



سازمان علمی ایران  
انجمن دارویی، نسجی و بهداشتی دارویی

# شیمی دارو

سال پانزدهم | شماره ۳۰ | دوره جدید | آذر ۱۴۰۳ | تیراژ ۱۰۰۰ نسخه | توزیع سراسری | ۴۰۰۰۰ تومان

## ویژه نامه رویداد CDIE



شرکت تعاونی توسعه داروهای بهداشتی  
گروه داروهای بهداشتی، صنایع و تجهیزات



# CDIE

Cosmetics Detergents Industrial Event

## 2024

20 - 21 November

Espinas Palace Hotel, Tehran, Iran



Jahan Shimi  
by Dr.Kamkar



کشت و صنعت جوین  
Jooin Agricultural & Industrial



ALAND  
Aland With Aland

Tel: +98 21 88 89 71 30

+98 912 458 6705

@ cdie\_2024

www.Aland-market.com

Design and Graphic

Print and Packaging  
Promotional Teaser  
Motion Graphics and Photography

Good Packaging  
Good Marketing



Tel: +98 21 8889 7130  
Mobile: 0912 91 777 92  
www.PacklandGroup.ir  
Insta: PacklandGroup

پکند بستی برای ایده‌پردازی، تولید و فروش محصولاتی منحصر به فرد و خاص سازمانی می‌باشد. مأموریت ما خلق داستان و سناریویی اختصاصی متناسب با شعار و هویت بصری هر سازمانی است که بر تحقق چهار اصل آتالیز سازمان، مخاطب، بودجه تأمین شده و مناسبت هدیه استوار است و می‌کوشیم تا رویکرد و ارتباطی متفاوت را میان هنر و برار ایجاد کنیم. تلاش ما خلق یک حس خوب در قلب شما است.



# شیمی دارو

سال پانزدهم، شماره ۳۰، دوره جدید، آذر ماه ۱۴۰۳



سندیکای تولیدکنندگان مواد دارویی، شیمیایی و بسته‌بندی دارویی

سردبیر: میثم کریمی  
مدیر اجرایی: مریم خلیلی  
دبیر تحریریه: حبیب احسنی‌پور اصل  
مدیر هنری: الهام رازفر  
مدیر پروژه: شاهین معصوم سقطیان  
مدیربازرگانی: زهره ترکمن  
واحد بازرگانی: ساینما ملکی آقاباقر، نازنین پیروی  
مالی: علیرضا صادقیان، محمدامین صادقیان  
همکاران این شماره: مهدی فخرآور، رضوانه وفاپیش‌منش  
سحر شاه‌منصوری، شهرزاد درستی  
چاپ و صحافی: مرکز چاپ دیجیتال کهن چاپ



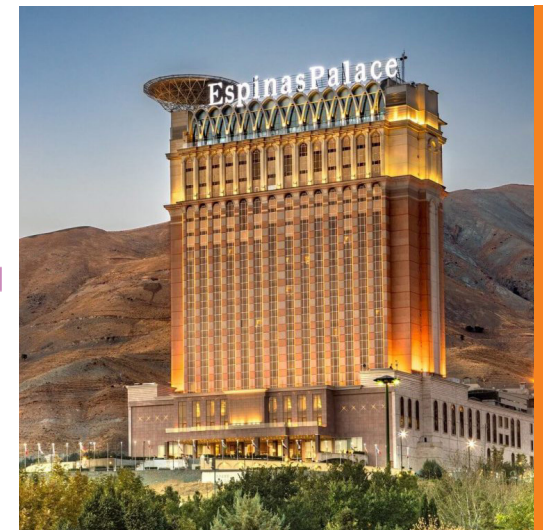
تلفن سندیکا: ۰۲۵۸۴۶۷۷-۰۲۵۴۷۱۸۴  
تهران، خیابان کلاهدوز، خیابان اختیاریه، نیش مسعود، پلاک ۱۳۷، واحد ۲۲۸  
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۸۹۷۱۳۰  
www.cpsynd.com  
www.Aland-Market.com



## بازار صنایع شوینده، بهداشتی و آرایشی ایران

تولید مواد شوینده در ایران قدمت طولانی دارد و به دهه ۱۳۳۰ هجری شمسی باز می‌گردد. در حدود سال‌های ۱۳۳۲ تا ۱۳۳۴ با ورود پودرهای شوینده به شهرهای بزرگ، کاربرد این مواد به شکل امروزی متداول شد. رشد فرهنگ جامعه از یک سو و افزایش آگاهی استفاده‌کنندگان از تنوع تولیدات شوینده از سوی دیگر، باعث بالا رفتن میزان مصرف محصولات شوینده در پنج دهه اخیر شده است. این افزایش مصرف، افزایش تولید و ارتقای سطح کیفی محصولات شوینده را نیز در پی داشته است.

ظرفیت تولید داخلی با حدود ۲۲۰ تولیدکننده، برابر با ۴ میلیون تن است که از این ظرفیت تنها ۱.۵ میلیون تن تولید می‌شود و این تولید نه تنها بیش از ۲ برابر مصرف مورد نیاز کشور است، بلکه بخشی از محصولات موجود در بازار داخل نیز کاملاً وارداتی هستند. هرچند عمده محصولات وارداتی، مواد میانی برای تولید محصول نهایی بوده و عمده محصول صادراتی از دسته محصولات نهایی است.



# CDIE

هتل بین‌المللی اسپیناس پالاس

۳۰ آبان و ۱ آذر

## ظرفیت صنعت شوینده و آرایشی و بهداشتی ایران در منطقه



دکتر محمدمهدی کامکار ریاست پانل و رئیس شورای سیاست‌گذاری CDIE2024، در سخنرانی که در این رویداد انجام خواهد داد، به «راهکارهای برون رفت از مشکلات فعلی و چشم انداز آتی صنعت»، می‌پردازد. وی با اشاره به ظرفیت بالای صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی کشور در منطقه، گفت: صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی کشور علاوه بر تامین نیاز داخلی، می‌تواند تا دو برابر مازاد تولید را تأمین کند. دکتر کامکار معتقد است که صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی ایران؛ توانایی دستیابی به بازارهای منطقه و دور از منطقه را دارد، به شرطی که دست اندازهای مسیر تولید برچیده شود. وی، برگزاری رویدادهای تخصصی همچون CDIE2024 را، اثرگذار در پیشبرد اهداف صنعت دانست و بر نقش دولت‌ها و مسئولیت اجتماعی که دارند؛ تأکید کرد.

## رویداد CDIE2024 ؛

### یک پنجره جدید در حوزه سیاست‌گذاری



دکتر محمد بقایی رئیس انجمن متخصصین شیمی کازمتیک کشورهای خاورمیانه: رویداد CDIE2024، پنجره جدیدی در حوزه سیاست‌گذاری و سیاست‌های راهبردی در صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی است. وی با اشاره به سخنرانی که تحت عنوان «تأثیر نسل‌های جدید بر آینده صنعت آرایشی و بهداشتی»، در اولین رویداد CDIE2024 دارد، گفت: سرعت تغییر نسل‌ها و تغییر رفتارها، صنعت آرایشی و بهداشتی را در مقابل نیازهای آنها پاسخگو می‌کند و این صنعت باید برای پاسخ دادن به این نیازها، خودش را به روز کند. وی، آشنایی با رفتار نسل‌های جدید را یکی از ویژگی‌های صنعت آرایشی و بهداشتی عنوان کرد و افزود: به نظر می‌رسد رویداد CDIE2024، یک پنجره جدید در حوزه سیاست‌گذاری و سیاست‌های راهبردی در صنعت کازمتیک باشد که به تدریج نقش خودش را در این عرصه ایفا خواهد کرد.

# CDIE 2024

## جزئیات برگزاری CDIE ۲۴ در هتل اسپیناس پالاس



به گزارش فارمانیوز، پس از چندین سال تجربه اندوزی و بازدید از رویدادهای مهم صنعتی جهان، تفکر ایجاد یک رویداد صنعتی و علمی در صنعت شونده و آرایشی و بهداشتی در تعاونی تأمین نیاز تولید کنندگان فرآورده‌های بهداشتی، صنعتی و آرایشی شکل گرفته است. رویدادی که با تمرکز بر نیازهای علمی صنعت و ایجاد شبکه‌های تخصصی قصد دارد در مسیر خودکفایی صنعت و کسب بازارهای صادراتی هدف گام بردارد.

مهندس حمیدرضا کاکاوند رئیس هیأت مدیره تعاونی و دبیر شورای سیاست‌گذاری رویداد CDIE 2024، در ابتدا به شکل‌گیری این رویداد پرداخت و گفت: در ابتدا شروع به مطالعه رویدادهای صنعتی مهم حوزه سلامت کردیم و در همین راستا با الگوبرداری از نمایشگاه آخما و فارماپک پاریس بیش از ۱۸۰۰ آیتم اجرایی را آماده کردیم و صنعتی بودن این رویداد وجه تمایز اصلی این رویداد با تمامی فعالیت‌های مشابه در خاورمیانه است.

کاکاوند گفت: در ادامه با انتخاب مؤسسه آلد که سابقه برگزاری رویدادهای صنعتی حوزه سلامت با رویکرد B2B و B2G را دارد، با زمان‌بندی دقیق زیر نظر واحد کنترل پروژه فعالیت‌های رویداد استارت زده شد.

وی افزود: این رویداد صنعتی با برگزاری نمایشگاه جانبی تخصصی از شرکت‌های تجهیزات تولید، مواد اولیه، اقلام بسته‌بندی، فراخوان مقالات، کارگاه‌های آموزشی، CDIE AWARDS، ارائه Show Case های تخصصی – پتل‌های صنعتی – کارگاه‌های انتقال تجربیات، به دنبال اهدافی است که صنعت در تلاش است به آنها دست یابد.

کاکاوند گفت: برای اینکه یک رویداد متمایز باشد، هم نیاز به خلاقیت است هم نیاز به استفاده از تجربیات افرادی که صاحب نظر هستند، در همین راستا CDIE با تشکیل شورای سیاست‌گذاری از صاحب‌نظران کشور در حوزه صنعت، دانشگاه، دولت و تشکلات با شنیدن نظرات، برنامه‌ها و عناوین اصلی؛ این رویداد را برنامه ریزی خواهد کرد و به زودی اعضای شورا انتخاب و جلسات آن برگزار می‌گردد.

وی در ادامه به برخی برنامه‌های رویداد CDIE 2024 اشاره کرد و افزود: برگزاری نشست تخصصی صادرات با سفراء، برگزاری لیگ‌های دانشجویی، برپایی رویدادهای منسجم و علمی، برگزاری چند کارگاه آموزشی برای فعالان و آماده سازی آنها برای رشد و ترقی در صنعت، انتشار نشریه اختصاصی صنعت، دعوت از استارت آپ های برتر، استفاده از هوش مصنوعی در فضای وب، ایجاد فضای تعامل و امضای چندین تفاهم نامه مهم، برگزاری چندین جلسه شورای سیاست‌گذاری، برگزاری بیش از ۱۰ عنوان سخنرانی و نشست‌های تخصصی، برگزاری جلسات

تخصصی میان تشکلی و میان صنعتی، از جمله برنامه‌های این رویداد است. کاکاوند گفت: جلسات تأمین مالی، دعوت از صندوق‌های سرمایه‌گذاری کشورهای هدف صادراتی، تعامل با دانشگاه‌های داخلی و خارجی تخصصی، اطلاع رسانی از طریق اتاق‌های بازرگانی و دعوت از هیأت‌های تجاری تخصصی، دعوت از اشخاص فعال در صنایع این حوزه و صنایع وابسته داخلی و خارجی، برگزاری جلسات در صناعی که مشترک‌المنافع هستند، پانل‌های تخصصی و BYB meeting، انتشار مقالات رویداد و برپایی مراسم شام ویژه مدیران، از دیگر برنامه‌های این رویداد است. دبیر شورای سیاست‌گذاری رویداد CDIE 2024، به برگزاری نمایشگاه جانبی تخصصی اشاره کرد و افزود: در این نمایشگاه جانبی تنها ۳۰ غرفه به تولید کنندگان مواد اولیه، محصولات بسته بندی و تجهیزات داده خواهد شد و با توجه به اینکه عمده شرکت کنندگان در CDIE از شرکت‌های فینیش پروداکت هستند می‌توان جلساتی را در راستای توسعه همکاری‌های مشترک کلید زد.

کاکاوند با اشاره به برگزاری این رویداد در هتل اسپیناس گفت: ایجاد یک چنین رویدادی که بتواند با رویدادهای بزرگ جهان رقابت کند نیاز به یک فضای ایده آل داشت که پس از بررسی گزینه‌های مختلف مرکز همایش‌های هتل اسپیناس پالاس انتخاب گردید که واقعاً بالاتر از سطح انتظار با خدمات جانبی فوق العاده است.

کاکاوند تأکید کرد: یک رویداد زمانی موفق است که هم مشارکت کننده، هم بازدید کننده، هم سخنران، هم شرکت کننده در دوره آموزشی و هم مدرس دوره‌ها از این رویداد استفاده کنند و منافعشان تأمین گردد. CDIE با اخذ بازخوردهایی از فعالیت صنعت به این نتیجه رسیده که باید چگونه سناریو نویسی داشته باشد تا همه گروه‌های حاضر علاقمند به گسترش آن گردند.

وی افزود: CDIE مکانی برای همدلی و همبستگی خانواده بزرگ صنعت آرایشی بهداشتی و شونده است.

کاکاوند در پایان گفت: دبیرخانه CDIE 2024 در نظر دارد با گردآوری افراد تأثیرگذار صنعت و انتقال تجربیات به نیروهای جوان و ایجاد فضایی با تعامل و همدلی و تقویت همبستگی، در مسیر خودکفایی صنعت گام بردارد.

# CDIE 2024

21- 20 November

Espinas Palace Hotel, Tehran, Iran



## اهمیت تعامل صنعت آرایشی و بهداشتی با دانشگاه

دکتر رویا مرجانیان معاون فنی اداره کل امور فرآورده‌های آرایشی و بهداشتی سازمان غذا و دارو، یکی از مدعوین اولین رویداد CDIE2024 خواهد بود که پیرامون اهمیت تعامل دانشگاه و صنعت، سخنرانی خواهد کرد.

تقویت تعاملات بین سیستم رگولاتوری، دانشگاه و صنعت باعث رونق فضای کسب و کار و فرایندهای مرتبط با نوآوری است، به نحوی که تعامل پویا بین این سه نهاد، باعث استفاده از تکنولوژی‌های نوین،

خلق محصولات جدید و از همه مهم‌تر افزایش ایمنی محصولات آرایشی و بهداشتی است.

دانشگاه‌ها با تربیت نیروی متخصص و انجام پژوهش‌های مورد نیاز صنعت می‌توانند باعث توسعه صنعت و تولید محصولات فناورانه و نوآورانه و در نتیجه توسعه ملی شوند.

امید است در این رویداد نیازها و چالش‌های صنعت با همکاری سیستم رگولاتوری، محققان و اساتید دانشگاه و کارشناسان خبره صنعت شناسایی شده و با همکاری و همفکری این سه نهاد با یکدیگر مشکلات این صنعت مرتفع شده و شاهد توسعه روز افزون صنعت آرایشی و بهداشتی شویم.

## نقش دانشگاه‌های اثرگذار در پیشبرد اهداف صنایع



یک سخنرانی خاص در CDIE2024 دکتر مهرداد حمیدی استاد دانشگاه علوم پزشکی زنجان، بر ضرورت تغییرات و تحولات ساختارمند در حوزه دانشگاه و صنعت برای پیش رفتن به سمت توسعه صنایع، تاکید کرد.

وی قرار است با این محتوا و مضمون، سخنرانی در اولین رویداد CDIE2024 داشته باشد و راجع به تحولات ساختارهای دانشگاهی و صنایع، در دنیا و ایران؛ برای حاضران صحبت کند.

اولین رویداد CDIE2024، در روزهای ۳۰ آبان و یکم آذر ۱۴۰۳ در هتل اسپیناس پالاس تهران برگزار می‌شود.

دکتر حمیدی معتقد است که دانشگاه‌های چابک در آینده منجر به توسعه صنعتی خواهند شد و ما نیاز داریم از فضای کنونی خارج شویم تا بتوانیم در مسیر توسعه صنعت گام برداریم.

وی از نقش دانشگاه‌های اثرگذار در صنایع سخن گفت و افزود: صنعت آرایشی و بهداشتی کشور، به شدت نیازمند تعامل با این رویکرد است تا بتواند در مسیر توسعه گام بردارد.

صنعت شوینده و آرایشی و بهداشتی کشور ما هنوز نتوانسته تحولات نو در عرصه جهانی را تجربه کند و لازم است بدانیم که بدون تحقیق و توسعه، موفق نخواهیم شد.

## اهمیت برون سپاری در توسعه صنعت آرایشی و بهداشتی



عبدالحسین قاسم‌زاده دبیر کمیته برون سپاری سازمان غذا و دارو، قرار است در پنل اولین رویداد CDIE2024، پیرامون اهمیت برون سپاری در صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی کشور سخنرانی کند.

وی با مهم خواندن موضوع برون سپاری در پیشبرد اهداف صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی کشور، گفت: این صنعت یکی از صنایع با مارکتینگ بالا در کشور است که عموم مردم از محصولات این صنعت استفاده می‌کنند.

قاسم‌زاده با اشاره به تعداد زیاد شرکت‌های فعال در صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی کشور، افزود: برون سپاری برای امور غیرحاکمیتی در این حوزه، می‌تواند به تسهیل در تولید، صدور مجوزها، بالا رفتن کیفیت محصولات و رقابت با محصولات خارجی منجر شود.

وی، آماده نبودن زیرساخت‌های لازم در بخش خصوصی و دولتی را از موانع سر راه برون سپاری دانست و گفت: با سرعت گرفتن برون سپاری در این صنعت، می‌توان به رشد و توسعه صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی کشور امیدوار بود.

## اهمیت رویداد CDIE2024 برای صنعت آرایشی و بهداشتی



دکتر علیرضا کیانی نایب رئیس انجمن صنایع شوینده بهداشتی و آرایشی ایران: من به شدت به برگزاری رویداد CDIE2024 امیدوارم.

با توجه به ساختار اقتصادی کشور، احتیاج داریم از تمامی پتانسیل‌ها برای رشد اقتصادی و کسب درآمد ارزی استفاده کنیم.

در حال حاضر ۲.۲ برابر نیاز کشور، ظرفیت تولید داریم و اگر شرکت‌های داخلی با همدیگر همکاری کنند، علاوه بر اینکه شاهد افزایش ارزش افزوده خواهیم بود، هزینه‌های تولید نیز کاهش خواهد یافت.

امکاناتی که قرار است هر شرکت به تنهایی فراهم کند، بسیار دشوار و سخت خواهد بود. بنابراین، مشارکت و همکاری شرکت‌ها با یکدیگر، علاوه بر کاهش بهای تمام شده محصولات تولیدی، باعث ایجاد فرصت‌های صادراتی خواهد شد.

## صنعت آرایشی و بهداشتی کشور نباید از تکنولوژی روز دنیا عقب



دکتر صمد نژاد ابراهیمی مدیرکل سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی امور پژوهشی وزارت علوم، در سخنرانی با عنوان «نانو کازمتیک و رویکرد نوین در بازارهای جهانی»، در اولین رویداد CDIE2024 حضور خواهد داشت.

وی با اشاره به جایگاه نانو حامل‌ها در صنعت آرایشی و بهداشتی، گفت: نانو حامل‌ها از پتانسیل بالایی در محصولات آرایشی و بهداشتی برخوردارند، به طوری که پیش‌بینی می‌شود تا ۲۰ سال آینده حجم بازار جهانی محصولات آرایشی و بهداشتی با استفاده از نانو حامل‌ها به ۲ تا ۳ برابر برسد.

نژاد ابراهیمی: محصولات آرایشی و بهداشتی با ترکیب نانو، نفوذپذیری بهتری در پوست دارند و از همین رو، صنعت باید به این سمت گرایش پیدا کند.

وی با اشاره به اهمیت برگزاری اولین رویداد CDIE2024: عقب‌نماندن از تکنولوژی‌های روز دنیا در صنعت کازمتیک باعث خواهد شد بتوانیم ضمن رقابت با محصولات خارجی، نیاز بازارهای منطقه را تامین کنیم.

### گاهی به خلأهای قانونی حوزه آرایشی و بهداشتی در رویداد CDIE2024



دکتر میثم سیدی فر عضو هیأت علمی گروه اقتصاد و مدیریت دارویی دانشکده داروسازی دانشگاه علوم پزشکی تهران، در اولین رویداد CDIE2024، پیرامون خلأهای قانونی در حوزه فرآورده‌های آرایشی و بهداشتی، سخنرانی خواهد کرد.

وی با اشاره به اهمیت آگاهی از قوانین حوزه فرآورده‌های آرایشی و بهداشتی، گفت: در این سخنرانی راجع به قوانین، خلأهای قانونی و گپ‌هایی که در حوزه فرآورده‌های آرایشی و بهداشتی وجود دارد، مباحثی را برای مخاطبان بازگو خواهیم کرد.

سیدی فر افزود: در واقع این سخنرانی، نتیجه یک کار دانشگاهی است که با سفارش مرکز پژوهش‌های مجلس و سازمان غذا و دارو به دانشگاه علوم پزشکی تهران، انجام شده و نتایج آن ارائه خواهد شد.

# CDIE 2024

## اهمیت حضور در رویداد CDIE2024



مهندس علی مرجوی مدیرعامل شرکت بن‌دا فرآور، اسپانسر استراتژیک رویداد CDIE2024

حضور در رویدادهای بزرگ صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی، یک سرمایه‌گذاری استراتژیک برای ما بوده و می‌تواند منجر به افزایش فروش، بهبود برند، ایجاد همکاری‌های جدید و توسعه بازار و از همه مهم‌تر باعث آشنایی بازار داخلی با توانمندی‌های تکنولوژیکی بیولوژنس برای ارائه راه‌حل‌های زیستی (Biosolution) برای رفع چالش‌های صنایع به صورت مقرون به صرفه می‌شود.

حضور فعال در این رویدادها برای شرکت بن‌دا فرآور از اهمیت بالایی برخوردار است و می‌تواند در پیشبرد اهداف ما نقش مؤثری ایفا کند.

دلایل اهمیت حضور در CDIE2024

۱. شبکه‌سازی و ایجاد ارتباطات

شناخت مشتریان بالقوه: رویدادها فرصتی عالی برای شناسایی شرکت‌هایی هستند که به دنبال استفاده از آنزیم‌ها و پروبیوتیک‌ها در محصولات خود هستند.

ایجاد ارتباط با تصمیم‌گیرندگان: ارتباط مستقیم با مدیران و کارشناسان این صنایع، امکان برقراری ارتباط تجاری و ایجاد همکاری‌های بلندمدت را فراهم می‌کند.

شناسایی رقبا و تحلیل بازار: حضور در رویدادها، به ما این امکان را می‌دهد تا رقبا را شناسایی کرده و از آخرین روندها و نوآوری‌های بازار آگاه شویم.

۲. معرفی محصولات و خدمات

نمایش توانمندی‌ها: رویدادها، فرصتی برای نمایش محصولات و خدمات جدید و همچنین برجسته‌سازی مزایای رقابتی شرکت بن‌دا فرآور هستند.

جذب مشتریان جدید: ارائه اطلاعات دقیق و پاسخگویی به سوالات مشتریان بالقوه، می‌تواند منجر به جذب مشتریان جدید شود. ایجاد آگاهی از برند: حضور فعال در رویدادها، به افزایش شناخت برند بن‌دا فرآور و بهبود تصویر آن در صنعت کمک می‌کند.

۳. به‌روزرسانی اطلاعات و دانش

آشنایی با آخرین فناوری‌ها: شرکت در جلسات و کارگاه‌های آموزشی، به ما این امکان را می‌دهد تا با آخرین فناوری‌ها و روندهای تحقیقاتی در این حوزه آشنا شویم.

برقراری ارتباط با متخصصان: تبادل نظر با متخصصان و پژوهشگران، می‌تواند به ما در حل چالش‌های فنی و بهبود محصولات کمک کند. شناسایی فرصت‌های همکاری: شرکت در رویدادها، فرصتی برای شناسایی فرصت‌های همکاری با دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و سایر شرکت‌ها است.

۴. ایجاد فرصت‌های همکاری

همکاری در پروژه‌های تحقیقاتی: ایجاد ارتباط با مراکز تحقیقاتی و دانشگاه‌ها، می‌تواند منجر به همکاری در پروژه‌های تحقیقاتی مشترک و توسعه محصولات جدید شود.

توسعه بازارهای جدید: حضور در رویدادهای بین‌المللی، فرصتی برای توسعه بازارهای جدید و ورود به بازارهای جهانی است.

## جایگاه هوش مصنوعی در صنعت آرایشی و بهداشتی



نگاهی به فناوری های نوین در رویداد CDIE2024

دکتر ایمان ایرانمنش مدرس عالی دوره های کیفیت و فرمولاسیون، در اولین رویداد CDIE2024، درباره ارتباط صنعت، دانشگاه و رگولاتوری و نقش آنها در توسعه صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی، سخنرانی خواهد داشت.

ظهور Industry 4.0 نشان دهنده انقلابی در دنیای صنعتی است که حوزه مهم فرآورده های آرایشی و بهداشتی را نیز به طرز محسوسی متحول خواهد کرد. این تحول که با پیشرفت های فناوری مانند هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، رباتیک پیشرفته و ابر داده ها به پیش می رود، نوید بهینه سازی فرآیندهای تولید و حتی تولیدات شخصی سازی شده را خواهد داد.

این تغییر پارادایم و دیجیتالیزاسیون گسترده چالش های مهمی را از نظر مدیریت مهارت ها ایجاد خواهد کرد. کارپذیران باید خود را با محیطی تطبیق دهند که در آن مهارت های دیجیتال حیاتی هستند و شرکت ها باید در استراتژی های آموزشی و توسعه خود تجدید نظر نمایند تا تیم های کاری مربوطه را برای این عصر جدید آماده نمایند.

این بخش از کسب و کار سلامت محور می بایست در روش های تولید و زنجیره تامین خود تغییرات اساسی دهد. در این راستا Industry 4.0 راه حل هایی را برای چالش های پیش رو ارائه می دهد که تولید را چابک تر و انعطاف پذیرتر می سازد و پاسخگویی سریع به تقاضاهای در حال تغییر بازار را میسر خواهد ساخت. روشن است که بهره برداری از پتانسیل کامل این فناوری ها نیازمند مهارت های جدید و در حال تکامل در منابع انسانی است که بر اهمیت حیاتی «مدیریت مهارت» در این دوران جدید تاکید می ورزد.

## کیفیت بالای محصولات بهداشتی و آرایشی ایران



دکتر محمدرضا شاهینی قائم مقام مدیرعامل گروه داروسازی پارس حیان، در سخنرانی با عنوان «چشم انداز فناورانه صنعت از نانو تکنولوژی تا هوش مصنوعی»، در اولین رویداد CDIE2024 حضور خواهد داشت.

وی با اشاره به توانمندی صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی ایران، گفت: برگزاری چنین رویدادهای تخصصی، می تواند قابلیت های صنعت داخلی را به کشورهای خارجی بشناساند. شاهینی با تاکید بر کیفیت محصولات ایرانی، تصریح کرد: کیفیت بالای محصولات شوینده و آرایشی و بهداشتی ایران، باعث شده خیلی از شرکت های خارجی به دنبال بومی سازی تولیدات خود در ایران باشند.

وی با اشاره به سخنرانی که در این رویداد دارد، گفت: هوش مصنوعی توانسته شرکت های بهداشتی و آرایشی و شوینده را مجاب کند و واحد هوش مصنوعی در کنار شرکت خود ایجاد کنند.

## نگاهی به نقش دیپلماسی در بازارهای صادراتی



یک سخنرانی ویژه در CDIE2024

دکتر جلال نائلی مشاور حوزه امور بین الملل وزارت بهداشت، در اولین رویداد CDIE2024، یک سخنرانی دارد تحت عنوان «نقش دیپلماسی در توسعه بازارهای صادراتی» که با حاضران به اشتراک خواهد گذاشت.

مهم ترین و کلیدی ترین نکته سخنرانی دکتر نائلی، بر این موضوع استوار است که دیپلماسی، یعنی هنر برقراری ارتباط در سطح بین المللی.

توسعه صادرات به عوامل مختلف بستگی دارد. جدا از کیفیت کالا و خدمت تولید شده، گواهی هایی که برای آن محصول یا کالا، صادر شده، قیمت رقابتی، تبلیغات و بسیاری عوامل دیگر، ایجاد ارتباط در سطح بین المللی می تواند نقشی بسیار مهم و حیاتی داشته باشد.

حال این ارتباط می تواند ناشی از فعالیت های واحد تولید کننده باشد و یا تعاملات بین دولت ها و ایجاد ارتباط در این سطح باشد.

## اهمیت CDIE2024 در صادرات و توانمندی صنعت ایران



مسئول صادرات اداره کل دارو و مواد تحت کنترل سازمان غذا و دارو، بر اهمیت برگزاری رویدادها برای نشان دادن قابلیت های صنعت و توانمندی صادرات محصولات سلامت محور تاکید کرد.

دکتر سیدعلی معبودی، در گفت و گو با خبرنگار فارمانیوز گفت: صادرات، اثر به سزایی در روند تولید داخل دارد و می تواند نیازهای مالی شرکت های تولیدی را تأمین کند.

وی با اشاره به ویژگی های محصولات صادراتی که باید الزامات کشورهای مقصد را داشته باشد، افزود: همین موضوع باعث ارتقای کیفیت محصولات تولیدی و ایجاد رقابت در داخل می شود.

معبودی ادامه داد: کشور ما این ظرفیت را دارد که برای ورود به بازارهای منطقه ای مثل آفریقا، امر، خاورمیانه، آسیای میانه، آسیای جنوب غربی و...، با رقبای خارجی رقابت کند و بازار را در اختیار بگیرد.

وی با اشاره به برگزاری رویدادهای علمی در حوزه سلامت، تاکید کرد: رویداد CDIE2024 می تواند در حوزه صادرات محصولات آرایشی و بهداشتی و شوینده ها انعکاس خوبی برای مشتریان خارجی داشته باشد به خصوص اگر این قبیل رویدادها در عرصه بین المللی برگزار شود.

معبودی ادامه داد: این رویداد می تواند نگاه تولید کننده ایرانی به بازارهای خارجی را تغییر دهد و توان ما را برای صادرات محصولات داخلی، افزایش دهد.



## اهمیت رویداد CDIE2024 برای شرکت کشت و صنعت جوین

مهندس علی بیسجودی مدیر کارخانه اسید سیتریک شرکت کشت و صنعت جوین، در پرسش و پاسخ با خبرنگار فارمانیوز، ابتدا اشاره‌ای به فعالیت شرکت کشت و صنعت جوین داشت و ادامه به اهمیت حضور در رویداد CDIE2024 پرداخت.

ابتدا بفرمایید از چه سالی با تولید چه محصولاتی فعالیت خود را شروع کرده اید و در حال حاضر شرکت در چه وضعیتی قرار دارد؟ اسید سیتریک جوین در زمینه تولید محصول اسید سیتریک غذایی و دارویی از سال ۱۳۹۴ شروع به کار نمود که ابتدا با ظرفیت ۲۰ هزار تن سالانه و سپس افزایش تا ۴۰ هزار تن در سال به فعالیت خودش مشغول است.

چشم انداز شرکت در راستای چه اهدافی ترسیم شده است؟ تولید اسید سیتریک خوراکی و دارویی و نمک های سترات.

سهم شرکت از بازار داخلی را بفرمایید و آیا صادرات هم دارید؟ ۸۰ درصد صنایع مختلف اعم از غذایی و دارویی و بهداشتی و صنعتی را داریم و صادرات ما به ۱۶ کشور آسیایی و اروپایی انجام می‌شود.

آیا چالشی در بازار بهداشتی و آرایشی کشور دارید؟ به عنوان فروشنده ماده اولیه هیچ گونه چالشی نداشته‌ایم.

آیا تولیدکنندگان داخلی توان رقابت با محصولات خارجی را دارند و می‌توانند بازار منطقه را تسخیر کنند؟ بله. از لحاظ کیفیت رتبه اول در تولید است و رقابت با نمونه خارجی را دارد.

اهمیت برگزاری رویدادهای داخلی همراه با نشست های تخصصی و کارشناسی، تا چه اندازه در شناساندن توانمندی های صنعت موثر است؟ شرکت در رویدادهای تخصصی غذایی و دارویی و سمینارهای مربوطه سبب بهبود شرایط احراز توانمندی ها شده است.

آیا حضور در رویداد CDIE2024 در پیشرفت اهداف شرکت شما موثر خواهد بود؟ بله. فرصتی است تا بتوانیم در حوزه محصولات بهداشتی و آرایشی سهم مؤثری در بازار پیدا کنیم.

چه انتظاری از سازمان غذا و دارو دارید که فکر می‌کنید می‌تواند به توسعه و گسترش صنعت شوینده و بهداشتی و آرایشی کمک کند؟ این سازمان با حمایت از تولیدات داخلی و معرفی شرکت‌های برتر و تولیدات تک شرکتی سهم زیادی در توسعه و گسترش سایر صنایع دارد.

چه پیشنهاد و ایده‌ای برای برگزاری رویدادهای تخصصی دارید که بتوانید

بیش از پیش باعث رشد و گسترش صنعت شود؟ معرفی واحدهای برتر در حاشیه برپایی این قبیل رویدادها، در بهبود و رشد صنایع شرکت کننده در نمایشگاه‌ها موثر است.

چه خلاء و گپی بین صنعت و دانشگاه وجود دارد که لازم است به آن توجه شود؟ استفاده از ایده های نوین در صنعت، همگام با مقالات دانشگاهی روز در هر صنعتی می‌تواند خلاء ارتباطی صنعت و دانشگاه را پر کند.

انتظارات شما از دولت و مجلس برای پیشبرد اهداف توسعه‌ای صنعت چیست؟ حمایت دولت و مجلس در زمینه جلوگیری از واردات بی‌رویه محصولات بی‌کیفیت خارجی و حمایت در زمینه های مختلف کاهش هزینه‌های تولید و حمایت از قشر کارگر داخلی در جهت عشق و علاقه تولیدکنندگان به منظور اهداف توسعه‌ای موثر است.

شرکت کشت و صنعت جوین؛ اسپانسر استراتژیک رویداد CDIE2024

## چالش اصلی صنعت آرایشی و بهداشتی



حمیدرضا محمدی دبیرکل فدراسیون اقتصاد سلامت ایران، در اولین رویداد CDIE2024، قرار است یک سخنرانی تحت عنوان «تولید تحت لیسانس محصولات آرایشی و بهداشتی»، داشته باشد.

چالش اصلی این روزهای صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی ایران، صادرات است که می‌توان از طریق تولید تحت لیسانس، این مشکل را مرتفع ساخت.

تولید تحت لیسانس محصولات آرایشی و بهداشتی یکی از روش‌هایی است که ضمن برقراری ارتباط بین شرکت‌های فعال در سطح بین‌المللی با ظرفیت‌های تولید داخل می‌تواند مسیر را به سمت توسعه صادرات و توسعه بازارها با کمک امکانات شرکت‌های خارجی در زمینه حضور در بازارهای بین‌المللی، تحقیق و توسعه و برندسازی برای شرکت‌های داخلی فراهم نماید.

استفاده از ظرفیت‌های تولید تحت لیسانس می‌تواند گام بلندی در جهت توسعه صادرات و ارتقاء توان فنی و بازاریابی شرکت‌های تولیدی در داخل ایران باشد.







## شرط موفقیت رویداد CDIE2024 پنج ویژگی که باید لحاظ شود

دکتر رامین سمیع‌زاده متخصص توسعه کسب و کارهای هوشمند، مدیرعامل جابار و بنیانگذار برند نیروانا: رویدادهایی مانند CDIE2024 می‌توانند به معرفی ظرفیت‌های صنعت و جلب توجه مخاطبان داخلی و خارجی کمک کنند، مشروط به اینکه با ویژگی‌هایی در سخنرانی‌ها و پنل‌ها همراه باشند.

۱. تمرکز بر دیجیتالی‌سازی و شخصی‌سازی محصولات از طریق تحلیل داده و هوش مصنوعی، با هدف پاسخگویی به نیازهای خاص هر نسل  
۲. ارائه محصولات پاک و ایمن برای نسل‌های حساس مانند آلفا، همراه با تجربیات واقعیت افزوده و دیجیتال  
۳. کارگاه‌ها و پنل‌های تخصصی که نیازهای نسل‌های مختلف، به‌ویژه نسل‌های وای، زد و آلفا، را بررسی کنند و استراتژی‌های نوین بازاریابی دیجیتال را معرفی نمایند.

۴. ایجاد فرصت‌های تجاری و شبکه‌سازی بین‌المللی برای توسعه صادرات  
۵. پوشش رسانه‌ای گسترده و حضور در شبکه‌های اجتماعی برای معرفی محصولات و تقویت برندسازی

این اقدامات می‌توانند جایگاه صنعت آرایشی ایران را در بازارهای جهانی تقویت کنند و CDIE2024 می‌تواند به عنوان بستری برای این تحولات عمل کند.

## تحول در صنعت آرایشی و بهداشتی با استفاده از هوش مصنوعی



مهندس رضا گنجوی مدرس دوره‌های بازاریابی، قراراست در اولین رویداد CDIE2024، درباره «تحول در برندسازی صنعت کازمتیک با استفاده از هوش مصنوعی»، سخنرانی کند.

تحول در دنیای برندسازی صنعت کازمتیک با استفاده از هوش مصنوعی نه تنها باعث تسریع فرآیندها و بهبود دقت در تحلیل داده‌ها شده، بلکه تجربه مشتریان را به طور کامل دگرگون کرده است. هوش مصنوعی با توانایی درک و پیش‌بینی نیازهای مصرف‌کنندگان و همچنین افزایش تعاملات شخصی‌سازی شده، برندها را قادر ساخته تا با مخاطبان خود ارتباط مؤثرتری برقرار کنند.

این فناوری به شرکت‌ها کمک می‌کند از داده‌های گسترده برای بهینه‌سازی تولید، بازاریابی و تجربه مشتریان بهره ببرند و در نتیجه اعتماد و وفاداری بیشتری به دست بیاورند. قرار است در این سخنرانی به تجربیات ملموس برندهای داخلی و بین‌المللی با استفاده از هوش مصنوعی، اشاره شود.

## ارتباط دانشگاه و صنعت در تولید محصولات آرایشی و بهداشتی



مهندس محمدعلی گرجی رئیس کمیسیون انجمن صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی ایران، در اولین رویداد CDIE2024 پیرامون ارتباط دانشگاه و صنعت در حوزه فرآورده‌های آرایشی و بهداشتی، صحبت خواهد کرد. این سخنرانی در پانل ارتباط صنعت، دانشگاه و رگولاتوری و نقش آن‌ها در توسعه صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی، انجام خواهد شد.

هم‌افزایی هوشمندانه صنعت، دانشگاه و رگولاتوری، راهکاری برای نوآوری، کیفیت و رقابت‌پذیری در حوزه محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی به شمار می‌رود. انتظارات مصرف‌کنندگان از صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی، در حال حاضر نسبت به گذشته تغییرات قابل توجهی داشته و عمده مصرف‌کنندگان به ویژه نسل جوان، به معیارهای جدیدی توجه می‌کند که برای برآورده کردن این نیازها، الزام به هماهنگی هوشمندانه و همکاری هرچه بیشتر بین صنعت، دانشگاه و نهادهای نظارتی است.

## نوآوری‌های بایوتکنولوژی در صنعت شوینده و بهداشتی و آرایشی



مهندس علیرضا اشکان معاون بازاریابی و درآمد هلدینگ بن‌دا فرآور، در اولین رویداد CDIE2024 پیرامون نوآوری‌های بایوتکنولوژی در صنعت شوینده ها و آرایشی و بهداشتی، برای حاضران سخنرانی خواهد کرد.

وی با اشاره به افق پیش روی صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی در جهان، گفت: این صنعت در جهان به دنبال استفاده از نانوتکنولوژی در تولید محصولات شوینده و آرایشی و بهداشتی است.

بعضی از شرکت‌های داخلی در این مسیر گام برداشته اند و رویداد CDIE2024، فرصت مناسبی برای شناساندن این مهم در صنعت شوینده و آرایشی و بهداشتی کشور است.

وی از نانوتکنولوژی به عنوان کلید واژه نوآوری در صنایع شوینده و آرایشی و بهداشتی نام برد.

برگزاری رویداد CDIE2024 به شبکه سازی صنعت شوینده و بهداشتی و آرایشی در کشور کمک می‌کند تا شرکت‌ها ارتباط خوبی با یکدیگر برقرار کنند.

این رویداد می‌تواند با ایجاد هم افزایی در صنعت، بازار صادراتی خوبی برای کشور ایجاد کند.

## نقش شبکه سازی در رونق صنعت آرایشی و بهداشتی

علی رشیدی بنیان‌گذار استارت‌آپ استیم، قرار است در اولین رویداد CDIE2024، یک سخنرانی با رویکرد شبکه سازی و ابزارهای شبکه‌ای در صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی، برای مخاطبان و حاضران در این رویداد خواهد داشت.

ابزار شبکه‌سازی، یک سری افراد متخصص هستند که با عامه مردم ارتباط برقرار می‌کنند تا آنها را در جریان محصولات تولیدی آن صنعت قرار دهند. برپایی نمایشگاه‌های سالیانه برای جذب مشتری، به تنهایی کافی نیست و این رویدادها هستند که می‌توانند به معرفی محصولات بپردازند. رویداد CDIE2024 برای موفق شدن، بایستی تکرار شود تا بتواند با مخاطبان خود ارتباط برقرار کند.

شبکه‌سازی، به مثابه گوش صنعت در بازاریابی و مارکتینگ است که می‌تواند نیازهای مخاطبان را به گوش صاحبان صنعت برساند.

امروزه در دنیا از ابزارهای شبکه سازی برای مارکتینگ، بیشترین بهره‌برداری صورت می‌گیرد و کمپانی‌های بزرگ دنیا از این طریق به جذب مشتری مشغول هستند. برگزاری رویداد CDIE2024 امیدوارم.

با توجه به ساختار اقتصادی کشور، احتیاج داریم از تمامی پتانسیل‌ها برای رشد اقتصادی و کسب درآمد ارزی استفاده کنیم.

در حال حاضر ۲.۲ برابر نیاز کشور، ظرفیت تولید داریم و اگر شرکت‌های داخلی با همدیگر همکاری کنند، علاوه بر اینکه شاهد افزایش ارزش افزوده خواهیم بود، هزینه‌های تولید نیز کاهش خواهد یافت.

امکاناتی که قرار است هر شرکت به تنهایی فراهم کند، بسیار دشوار و سخت خواهد بود. بنابراین، مشارکت و همکاری شرکت‌ها با یکدیگر، علاوه بر کاهش بهای تمام شده محصولات تولیدی، باعث ایجاد فرصت‌های صادراتی خواهد شد.



## توجه به نیازهای نسل Z در صنعت آرایشی و بهداشتی

احمدعلی بقایی صاحب برند اینستاگرامی دکتر علی؛ در اولین رویداد CDIE2024، پیرامون اهمیت پرسونال برندینگ در صنعت آرایشی و بهداشتی، سخنرانی خواهد داشت.

با توجه به اینکه دنیای امروز عصر مجازی است و هر فرد تبدیل به برند شده است؛ این موضوع می‌تواند به صورت مستقیم در کسب و کار تأثیرگذار باشد. خیلی از افراد، اطلاعات کافی از شخصیت برندها ندارند و نمی‌دانند چطور باید تشخیص و بررسی کنند.

در واقع ما به دنبال آگاه سازی افراد از پارازیت‌هایی هستیم که سر راه انتخاب آنها قرار دارد.

بخشی از صنعت فرآورده‌های آرایشی و بهداشتی را مصرف کنندگان محصولات تشکیل می‌دهند که باید یک ارتباط درست بین صاحب برند و افراد ایجاد شود تا منجر به رشد و توسعه صنعت شود.

آنچه تحت عنوان اطلاعات زرد وجود دارد، خوشایند صنعت نیست و ما باید کمک کنیم تا ارتباط با خط آخر صنعت ایجاد شود.

لازم است که اطلاعات صنعت منطبق با نیازهای نسل Z به روزرسانی شود و صنعت، ارتباط نزدیک تری با این نسل برقرار کند.



## سه ویژگی رویداد CDIE2024

امیرخانی، برگزاری اولین رویداد CDIE2024 را بسیار مهم خواند و افزود: قطعاً برگزاری این قبیل رویدادهای تخصصی، می‌تواند به فعالان این حوزه در تولید کمک کند.

صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی کشور ما از ظرفیت بسیار خوبی برخوردار است که در تعامل با کشورها و شرکت‌های خارجی، می‌تواند به رشد و توسعه صنعت کمک کند.

رویداد CDIE2024 می‌تواند با سه ویژگی همراه باشد که شامل مشارکت در تولید، انتقال فناوری و صادرات محصولات داخلی است.

مشارکت در تولید، انتقال فناوری، صادرات دکتر محمدمیر امیرخانی داریان، قرار است در اولین رویداد CDIE2024، برای حاضران از نسل جدید فرآورده‌های آرایشی و بهداشتی سخنرانی کند.

وی با اشاره به رشد و توسعه علوم و فناوری‌های سلول‌های بنیادی در صنعت داروسازی، فرآورده‌های آرایشی و بهداشتی، مکمل‌ها و ملزومات پزشکی، گفت: لازم است فعالان صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی، با نسل جدید این فرآورده‌ها آشنا شوند.

**21- 20 November**  
**Espinas Palace Hotel, Tehran, Iran**

CDIE



### الان زمان حمله است

موسسه آلد بیش از یکسال است که با طراحی رویدادهای خاص با هدف توسعه بازارهای صادراتی صنایع آرایشی و بهداشتی و شوینده‌ها توانسته در چندین رویداد بین‌المللی کمک به ایجاد پویون ایران نماید، همچنین با انتشار نشریات انگلیسی زبان و توزیع آن در رویدادها و ارسال آن برای فعالین این حوزه اقدام به معرفی توانمندی‌های ملی ایران داشته است.

میثم کریمی، رییس هیات مدیره موسسه آلد در خصوص طراحی CDIE2024 به خبرنگار فارمانیوز گفت؛ با توجه به استقبالی که بازارهای هدف از محصولات ایرانی دارند و صنایع ایران در حوزه شوینده‌ها، مواد اولیه، ملزومات بسته‌بندی و محصولات آرایشی و بهداشتی جایگاه خوبی پیدا کرده اند در حال حاضر زمان حمله به بازارهای هدف فرا رسیده است.

هر گونه حضور جمعی و ورود به بازارهای جدید نیاز به آماده‌سازی مقدمات و یارکشی صادراتی دارد. ما با دعوت سفرا و فعالین تجاری بازارهای هدف صادراتی در CDIE2024 ضمن محک زدن خود باید برای حمله به بازارهای هدف یارگیری کنیم.

در CDIE2024 جلسه B2B برنامه ریزی شده‌ای بین شرکت‌های حاضر و حامی رویداد با هیات‌های تجاری بازارهای هدف برگزار خواهد شد.



### همراهی شرکت ملی پتروشیمی با رویداد CDIE2024

عباس غلامی رئیس دفتر توسعه صنایع پایین دستی شرکت ملی صنایع پتروشیمی، بر تعامل بیش از پیش برای تأمین نیازهای صنعت شوینده در مسیر تولیدات داخلی تأکید کرد.

هرچه ارتباطات قوی‌تری شکل بگیرد، برنامه ریزی‌های بهتری می‌توانیم برای دستیابی به اهداف صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی در کشور داشته باشیم.

اولویت شرکت ملی صنایع پتروشیمی، تأمین نیازهای داخلی و پرهیز از خام فروشی محصولات پتروشیمی است.

محصولات پتروشیمی هرچه بیشتر به محصولات نهایی تبدیل شود، قطعاً به نفع صنعت خواهد بود و ما از این راهبرد استقبال می‌کنیم. بر همین اساس، اولویت نخست ما، تأمین نیاز صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی کشور است.

بنزن یکی از محصولات استراتژیک پتروشیمی است که در صنعت شوینده هم استفاده می‌شود. از همین رو، تصمیم گرفتیم از صادرات بنزن دست بکشیم.



### کمیته دانشجویی CDIE2024 تشکیل شد .

با توجه به استانداردهای رویدادهای مطرح جهان و اهمیت حضور دانشجویان پویا، نخبه و توانمند جهت تعالی صنایع مختلف کمیته دانشجویی CDIE با اهداف زیر تشکیل و در روزهای آینده شروع به فعالیت خواهد کرد: لزوم ارتباط تنگاتنگ بین دانشگاه و صنعت در راستای خلق ثروت و پشتوانه‌سازی قوی برای صنایع با قوای علمی و تحقیقاتی دانشگاهی.

اهمیت حضور دانشجویان و نخبگان در صنایع مختلف بخصوص صنایع آرایشی، بهداشتی و شوینده‌ها جهت تعالی، بهبود روند تحقیق و توسعه، تنوع سبد محصولات و غنی سازی صنعت از منابع انسانی پویا، فعال و خلاق جهت حضور در بازارهای منطقه‌ای و جهانی

آشنایی دانشجویان با چالش‌های صنایع آرایشی، بهداشتی و شوینده‌ها و طرح راه حل و ارائه ایده جهت حل مضامات صنایع

حضور و شرکت مستمر دانشجویان در پنل‌ها، کارگاه‌ها، گفتمان‌های صنعتی و.. جهت آشنایی بیشتر با مهارت‌های لازم جهت ورود به صنایع مطروحه

تبدیل CDIE به مرکز هم‌افزایی و آموزش حرفه‌ای با حضور دانشجویان شیمی، داروسازی، بیوشیمی، مهندسی شیمی و تمامی رشته‌های مرتبط با صنایع آرایشی، بهداشتی و شوینده‌ها



### ۵ دقیقه تا هدف

دلایل برخی ناکامی‌های شرکت‌های شوینده و آرایشی و بهداشتی ایرانی برای دستیابی به بازارهای صادراتی چیست؟ با چند دقیقه مطالعه این مطلب می‌توان تا حدودی پی برد که چرا شرکت‌های ایرانی علیرغم به دست آوردن موفقیت‌های چشم گیر در تولید و تأمین نیازهای داخلی رشد و توسعه کارخانجات و دانش فنی، در به دست آوردن بازارهای بین‌المللی به اهداف خود نرسیده‌اند!

جامعه علمی معتبر بریتانیایی Design Business Association فعال در حوزه علوم تخصصی مدیریتی و کسب و کار، پس از سال‌ها مطالعه موفقیت صادرات، یکی از دلایل مهم و اصلی موفقیت کسب بازارهای صادراتی برگزاری رویدادهای هدفمند و تخصصی می‌داند و بارها در مقالاتش تأکید دارد: رویدادها یکی از مؤثرترین راه‌ها برای حمایت از شرکت‌هایی هستند که به دنبال فرصت‌های تجاری هستند. با تقویم رویدادهای مرتبط، وبینارها و نمایشگاه‌های تجاری به روز باشید تا بتوانید دسترسی بین‌المللی به بازارها بین‌المللی پیدا کنید» در ایران نیز سال‌هاست نمایشگاه‌ها و رویدادهای زیادی در هتل‌ها و یا مراکز نمایشگاهی برگزار می‌گردد که علیرغم موفقیت‌های داخلی، در این حوزه توانسته‌اند اثرگذار باشند و یک برنامه جامع صادراتی به پیوست خود داشته باشند و یا اینکه لزوماً با اهداف صادراتی طرح ریزی نشده‌اند.

### رویدادی که شبیه هیچ رویدادی نیست

حال با شناسایی این مشکل تعاونی تأمین نیاز تولیدکنندگان در راستای اهداف خود در نظر دارد تا با برگزاری CDIE در راستای توسعه بازارهای صادراتی و برپایی نشست‌های B2B با سفرا و هیات‌های تجاری گامی مهم در این حوزه بردارد. حال این قطار در ریل خود در حال حرکت است و بزرگان و دلسوزان صنایع شوینده و آرایشی و بهداشتی فرمان را به دست گرفته اند و همه بر این باورند که باید کاری کرد تا از پتانسیل موجود در راستای توسعه تولید و صادرات چشمگیر بهره برد



## آمادگی وزارت بهداشت برای کمک به صنعت بهداشتی کشور

محمدحسین نیکنام مدیرکل همکاری‌های بین الملل وزارت بهداشت، در نشست پیش رویداد CDIE2024 در هتل اسپیناس پالاس تهران، بر آمادگی وزارت بهداشت برای کمک صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی کشور تاکید کرد. ارتباطات لازمه پیشرفت و توسعه است و کارهای جمعی به نتیجه می رسد. در صنعت شوینده، بهداشتی و آرایشی نیز، باید همین اهداف و رویکرد دنبال شود. هیچ کشوری در عرصه تولیدات خودش بی مشکل نیست. موفقیت ایران باعث خوشحالی همسایگان خواهد شد و باید با هم مراحل ترقی را طی کنیم. یکی از زمینه های همکاری در منطقه، همین تولیدات است. اگر ما بتوانیم به صنعت کمک کنیم و نقش داشته باشیم، آماده همکاری هستیم. البته در بخش بین الملل بهتر می توانیم کمک حال صنعت باشیم.



## بازار صنایع شوینده، بهداشتی و آرایشی ایران

است. این افزایش مصرف، افزایش تولید و ارتقای سطح کیفی محصولات شوینده را نیز در پی داشته است. ظرفیت تولید داخلی با حدود ۲۲۰ تولیدکننده، برابر با ۴ میلیون تن است که از این ظرفیت تنها ۱.۵ میلیون تن تولید می شود و این تولید نه تنها بیش از ۲ برابر مصرف مورد نیاز کشور است، بلکه بخشی از محصولات موجود در بازار داخل نیز کاملاً وارداتی هستند. هرچند عمده محصولات وارداتی، مواد میانی برای تولید محصول نهایی بوده و عمده محصول صادراتی از دسته محصولات نهایی است.

تولید مواد شوینده در ایران قدمت طولانی دارد و به دهه ۱۳۳۰ هجری شمسی بازمی گردد. در حدود سال های ۱۳۳۲ تا ۱۳۳۴ با ورود پودرهای شوینده به شهرهای بزرگ، کاربرد این مواد به شکل امروزی متداول شد. رشد فرهنگ جامعه از یک سو و افزایش آگاهی استفاده کنندگان از تنوع تولیدات شوینده از سوی دیگر، باعث بالا رفتن میزان مصرف محصولات شوینده در پنج دهه اخیر شده

## علاقمندی بازار افغانستان و تاجیکستان به محصولات ایرانی

در نشست پیش رویداد CDIE2024، علاوه بر مدیرکل همکاری های بین الملل وزارت بهداشت، دو تن از نمایندگان افغانستان و تاجیکستان نیز حضور داشتند و به بیان دیدگاه های خود نسبت به محصولات ایرانی پرداختند. آقای روحانی رایزن و مشاور وزارت صنعت افغانستان، خواستار سرمایه گذاری هرچه بیشتر ایران در حوزه شوینده و آرایشی و بهداشتی شد. وی، با اشاره به استقبال مردم افغانستان از محصولات ایرانی در کشورش، موضوع مقابله با محصولات تقلبی را مورد تاکید قرار داد. آقای رحمانف کاردار سفارت تاجیکستان، نیز میزان علاقمندی مردم کشورش از محصولات ایرانی در حوزه شوینده و آرایشی و بهداشتی را قابل قبول دانست و خواستار تعامل و همکاری بیش از پیش در این عرصه شد.



## استقبال صنعت آرایشی و بهداشتی از همراهی با پتروشیمی

محمدمهدی کامکار پیشکسوت صنعت بهداشتی، آرایشی و شوینده، در نشست نوروزی صاحبان صنایع آرایشی، بهداشتی و شوینده ها؛ شرکت تعاونی به منزله بخش اقتصادی صنعت تلقی می شود که می توان با حمایت از آن، به پیشبرد اهداف صنعت کمک کرد.

ایجاد واحدهای تولیدی و تجاری در مناطق مرزی تحت یک برند، می تواند به رونق اقتصادی مردم مرزنشین و کاهش هزینه های تولید در کشور منجر شود. با توجه به برگزاری جلسه شورای سیاست گذاری CDIE2024 در پتروشیمی، دست تک تک عزیزان را برای همکاری با صنعت شوینده، بهداشتی و آرایشی؛ می فشارم.

ما نیاز داریم که دانش و تکنولوژی را در کشور هدایت کنیم تا بتوانیم به رونق تولید و اقتصاد کشور کمک کنیم.

# CDIE 2024

21- 20 November

Espinas Palace Hotel, Tehran, Iran







Bioluence®

# بایولوئنس

BIOLUENCE

شرکت بن‌دا فرآور، با نام تجاری بایولوئنس، تنها تولیدکننده آنزیم در ایران و منطقه غرب آسیا و بزرگترین تولیدکننده پروبیوتیک در خاورمیانه است که با تولید آنزیم‌ها و پروبیوتیک‌های باکیفیت و متنوع، به عنوان یک بازیگر کلیدی در حوزه بیوتکنولوژی در ایران و منطقه شناخته می‌شود. این شرکت با تکیه بر دانش فنی متخصصان خود، فناوری‌های روز دنیا و تعهد به کیفیت، توانسته است جایگاه ویژه‌ای در بازارهای داخلی و بین‌المللی به دست آورد.

آنزیم‌های بایولوئنس در صنایع شوینده، غذایی ( لبنی، گوشت، آرد و نان و شیرینی)، خوراک دام و طیور و الکل و نشاسته و پروبیوتیک‌های بایولوئنس در صنایع غذایی، دارویی، مکمل‌های پروبیوتیک و خوراک دام و طیور کاربرد دارند.

آنزیم‌های بایولوئنس برای صنعت شوینده شامل پروتئاز، آلفا آمیلاز، سلولاز و مولتی آنزیم‌های ۳، ۴ و ۵ آنزیمی است که در سه فرم مایع، گرانول و پودر تولید می‌شوند. بایولوئنس همچنین با تولید ۲۴ سویه پروبیوتیکی توانایی رفع نیاز صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی به پروبیوتیک را دارد.

واحد تحقیق و توسعه بایولوئنس با انجام مطالعات گسترده و پیگیری آخرین دستاوردهای علمی، نقش مهمی در توسعه محصولات جدید و بهبود کیفیت محصولات موجود ایفا می‌کند. این واحد با همکاری نزدیک با واحدهای تحقیق و توسعه تولیدکنندگان صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی، نیازهای آن‌ها را شناسایی کرده و راهکارهای نوآورانه‌ای برای پاسخگویی به این نیازها ارائه می‌دهد.

بایولوئنس با تنوع و کیفیت بالای محصولات به همراه پشتیبانی واحد تحقیق و توسعه، توانسته است جایگزینی مطمئن برای محصولات خارجی و آنزیم‌ها و پروبیوتیک‌های وارداتی بوده و اعتماد بزرگترین تولیدکنندگان صنعت شوینده، آرایشی و بهداشتی در ایران را به خود جلب کند. همچنین، بایولوئنس با صادرات محصولات خود به کشورهای روسیه، ترکیه، عراق، افغانستان و پاکستان، گام مهمی در جهت توسعه بازارهای بین‌المللی برداشته است.

## فعالیت‌های بایولوئنس



## صنایع مخاطب



غذایی



دام و طیور



شوینده



پروبیوتیک



الکل و نشاسته

[www.bioluence.com](http://www.bioluence.com)

[www.bioluence.com](http://www.bioluence.com)



**Bioluence®**

Engineering Nature for a  
Brighter Future

## محصولات بایولوئنس در صنعت شوینده

### آنزیم پروتئاز

#### ویژگی‌های محصول

آنزیم پروتئاز قلیایی با فعالیت جانبی  
آمیلاز و لیپاز

#### شکل محصول

پودر، گرانول، مایع



### آنزیم آلفا آمیلاز

#### ویژگی‌های محصول

آنزیم آلفا آمیلاز قلیایی با  
قابلیت از بین بردن نشاسته‌های  
فرآوری شده

#### شکل محصول

پودر، گرانول، مایع

### آنزیم لیپاز

#### ویژگی‌های محصول

آنزیم لیپاز قلیایی  
با قابلیت از بین بردن لکه‌های  
سرسخت روغنی

#### شکل محصول

پودر، گرانول، مایع

[www.bioluence.com](http://www.bioluence.com)

## استفاده از آنزیم در فرمولاسیون محصولات شوینده

### کاهش مصرف سورفکتانت



۱. کاهش هزینه فرمولاسیون (قیمت تمام شده)
۲. تقویت عملکرد سورفکتانت‌ها در لکه‌بری و چربی‌زدایی
۳. از بین بردن سرسخت‌ترین لکه‌ها

### بیولوژیکی و زیست‌تخریب‌پذیر

کاهش بار محیطی آب شست‌وشو



### عملکرد مؤثر در دمای پایین‌تر



۱. امکان شست‌وشوی سرد
۲. کاهش دمای شست‌وشو
۳. کاهش مصرف انرژی
۴. کمک به حفظ بافت پارچه

### لکه‌بری در زمان کوتاه‌تر



۱. کاهش مدت زمان شست‌وشو
۲. کاهش مصرف انرژی
۳. کمک به حفظ بافت پارچه

[www.bioluence.com](http://www.bioluence.com)





**Bioluence®**

Engineering Nature for a  
Brighter Future

## محصولات بایولوئنس در صنعت شوینده

### مولتی ۵ آنزیم

#### ویژگی‌های محصول

ترکیب متناسبی از آنزیم‌های پروتئاز، لیپاز  
آمیلاز، سلولاز و ماناناز

#### شکل محصول

گرانول، مایع



**Bioluence®**

Engineering Nature for a  
Brighter Future

## محصولات بایولوئنس در صنعت شوینده

### آنزیم سلولاز

#### ویژگی‌های محصول

آنزیم سلولاز قلیایی با قابلیت اصلاح ساختار  
الیاف سلولز موجود در پارچه‌های  
پنبه‌ای و کتان

#### شکل محصول

پودر، گرانول، مایع



### مولتی ۴ آنزیم

#### ویژگی‌های محصول

ترکیب متناسبی از  
آنزیم‌های پروتئاز، لیپاز، سلولاز و  
ماناناز

#### شکل محصول

مایع

### مولتی ۴ آنزیم

#### ویژگی‌های محصول

ترکیب متناسبی از  
آنزیم‌های پروتئاز، لیپاز، سلولاز و  
آمیلاز

#### شکل محصول

گرانول

### آنزیم ماناناز

#### ویژگی‌های محصول

آنزیم ماناناز  
با قابلیت از بین بردن انواع صمغ‌ها

#### شکل محصول

پودر، گرانول، مایع

### مولتی ۳ آنزیم

#### ویژگی‌های محصول

ترکیب متناسبی از  
آنزیم‌های پروتئاز، آمیلاز و  
سلولاز

#### شکل محصول

مایع

[www.bioluence.com](http://www.bioluence.com)

[www.bioluence.com](http://www.bioluence.com)



**FARTAK  
CHEMICALS**



شرکت صنایع شیمیایی فرتاک لوتوس تولید کننده مواد اولیه صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی در سال ۱۳۹۸ با چشم انداز تبدیل شدن به یکی از بزرگ ترین تامین کنندگان مواد اولیه صنایع شوینده و آرایشی بهداشتی در جهان تاسیس شده است. محصولات این شرکت عبارتند از:

- سدیم لوریل اتر سولفات (SLES-N<sub>10</sub>)
- کوکامیدوپروپیل بتائین (CAPB)
- کوکونات فتی اسید دی اتانول آمید (CDEA)
- آلکیل بنزن سولفونیک اسید خطی (LABSA)
- سوآماید (SOYAMIDE)



شرکت کشت و صنعت جوین  
(سهامی عام)

# کارخانه اسیدسیتریک جوین

اسیدسیتریک



تری سترات سدیم



بزرگ ترین کارخانه  
تولید اسیدسیتریک در کشور

تولید ۴۰ هزار تن  
اسیدسیتریک در سال

(منوهیدرات - آنهیدروز)

دارای مدرک GMP  
از سازمان غذا و دارو

تولید انواع نمک های  
اسیدسیتریک



میسلیوم

بازرگانی و فروش:

۰۵۱-۴۵۲۹۳۴۳۰

۴۵۲۹۳۴۳۱

۴۵۲۹۳۳۰۶

www.jovainco.com



# مورینگا

در قلب زیبایی...



# Lá farrerr

retain your beauty

## DEMULcent Cream



## کرم دمولسنت لافارر

حاوی عصاره آرніка و رزماری

مناسب برای تسکین درد و رفع کبودی



SarvAland

[www.sarvAland.ir](http://www.sarvAland.ir)





Aland is an organization which serve's different types of community to attract the right people and helps to create memorable experience for both suppliers and customers. Based on the knowledge and skills that we have at Aland we are able to successfully help your business and display your products and services to potential buyers and suppliers. Actually, Aland connects people and creates opportunities for companies across five continents to develop new business, meet customers, launch new products, promote their brands and expand their markets.

---

**Your Way To Success**

[www.Aland-market.com](http://www.Aland-market.com)