



گزارش بازدید هیئت اتاق بازرگانی تبریز از نمایشگاه 2026 Gulfood دبی (بهمن 1404)

در راستای اهداف و شرح وظایف اتاق بازرگانی تبریز جهت کمک به بهبود وضعیت صادراتی استان و توسعه بازارهای هدف، هیئتی 18 نفره متشکل از اعضای اتاق بازرگانی تبریز از تاریخ 5 الی 9 بهمن ماه، جهت بازدید از نمایشگاه Gulfood 2026 دبی به این شهر اعزام شد.

هیئت اعزامی اتاق بازرگانی تبریز طی روزهای 6 تا 8 بهمن ماه 1404 به شکل کامل از نمایشگاه بزرگ خوراکی و آشامیدنی دبی بازدید کرد. نمایشگاه Gulfood 2026 دبی، بزرگترین نمایشگاه shy­؛ در جهان در زمینه خوراکی و آشامیدنی و بالاتر از نمایشگاه shy­؛هایی مانند Anuga آلمان و Sial فرانسه به شمار می‌رود. این نمایشگاه با حضور بیش از 8500 شرکت از 195 کشور دنیا از 6 تا 10 بهمن ماه 1404 برگزار شد که خوشبختانه 89 شرکت از کشورمان در این نمایشگاه حضور داشتند. بیشترین تعداد غرفه shy­؛ها مربوط به کشور هند با بیش از 600 غرفه بود. حضور پرتعداد شرکت shy­؛های چینی، روسی، ترکیه shy­؛ای، اسپانیایی، ایتالیایی، آمریکایی و شرکت shy­؛هایی از آلمان قابل توجه بود. همچنین کشورهایی مانند پاکستان، ژاپن، تایوان، سنگاپور، سوئد، صربستان، رومانی، قطر، بحرین، جمهوری آذربایجان، کویت، الجزایر، تونس، آفریقای جنوبی، تایلند، بریتانیا، کره جنوبی، ویتنام، تاجیکستان، عمان، قزاقستان، لبنان، اردن، فرانسه، فنلاند، جمهوری چک، بلغارستان، برزیل، بلژیک، بلاروس، استونی، گرجستان، یونان، دانمارک، قبرس، کرواسی، نیز در کنار شرکت shy­؛های کشور میزبان یعنی امارات متحده عربی حضور پرتعدادی داشتند. طبق آمار نمایشگاه، بازدیدکنندگانی از 198 کشور از این نمایشگاه دیدن کرده shy­؛اند.

اعضای هیئت اعزامی اتاق بازرگانی تبریز ضمن بازدید از غرفه های این نمایشگاه مذاکرات مهمی نیز با شرکت کنندگانی از کشورهای روسیه، چین، عراق، ترکیه، هند، امارات متحده عربی، پاکستان، ویتنام و آلمان داشتند.

گزارش نمایشگاه بین المللی غذا و نوشیدنی دبی Gulfood 2026

تاریخ برگزاری: ۲۶ تا ۳۰ ژانویه ۲۰۲۴ (5 تا 10 بهمن 1405)

محل برگزاری: (Dubai World Trade Centre (DWTC و Dubai Exhibition Centre & Expo City Dubai

بازار جهانی غذا و نوشیدنی

با توجه به داده های رسمی، صنعت غذا و نوشیدنی جهانی با رشد سالانه حدود ۶٫۵ درصد در حال توسعه است. مهم ترین روندها در این بازار عبارتند از افزایش تقاضا برای محصولات ارگانیک و سالم، رشد بازار جایگزین های پروتئینی، توسعه تجارت الکترونیک و فروش آنلاین مواد غذایی. Gulfood 2026، بازتاب دهنده این روندها بود و فرصت های بازاریابی و صادرات برای شرکت های ایرانی و جهانی را نشان داد.

اهمیت Gulfood در عرصه جهانی

نمایشگاه Gulfood Dubai، یکی از معتبرترین و تأثیرگذارترین رویدادهای صنعت غذا و نوشیدنی در جهان است. این نمایشگاه، سالانه شرکت های بزرگ و کوچک، برندهای بین المللی، تامین کنندگان، توزیع کنندگان و خریداران عمده را از سراسر جهان گرد هم می آورد تا محصولات خود را معرفی کرده و شبکه های تجاری جدید ایجاد کنند. این نمایشگاه بیش از سه دهه است که برگزار می شود و امسال با ۸٫۵۰۰ شرکت کننده از ۱۹۵ کشور جهان و بیش از ۱٫۵ میلیون محصول معرفی شده، رکورد جدیدی در تاریخ خود ثبت کرده است. دلیل اهمیت Gulfood صرفاً معرفی محصولات نیست، بلکه تحلیل روندهای بازار، شناخت فناوری های نوین، و ایجاد فرصت های تجاری جهانی نیز جزو اهداف اصلی آن است. دبی به عنوان میزبان این رویداد، به دلیل موقعیت جغرافیایی استراتژیک، زیرساخت های لجستیک پیشرفته، بازار مصرف داخلی و منطقه ای بزرگ و مشوق های اقتصادی برای شرکت های خارجی، به مرکز اصلی تجارت غذا در جهان تبدیل شده است.

ساختار و مقیاس نمایشگاه

نمایشگاه به دلیل استقبال بی نظیر مشارک ت shy­؛کنندگان در دو محل جداگانه برگزار شد که باعث شد فضای نمایشگاهی به 240 هزار متر مربع برسد، رقمی بی سابقه در تاریخ نمایشگاه.

(Dubai World Trade Centre (DWTC: این محل بخش اصلی نمایشگاه بود و میزبان برندهای بزرگ جهانی، محصولات مصرفی نهایی، بخش های پایه صنعت غذا مانند لبنیات، پروتئین ها و نوشیدنی ها بود. همچنین محل برگزاری مذاکرات B2B و قراردادهای تجاری عمده نیز در این محل بود.

Dubai Exhibition Centre & Expo City Dubai: این بخش به صورت تخصصی تر طراحی شده بود و شامل حوزه های زیر بود:

Gulfood Fresh: محصولات تازه، میوه و سبزیجات

Logistics & Cold Chain: مدیریت زنجیره سرد و لجستیک مواد غذایی

Gulfood Grocery Trade: کالاهای اساسی و تجارت عمده

Food Tech: بخش استارتاپ ها و نوآوری ها

بخش های تخصصی نمایشگاه

بخش اول: Power Brands : این بخش شامل برندهای معتبر جهانی بود که محصولات پرتعداد و استانداردهای بین المللی دارند. تمرکز اصلی بر مذاکرات با خرده فروشان بزرگ و بازار مصرف نهایی بود.

بخش دوم: نوشیدنی ها و فرآورده های آشامیدنی: شامل نوشیدنی های غیرالکلی، آب میوه، نوشیدنی های انرژی زا، قهوه تخصصی و نوشیدنی های آماده مصرف.

بخش سوم: لبنیات و جایگزین های گیاهی: محصولات لبنی سنتی، فرآورده های کم چرب، ماست های تخصصی و جایگزین های گیاهی در این بخش معرفی شدند.

بخش چهارم: پروتئین ها، گوشت، مرغ و غذاهای دریایی: محصولات فرآوری شده، غذاهای آماده و محصولات دریایی تازه و منجمد در این بخش ارائه شدند.

بخش پنجم: Gulfood Fresh: تمرکز بر محصولات تازه کشاورزی و تعامل مستقیم با واردکنندگان و توزیع کنندگان.

بخش ششم: Logistics & Cold Chain: راهکارهای لجستیک هوشمند، مدیریت زنجیره سرد، فناوری های انبارداری و کنترل کیفیت.

بخش هفتم: Gulfood Grocery Trade: بازار کالاهای اساسی و تجارت عمده، تعامل توزیع کنندگان و خریداران کلان.

بخش هشتم: Innovation & Startups: استارت‌آپ‌ها و فناوری‌های نوین صنعت، شامل تولید، بسته‌بندی، زنجیره تأمین و اپلیکیشن‌های مدیریت فروش.
بخش نهم: محصولات ارگانیک و سلامت محور: محصولات بدون گلوتن، کم‌چرب، ارگانیک و رژیمی برای بازارهای خاص.

حضور ایران در نمایشگاه Gulfood 2026 دبی

ایران به عنوان یک قدرت کشاورزی و غذایی منطقه، با اهداف گسترش صادرات غیرنفتی، ایجاد شبکه‌های تجاری جدید، معرفی برند ملی به بازارهای بین‌المللی و شناخت استانداردهای بین‌المللی با 89 غرفه shy&گذار در این نمایشگاه شرکت کرده بود. 80 غرفه از این تعداد در پاوایون ایران و 9 غرفه خارج از پاوایون ایران حضور داشتند. استقبال نسبتاً خوبی نیز از غرفه shy&های ایرانی شده بود. تقویت شبکه‌های ارتباطی با خریداران و توزیع کنندگان، شناخت بازار هدف و استانداردهای بسته‌بندی و ایمنی غذایی، افزایش اعتبار برند ایران و آشنایی با فناوری‌های نوین را می‌shy&توان از دستاوردهای حضور بازدیدکنندگان ایرانی در این نمایشگاه برشمرد.