توجهنا للسوق الاوروبى وقمنا بتطوير الانتاج بما يتوافق معه واشتركنا فى المعارض سواء مجمعة او فردية وجناح برمنجهام وهو نموذج للانتاج المصرى المجمع بهدف رفع اسم مصر فى صادرات الاثاث العالمية تعلمنا كثيرا من هذه المعارض لانه فى البداية لم تكن هناك فكرة عن الانتاج المصرى وهذا العام اشاد منظمو المعرض بالجناح المصرى.

خاصة اننا بدأنا فى أسوا قاعة فى المعرض رغم اننا كنا افضل عارضين فيها وقبلنا التحدى وطورنا انفسنا واعتمدنا هذا العام على باقة من المنتجات الجيدة المختلفة تمثل الاثاث المنزلى الفندقى التى تناسب السوق الانجليزى بعد ان انفتح العالم كله معنا.

ولذلك اؤكد بعد هذا العام ان المعارض من اهم ادوات التسويق الآن خاصة فى الاثاث لانه من المنتجات التى يصعب بيعها عبر الانترنت أيضا فكر المعرض لايقوم فقط على عرض قطعةواحدة بل عرض فكر متكامل وهذا مكلف جدا ايضا الشحن قد يكلف اكثر من سعر قطعة واحدة وان كان الاهتمام بالتفاصيل فى المعرض اضافة لارقام الصادرات

نبيل عدلى





محمود رشدى

مؤتمر

يعقد شفيق بغدادى وكيل اتحاد الصناعات المصرية مؤتمرا صحفيا بعد غد الاثنين لاستعراض اعمال اللجان المتخصصة بالاتحاد ومناقشة الموضوعات التى تهم المجتمع الصناعى فى الوقت الحالى.