



IRANPLEX2017

شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی

دام، طیور

و صنایع وابسته

۱۶-۱۳ آذر ۱۳۹۶ محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران

16th International Exhibition of
Poultry, Livestock
4 - 7 Dec. 2017 & Related
Tehran International Permanent Fairground Industries



PLEX2017

16th International Exhibition of
Poultry, Livestock, Dairy
& Related Industries



FEEDDEX2017

The 2nd International Exhibition of
Animal, Poultry & Aqua
Feed Expo

www.iranplex.ir
www.miladgroup.net



معرفی ایران

جمعیت ۷۸/۵ میلیون
مساحت ۱,۶۴۸,۱۹۵ کیلومتر مربع
نرخ رشد جمعیت ۱,۳٪
حکومت: جمهوری اسلامی
واحد پول ملی کشور: ریال
دین رسمی کشور: اسلام
پایتخت: تهران

شاخص های اقتصادی

تولید ناخالص داخلی بر اساس قدرت برابری خرید (PPP) در سال ۲۰۱۴: ۱,۲۴۴,۳۲۸ میلیارد دلار
سرانه تولید ناخالص داخلی (PPP): ۱۶,۱۶۵ دلار
سهم بخش ها از تولید ناخالص داخلی:
خدمات: ۵۰٪، صنعت: ۴۰٪، کشاورزی: ۹٪
رشد تولیدات صنعتی: ۴٪
مبادلات تجاری با جهان در سال ۲۰۱۴ (صادرات: ۹۷,۷۱ میلیارد دلار، واردات: ۶۱,۲۵ میلیارد دلار)
صادرات عمده: نفت، محصولات پتروشیمی، تولیدات صنعتی، محصولات کشاورزی، خدمات فنی و مهندسی
واردات عمده: مواد خام صنعتی، کالاهای سرمایه ای، مواد غذایی، خدمات فنی و مهندسی
ذخایر نفت: ۲,۱۳۶ میلیارد بشکه ذخایر گاز: ۲۸ تریلیون متر مکعب

معرفی صنعت دام و طیور

سابقه دامداری در ایران به بیش از هفت هزار سال می‌رسد. شاید شروع دامداری در ایران برای دسترسی دام‌ها به منابع علوفه به صورت شبانی و یا دام‌های مهاجر و عمدتاً به صورت کوچ و ده‌نشینی بوده است. به تدریج در طی گذشت هزاران سال با توجه به نیاز زمان، مراتع و مراکز کشاورزی وسیع‌تر و در کنار آن‌ها شهرها نیز بوجود آمدند. دامداری در ایران علاوه بر جنبه‌های اقتصادی و تولید، همیشه از نظر اجتماعی و تأمین غذایی جامعه حائز اهمیت بوده است.

از این رو غذا نقش کلیدی در پیدایش، بقاء و زوال تمدن‌ها داشته است. دانش تغذیه‌ای علاوه بر تأثیر بر رشد و نمو جسمی در افزایش توان فکری، مقابله با بیماری‌ها، طول عمر و کیفیت زندگی نقش تعیین‌کننده دارد. در واقع تغذیه مناسب، ضامن سلامت جامعه و موجب شادابی در زندگی، کار، فعالیت و رفاه اجتماعی می‌باشد.

امروزه اهمیت صنایع دام و طیور و سهم آن در سبد غذای خانوار، سلامت و بهداشت و اقتصاد بر کسی پوشیده نیست. تأمین غذا که بخشی از اهداف صنایع دام و طیور محسوب شده جز نیازهای اولیه زیستی به شمار می‌رود که یکی از پیش‌نیازهای استقلال یک کشور نیز محسوب می‌گردد. ایجاد اشتغال مولد در بخش دام و طیور با توجه به گستردگی و نیاز روزافزون به فراورده‌های مستقیم و غیرمستقیم آن در صنایع غذایی و مصنوعات اعم از کیف و کفش، البسه و سایر مواد مورد نیاز در بخش کشاورزی، توجه خاص و جدی به این صنعت را موجب گردیده و هم‌زمان با گسترش شهرنشینی نه تنها از رونق آن کاسته نشده که مورد اقبال بیشتری نیز قرار گرفته است.

وجود واحدهای پرورش دام و طیور که از ابعاد مختلف اقتصادی دارای اهمیت زیادی هستند هم‌زمان با صنعتی شدن از رشد مناسبی برخوردار گردیده‌اند و تولیدکنندگان محصولات دام و طیور در حال حاضر ضمن تأمین نیازهای کشورهای کشور سهم قابل توجهی در تولید ناخالص ملی، ارزش افزوده و ایجاد اشتغال را برعهده دارند. رشد جمعیت و نیاز روزافزون جوامع بشری به غذا از یک سو و ظرفیت بسیار بالای تولیدی این صنعت در کشور از سوی دیگر، لزوم اتخاذ تدابیر ویژه جهت حضور پایدار در فضای رقابتی بازارهای جهانی را بیش از پیش ضروری نموده است. در این راستا لازم است با بکارگیری مدیریت نوین و علمی و ایجاد زیرساخت‌های مناسب و به کارگیری توانمندی‌ها و قابلیت‌های موجود در زمینه‌های تولید، نگهداری و توزیع محصولات مربوطه به روش‌های صنعتی و نظارت از مرحله تولید تا مصرف در بازار و تدوین برنامه‌های آموزشی با افزایش هدف تولید، نه تنها نیاز بازار داخلی تأمین گردد بلکه بتوانیم در عرصه‌های بین‌المللی و صادراتی نیز حداقل در کشورهای همسایه و منطقه پیشتاز باشیم. بنابراین دلایل و موارد بسیار دیگری برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی در این حوزه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار گردیده و شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی دام، طیور و صنایع وابسته با هدف ارائه توانمندی‌ها، امکانات و خدمات بخش‌های تولیدی این صنعت به تولیدکنندگان و دست‌اندرکاران این بخش تشکیل شده است و انتظار می‌رود این نمایشگاه با حضور گسترده فعالان این صنعت از رونق بهتری برخوردار باشد.

درباره نمایشگاه

بر اساس اطلاعات موجود، نمایشگاه بین المللی دام، طیور و صنایع وابسته تهران IRAN PLEX با حضور تولید کنندگان، وارد کنندگان، متخصصین و فعالان اقتصادی این صنعت به عنوان یک رویداد اقتصادی در سطح منطقه می باشد. نمایشگاه به عنوان بستری با هدف معرفی کالاها و محصولات جدید، ایجاد فرصت تعامل با تولید کنندگان، بازرگانان و متخصصین بخش، آشنایی با آخرین دستاوردها، ایجاد فرصت مذاکرات و عقد قراردادهای کاری و ... همواره مورد توجه بوده است و مشارکت در این پدیده اقتصادی - تبلیغاتی می تواند بهره وری و بازخورد مطلوبتر را برای شرکت کنندگان فراهم سازد.

آمار موجود از افزایش تعداد مشارکت کنندگان در بخش داخلی و خارجی نمایشگاه و افزایش متراژ فضای نمایشگاه دام، طیور و صنایع وابسته، گویای تلاش شرکت میلاد مبتکر شرق طی ۹ دوره برگزاری نمایشگاه فوق می باشد.

اهداف برگزاری نمایشگاه

معرفی محصولات جدید

ایجاد فرصت جهت برقراری ارتباط و شناسایی شرکتهای معتبر داخلی وخارجی

آشنایی با آخرین دستاوردها و فن آوریهای تخصصی ارائه شده از سوی شرکت کنندگان

در اختیار گذاردن فرصت انعقاد قرارداد های کاری، پیشرفت و توسعه فعالیتهای اقتصادی شرکت کنندگان

یافتن نمایندگان فعال

شناخت نیازهای مشتری

ارزیابی نحوه افزایش توان صنعت دام و طیور

بهره گیری گسترده از تبلیغات در جهت افزایش اعتبار و معرفی بهتر شرکت کنندگان

فراهم ساختن زمینه مناسب جهت ارائه آخرین دستاوردهای نوین علمی، پژوهشی و صنعتی در حوزه های مختلف

شناخت توانایی های علمی، پژوهشی و صنعتی کشور و تقویت ارتباط بین دانشگاه ها و صنایع و مراکز علمی- پژوهشی کشور

افزایش کیفیت تولید و رسیدن به استانداردهای جهانی

آشنایی و تبادل تجربیات شرکت ها با یکدیگر در یک مکان مناسب و زمان کوتاه

این نمایشگاه با هدف انتقال و مبادله دانش و تکنولوژی بین فعالان صنعت دام و طیور ایران و دیگر کشورهای پیشرفته برگزار می شود. حضور در این نمایشگاه فرصتی مناسب برای دیدار و ملاقات با طیف وسیع مدیران انجمن ها و اتحادیه ها، مقامات و

مسئولان ارشد دولتی، کارشناسان، سرمایه گذاران، پرورش دهندگان مزارع دام و طیور، توزیع کنندگان و تأمین کنندگان

تجهیزات صنعتی، صنایع خوراک، شرکت های دارویی و واکسن از داخل و خارج از کشور بود. از سویی دیگر انتقال و مبادله

دانش و تکنولوژی بین فعالان صنعت دام و طیور ایران و دیگر کشورهای پیشرفته و آشنایی با آخرین دستاوردهای علمی و

پژوهشی در این صنعت، گامی مهم در راستای ارتقاء اقتصاد دامپروری و دامپزشکی ایران می باشد.

معرفی دستاوردها، ظرفیت ها و توانمندی های شرکت ها، نهادها و سازمان های داخلی، انتقال دانش، تکنولوژی و تجربیات آشنایی با الگوهای موفق جهانی در عرصه دام و طیور فراهم کردن زمینه های لازم برای سرمایه گذاری شرکت های داخلی و خارجی نمایشگاه بین المللی صنعت دام، طیور و صنایع وابسته بوده است.



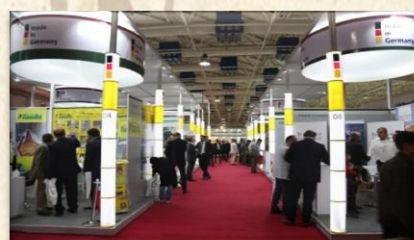
گروه کالایی

نمایشگاه بین المللی دام، طیور و صنایع وابسته تهران IRAN PLEX در گروه های کالایی زیر تقسیم بندی و اجرا می شود:

ردیف	سرفصل گروه کالایی یا خدماتی	محصولات تحت پوشش گروه (زیر فصل ها)
۱	خوراکی	تولید کننده خوراک دام و طیور - پودر ماهی - تولید انواع کنسانتره - تولید کننده صدف معدنی - تولید پودر ماهی - افزودنیهای خوراک دام - تولید پودر چربی ویژه خوراک دام و طیور - فرآوری دانه های روغنی - تولید خوراک آماده طیور (دان پلت) - تولید و توزیع افزودنی ها و ریزمغذی ها - تولید پودرهای میکرونیزه معدنی و کربنات کلسیم - تولید ذرت سویا، گندم و جو
۲	دارویی	تولید دارو و نهاده های تغذیه ای - تولید واکسنهای دامپزشکی و مواد بیولوژیک - تولید سرمهای دامی - پرمیکسهای درمانی - تولید مکمل های غذایی و درمانی - تولید شوینده و ضدعفونی کننده و مواد بهداشتی - تولید آجر لیسیدنی دام - تولید محلولهای تزریقی - لوازم یکبار مصرف - تولید کالاهای دامپزشکی - تولید اسید چرب و روغن گیاهی -
۳	تجهیزات	تجهیزات نگهداری دام و طیور - تجهیزات جوجه کشی و مرغداری - تجهیزات و ماشین آلات صنایع کشتارگاهی - تجهیزات و تاسیسات و ماشین آلات پرورش دام و طیور - وسایل و تجهیزات شیردوشی و مواد ضدعفونی کننده - ماشین بسته بندی - سیستم های برودتی و سردخانه ای - سیستم های تهویه - سیستم های گرمایشی و سرمایشی - سیستم های توزین - ماشین آلات حمل و انتقال دام و فرآورده های دامی - تجهیزات آزمایشگاهی
۴	خدمات	طراحی، نصب، راه اندازی کارخانجات فرآوری گوشت، مرغ، ماهی و ... - بازار الکترونیکی خرید و فروش کالاهای دام و طیو - سیستم های حفاظتی - خدمات فنی و مهندسی و مشاوره - نشریات و سایت های تخصصی - بانک و بیمه - سازمان ها و ارگان های دولتی مرتبط
۵	سایر	پرورش شتر مرغ - پرورش بوقلمون - تولید جوجه یکروزه و تخمگذار - تولید تخم مرغ

گزارش ایران پلکس ۱۳۹۵

عنوان	تعداد/مترائ
تعداد شرکت کنندگان :	۵۰۴ شرکت
تعداد شرکت کنندگان داخلی :	۳۸۲ شرکت
تعداد شرکت کنندگان خارجی :	۱۲۲ شرکت
مترائ (مفید) داخلی :	۲۵۰۰۰ مترمربع
مترائ (مفید) خارجی :	۲۱۰۰ مترمربع
تعداد کشورهای شرکت کننده خارجی :	۱۹ کشور
نام کشورهای شرکت کننده : ترکیه، اتریش، چین، فرانسه، اسپانیا، بلژیک، ایتالیا، دانمارک، هلند، آلمان، کره، سوئد، انگلستان، ژاپن، تایوان، رومانی، هند، آرژانتین، مجارستان	



درباره میلاد مبتکر شرق برگزار کننده ایران پیلکس

شرکت نمایشگاهی میلاد مبتکر شرق در سال ۱۳۸۱ با هدف فعالیت در زمینه برگزاری نمایشگاه، همایش، کنفرانس و ... به ثبت رسید و از همان سال شروع به فعالیت کرد.

مدیران این شرکت که بخشی از نیروهای دست اندرکار در این حوزه بودند با باور به اینکه برگزاری نمایشگاه ضمن برخورداری از ظرفیت مناسب، نیازمند نگرشی تازه است، با تعیین راهبرد و تدوین برنامه مدون و ایجاد سازمان کار متخصص و کارآمد در این راستا کار خود را آغاز نمودند.

شرکت نمایشگاهی میلاد در طی نزدیک به سیزده سال فعالیت خود، با برخورداری از کارشناسان مجرب و توانمندیهای فنی، تاکنون موفق به برگزاری بیش از یکصد و شصت نمایشگاه و همایش در سطح داخلی و خارجی شده است. برگزاری نمایشگاه های تخصصی صنعت دام و طیور، ماشین آلات و یراق آلات مبلمان، مبلمان منزل، اداری و دکوراسیون، صنعت برق و الکترونیک، صنعت ساختمان، سرمایشی و گرمایشی و ... و همچنین برگزاری نمایشگاههای تخصصی در عربستان و افغانستان از جمله این فعالیت ها می باشند.

دفتر مرکزی این شرکت دارای بخش های مختلف است

۱. مدیریت که شامل اعضای هیئت مدیره و مدیر عامل است.
۲. تحقیق و توسعه که مشاوران خبره در این حوزه را شامل می شود و ارائه راهکارهای مدیریتی و اجرایی از وظایف آن است.
۳. روابط عمومی و تبلیغات که وظیفه تعامل با مشتریان و معرفی شرکت را در بین فعالان بخش اقتصادی اعم از تولیدی، بازرگانی و خدماتی بر عهده دارد.
۴. بازاریابی و اطلاع رسانی که شامل ۱۴ نفر نیروی با تجربه و متخصص بوده و تاکنون توانسته توانایی های خود را با جذب مشارکت کنندگان به منصفه ظهور برساند.
۵. واحد فنی طراحی صنعتی که تهیه نقشه، جانمایی و غرفه آرایی را اداره می کند و بستر مناسب را برای ارائه یک کار مطلوب فراهم می کند.
۶. واحد طراحی و گرافیک که با همکاری بخش های روابط عمومی و اطلاع رسانی تلاش می نمایند با ارائه ایده های نو و تازه در انجام فعالیت های شرکت نقشی موثر ایفا نمایند.
۷. واحد فنی - مهندسی شامل متخصصین بخش های اجرایی از قبیل آهنگری، نقاشی، نجاری، برق، تاسیسات و ... که در کارگاههای این شرکت فعال بوده و در سرعت بخشیدن ساخت فضا و محیط نمایشگاهی کارآمد می باشند.
۸. اینترنت و وب سایت که ضمن اداره آن همواره در به روز رسانی آن تلاشی موثر داشته اند.
۹. امور اداری
۱۰. تدارکات و پشتیبانی



سازمان توسعه تجارت ایران

سازمان توسعه تجارت ایران با بهره برداری از تجربیات ارزشمند ۴ دهه فعالیت مرکز توسعه صادرات ایران در ارتقاء صادرات غیر نفتی کشور، از سال ۱۳۸۴ با ایجاد ساختار تشکیلاتی مسئولیت خطیر خود را در راستای توسعه تجارت خارجی جمهوری ایران آغاز نموده است. سازمان توسعه تجارت ایران، سازمانی است فعال، مشارکت جو و مبتنی بر دانش که در راستای برنامه های کلان کشور به دنبال توسعه و تقویت تجارت خارجی و دستیابی به سهم بیشتر بازار هدف، به نحوی یکپارچه و اثربخش می باشد. این سازمان، توسعه تجارت را با عنایت به برقراری تعاملات سازنده با طرفین تجاری و زینفان خود، منابع انسانی کارآمد و به کارگیری دانش و فناوری جدید دنبال کرده و همواره سعی دارد با برنامه ریزی، سیاست گذاری، حمایت و نظارت عالیه، بستر مناسبی جهت مدیریت کلان صادرات و تقویت زیربناها و ظرفیت های لازم برای تسهیل و توسعه تجارب خارجی کشور فراهم نماید.



غرفه های نمایشگاهی

نوع غرفه	حداقل متراژ
غرفه در فضای سر پوشیده با تجهیزات	۱۲ متر مربع
غرفه در فضای سر پوشیده بدون تجهیزات	۳۶ مترمربع
فضای باز	۵۰ متر مربع

غرفه معمولی با تجهیزات متعارف: پانل بندی اطراف، روشنایی (۳ عدد لامپ ۱۰۰ وات)، یک عدد پرز برق، موکت کف، کتیه نویسی، ۱ عدد میز، ۲ عدد صندلی به ازاء هر ۱۲ مترمربع غرفه می باشد.