



بسمه تعالی

دبی چاکلت؛ فرصتی پنهان برای پسته ایران

در چند سال گذشته، شکلاتی با نام "دبی چاکلت" (Dubai Chocolate) به طرز شگفت‌انگیزی در میان مصرف‌کنندگان جهانی محبوب شد. این شکلات نه تنها از نظر طعم و بسته‌بندی توجه‌ها را جلب کرد، بلکه به نمادی از خلاقیت تجاری امارات متحده عربی در حوزه خوراکی‌های لوکس تبدیل شد. جالب اینجاست که بخش مهمی از موفقیت این محصول، مدیون محصولی ایرانی است: پسته ممتاز ایران.

این شکلات از کجا شروع شد و چگونه معروف شد؟

شکلات دبی چاکلت، برخلاف برندهای سنتی اروپایی که دهه‌ها سابقه دارند، تنها چند سال پیش از یک کارگاه کوچک در دبی شروع شد. اما مهم‌ترین عامل شهرت سریع آن، تبلیغات هدفمند در شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه تیک‌تاک و اینستاگرام بود.

ویدیویی ساده که در آن شکلات به آرامی باز می‌شود و لایه‌های طلایی آن با پسته سبز درخشان مشخص می‌شود، ناگهان در فضای مجازی ترند شد. میلیون‌ها بازدید، بازنشر و بازخورد مثبت باعث شد این شکلات به لیست خرید گردشگران، اینفلوئنسرها و عاشقان خوراکی‌های لوکس در سراسر جهان وارد شود. به عبارت دیگر، برندینگ بصری، سادگی پیام و استفاده هوشمندانه از شبکه‌های اجتماعی، نقش کلیدی در تبدیل یک محصول محلی به کالایی جهانی ایفا کردند.

چرا دبی چاکلت متفاوت است؟

- بسته‌بندی و حس لوکس بودن

طراحی شکلات دبی با رنگ‌های طلایی و براق، به‌گونه‌ای است که در نگاه اول حس کالای لوکس را منتقل می‌کند. استفاده از بسته‌بندی‌های مینیمال اما مجلل، آن را از سایر برندهای شکلات متمایز کرده است.

- کیفیت بالا و طعم خاص

ترکیب شکلات با پسته ایرانی، طعمی بی‌نظیر و خاص ایجاد کرده است که مورد توجه مشتریان اروپایی، آسیایی و خاورمیانه‌ای قرار گرفته است.



- برندسازی شهری و ملی

دبی چاکلت در واقع با استفاده از نام “دبی” نه فقط یک برند شکلات، بلکه بخشی از هویت جدید و جهانی این شهر را تبلیغ می کند.

نقش پسته ایران؛ طلای سبز در سایه

در پی محبوبیت گسترده شکلات دبی چاکلت، صادرات پسته ایران به امارات متحده عربی در شش ماهه منتهی به مارس ۲۰۲۵ نسبت به دوره مشابه سال قبل، ۴۰ درصد افزایش یافته است. همزمان با افزایش تقاضا، قیمت جهانی پسته نیز افزایش یافته است. بر اساس گزارش فایننشال تایمز، قیمت هر پوند پسته از ۷.۶۵ دلار به ۱۰.۳۰ دلار رسیده است.

دبی چاکلت با انتخاب پسته ایرانی، کیفیت محصولش را تضمین کرده؛ اما این انتخاب در بسته بندی و تبلیغات به صورت مستقیم ذکر نمی شود.

در نتیجه، ایران علی رغم نقش کلیدی در تأمین ماده اولیه و افزایش صادرات پسته، از اعتبار و سود حاصل از برندینگ جهانی محروم می ماند.

پیشنهادهای برای استفاده از این فرصت توسط شرکت های ایرانی

برای بهره گیری از این فرصت، پیشنهاد می شود اقداماتی توسط شرکتهای ایرانی صورت گیرد از جمله:

- همکاری رسمی با برند دبی چاکلت

تجار ایرانی می توانند وارد **توافقات مشترک** با برند دبی چاکلت شوند و محصولاتی تولید کنند که با عنوان «با همکاری ایران و دبی» عرضه می شوند. حتی امکان راه اندازی خط تولید شکلات های لوکس با استفاده از پسته ایرانی در خاک ایران و با مدیریت برند دبی چاکلت نیز وجود دارد.

- ایجاد برندهای بومی با الهام از دبی چاکلت

شرکت های ایرانی می تواند برندهایی مشابه با تمرکز بر پسته راه اندازی کند که با طراحی بسته بندی خاص و تبلیغات در شبکه های اجتماعی، بازارهای جهانی را هدف بگیرند.

- استفاده از قدرت تبلیغات شبکه های اجتماعی



سرکنسولگری جمهوری اسلامی ایران - دبی

با همکاری اینفلوئنسرهای ایرانی و بین‌المللی، شرکتهای ایرانی می‌توانند محصولات خوراکی لوکس خود را در فضای مجازی جهانی معرفی کنند. داستان موفقیت دبی چاکلت ثابت کرد که یک ویدیو ساده در اینستاگرام یا تیک‌تاک می‌تواند سرنوشت تجاری یک محصول را تغییر دهد.

- ایجاد برند مشترک منطقه‌ای

به جای رقابت صرف، ایران می‌تواند در قالب یک برند مشترک خاورمیانه‌ای - مثل «Pistachio Gold of Persia & Dubai» سهم خود را در ارزش افزوده محصولات حفظ کند.

در نهایت می‌توان گفت شکلات دبی چاکلت یک نمونه درخشان از موفقیت در برندینگ، بازاریابی و استفاده از مواد اولیه ممتاز است. ایران که تأمین‌کننده یکی از مهم‌ترین عناصر این محصول - یعنی پسته - است، می‌تواند با تغییر نگرش از فروش خام به مشارکت در ارزش‌افزوده جهانی، جایگاه خود را در بازارهای غذایی بین‌المللی تقویت کند. دبی چاکلت نه تنها یک داستان موفقیت اماراتی، بلکه یک فرصت برای ایران است؛ اگر هوشمندانه و به موقع از آن استفاده شود.

راضیه مردانی - سرکنسولگری جمهوری اسلامی ایران - دبی - ۱۴۰۴/۰۲/۰۲