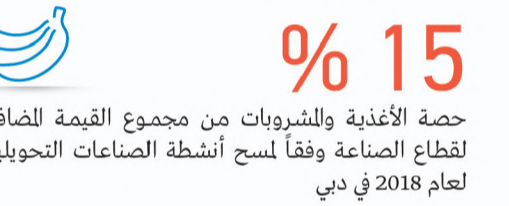


آفاق واعدة

يزخر قطاع الأغذية والمشروبات محلياً وعالمياً بأفاق واعدة في ظل تنامي الطلب بدعم من النمو السكاني، ما يوجد فرصاً مجزية في مختلف فئات القطاع.



إعداد: بشار باغ - غرافيك: محمد أبويعيدة

قطاع الأغذية حماية لا حمائية من الإغراق

تأتي صناعة الأغذية والمشروبات في مقدمة القطاعات الحيوية المساهمة في الاقتصاد الوطني، كما يحقق القطاع نمواً متواصلًا وتطوراً مستمراً، حيث خرج من النطاق المحلي والإقليمي لينافس بقوة على الساحة الدولية أيضاً انطلاقاً من الميزات المتكاملة التي توفرها دبي وفي مقدمتها بيئة الأعمال المتطورة والبنية التحتية العصرية والربط اللوجستي الواسع مع كل الأسواق العالمية الرئيسية، كما ساهم معرض الخليج للأغذية (جلفود) الذي يحتفل بدوره الـ 25 في رفع صناعة الأغذية والمشروبات الوطنية وتحفيز نموها وتطورها ودعم انتشار المنتج الوطني على المستوى الدولي، كما رسَّخ الحدث مكانة دبي كمركز رئيسي على خارطة القطاع عالمياً.

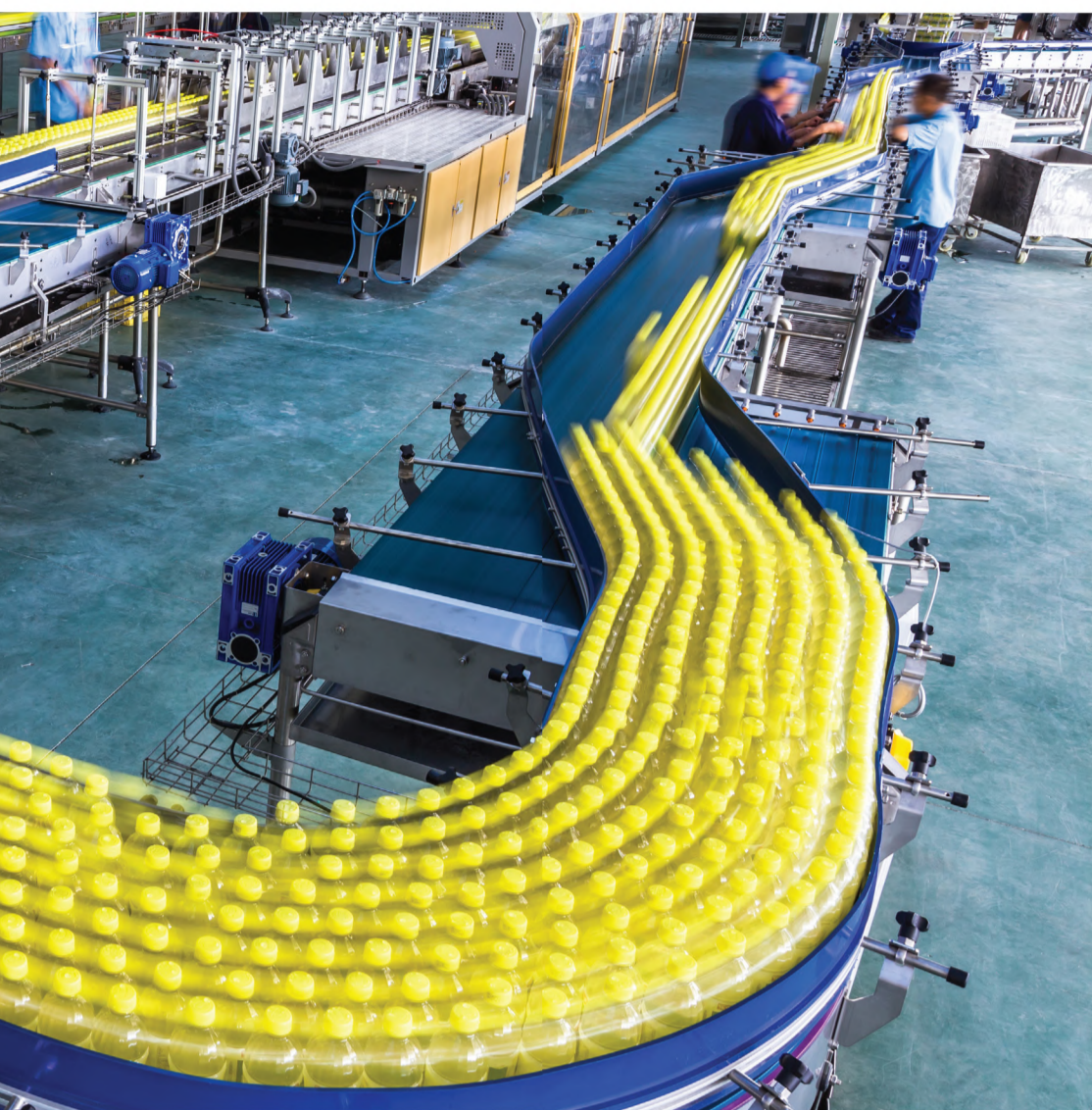
وبالتزامن مع مواصلة النمو والتوسع العالمي، يواجه القطاع بعض التحديات التي تمثل أهمها في ضرورة حماية المنتجات والأسواق المحلية من الإغراق بعيداً عن الحماية التي تتعارض مع قواعد التنافسية والسوق الحر ومعايير التجارة العالمية، بالتوازي مع أهمية تطوير بعض الإجراءات الناظمة للقطاع وإضفاء المزيد من المرونة على التعامل معه وخاصة فيما يتعلق بالمعاملة الضريبية، مع ضرورة مواكبة ركب التطور التقني الذي تفرضه الثورة الصناعية الرابعة.

وأمام القطاع كذلك تحديات عدة على المستوى العالمي، يأتي في مقدمتها التغيرات البيئية التي تؤثر على المحاصيل الزراعية بالإضافة إلى تغير العادات الاستهلاكية، وضرورة الحفاظ على مستويات سعرية مقبولة من المستهلكين، بالرغم من التغير المستمر في أسعار السلع والخام ومدخالات الإنتاج وتذبذب أسعار العملات. وأشار عيسى عبدالله الغرير، رئيس مجلس إدارة «عيسى الغرير للاستثمار» إلى أن أولوية الشركات العاملة في قطاع الأغذية والمشروبات تتجدد في المحافظة على حصصها السوقية في الأسواق التي تعمل بها.

وأكد أن الحكومة عملت أخيراً على اختصار الإجراءات الخاصة بحركة السلع والمنتجات محلياً، وهو أمر في غاية الأهمية للقطاع بشكل عام، لكنه دعا إلى المزيد من هذه الجهود لتقليل المعاملات والإجراءات لتعزيز قدرة الشركات المحلية على الاستمرارية والمنافسة. ودعا الغرير إلى المزيد من المرونة فيما يتعلق

بالأرقام 25 نجح معرض الخليج للأغذية (جلفود) منذ إنطلاقته قبل 25 عاماً في تعزيز دور دبي المحوري في عالم الأغذية والمشروبات، ويعدُّ المعرض واحداً من أكبر المعارض التجارية السنوية في قطاع الأغذية والمشروبات. ويمثل الحدث فرصة حيوية لعقد الشراكات الجديدة والاستثمارات وصفقات التصدير بعشرات الدولارات، بالتزامن مع إتاحة الفرصة أمام المشاركين للتواصل والأطلاع على أحدث المنتجات في صناعة الأغذية والمشروبات والابتكارات في مجال التقنية وتجارة التجزئة.

20% نمو صادرات الأغذية من سنغافورة إلى الإمارات كشف نائل إسلام، المدير الإقليمي لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا من مؤسسة «انتربرايز سنغافورة» عن نمو صادرات سنغافورة من الأغذية إلى الإمارات بنسبة 20% في عام 2019، حيث ارتفعت من 70.2 مليون دولار سنغافوري (أي نحو 52 مليون دولار أمريكي) في عام 2018، إلى 84.3 مليون دولار سنغافوري (أي نحو 62.9 مليون دولار أمريكي) في عام 2019. ويعرض هذا النمو في الإمارات إلى ارتفاع الطلب على خيارات غذائية أكثر تنوعاً والنقل استهلاك التجزئة للسوق من المنصات على الإنترنت، بالإضافة إلى التطور المستمر في عادات المستهلكين. وفي تصريحات له للبيان الاقتصادي» قال إسلام: نعرف علاماتنا التجارية بمعايير السلامة الصارمة، فضلاً عن قدرة مصفّي الأغذية وشركات الأطعمة والاستيراد والمشروبات لدينا على الابتكار وصناعة منتجات محلية تلبي مختلف الاحتياجات والمتطلبات. هذه هي أهم افتراضات القيمة التي نقدمها للمستهلكين والتجار والموزعين في أنحاء المنطقة، ونحن نتطلع إلى تعزيز شراكاتنا خلال معرض «جلف فود».



25 عاماً من «جلفود» تحفز صناعة الأغذية والمشروبات الوطنية تجارفة غير عادلة لا تلبى قواعد المنافسة. وتدعا إلى حماية المنتجين المحليين من المنافسة في ظل خطوة الحكومة الهندية التي تمنع استيراد السكر الأجنبي إلى أسواقها المحلية، مشيراً إلى أن صادرات السكر الهندي ارتفعت بشكل كبير وأسعار غير عادلة، وأثرت على المنتجين والمصدرين في الإمارات وباقي دول العالم.

ومن جانبه لفت المهندس مساعد العوضي الحدير التنفيذي لمؤسسة دبي لتنمية الصادرات، إحدى مؤسسات اقتصادية دبي، أن صناعة الأغذية والمشروبات تكسب أهمية خاصة باعتبارها أحد القطاعات الأساسية التي ترفد الصادرات الوطنية، وتحتل حيزاً مهماً من التجارة الخارجية.

وأوضح العوضي أن أهم التحديات التي تواجه القطاع تتمثل في تبني التقنيات الحديثة وتعزيز الرقمنة في عمليات الإنتاج من خلال تقنيات الثورة الصناعية الرابعة، مشيراً إلى أهمية هذا المحور بالنسبة لتعزيز كفاءة الإنتاج والحد من الهدر وتحقيق الاستدامة التشغيلية بالتزامن مع رفع مستوى الجودة. ولفت من جانب آخر إلى أن أبرز التحديات أمام الشركات العاملة في صناعة الأغذية والمشروبات



تغيير قالت تريكسي لوه ميرمات، نائب رئيس تنفيذي لإدارة المعارض والفعاليات في مركز دبي التجاري العالمي إن قطاع الأغذية والمشروبات يشهد فترات حافلة بالتغيير بالتوازي مع تسجيل زيادة أكبر من أي وقت مضى في حجم الطلب على الأغذية الآمنة والموثوقة لتلبية احتياجات التعداد السكاني المتنامي إلى جانب ذلك يبحث المستهلكون عن منتجات صديقة للبيئة وأكثر جودة وكفاءة وذات أسعار معقولة. وقد ارتبط ذلك بظهور فرص جديدة في كامل سلسلة التوريد الغذائية ابتداءً من الجهات الرائدة في القطاع وصولاً إلى الشركات الناشئة المبكرة. ومن مطلق مكاتته كحدث رئيسي في الأغذية والمشروبات للخصصين والمهتمين بتصدر «جلفود» طبعة الجهود لوكاية التغيير.

وتمثل في الدخول إلى أسواق خارجية جديدة والاستفادة من الفرص التصديرية المجزية مع تحقيق متطلبات كل سوق على حدة، موضحاً أن بعض السياسات الحمائية التي تنتهجها بعض الدول تشكل أيضاً تحدياً أمام نمو التجارة الدولية بشكل عام، وخاصة في قطاع الأغذية والمشروبات، فضلاً عن دوره في الإضرار بالمنافسة التجارية العادلة. ولفت إلى

المبكان 07

22 جمادى الآخرة 1441 | 16 فبراير 2020 | العدد 14487

مزرعة عمودية ومصانع أغذية في «دبي الصناعية»

أكد عبد الله بالهول، الرئيس التنفيذي للشؤون التجارية في مجموعة تيكوم أن الصناعات الغذائية والقطاعات المرتبطة بها مثل الزراعة الحديثة والعمودية والمائية وحفظ وتعليب الأسماك واللحوم والخدمات اللوجستية للمواد الغذائية تشهد نمواً كبيراً نظراً لنمو اقتصادات المنطقة وازدياد عدد السكان والمكانة المرموقة لإمارة دبي نقطة وصل بين ثلاث قارات ومركز اقتصادي إقليمي وعالمي، وأضاف: «ينعكس هذا النمو لدينا في مدينة دبي الصناعية من خلال ازدياد عدد شركاء الأعمال في المجالات المذكورة حيث شهد عام 2019 افتتاح مصانع جديدة للمواد الغذائية والإعلان عن مزرعة عمودية حديثة، ينضمون إلى مجموعة من المصانع العاملة منذ سنوات وتسوق منتجاتها محلياً، إقليمياً وعالمياً.

وأشار بالهول إلى أن مجموعة تيكوم تسعى للمساهمة بشكل مستمر لتحقيق الأهداف الاستراتيجية لحكومة دولة الإمارات بشكل عام وحكومة دبي بشكل خاص، ومن بين هذه الأهداف الاستراتيجية أن تكون دولة الإمارات الأفضل عالمياً في مؤشر الأمن الغذائي العالمي بحلول عام 2051، وضمن أفضل 10 دول بحلول عام 2021، وأضاف: «تتمثل مساهمتنا في توفير بيئة أعمال ملائمة للشركات العالمية الكبرى والتأشئة والمتوسطة على حد سواء لتطوير إنتاج وصناعة الأغذية محلياً بشكل مستدام وتوفير بنية أساسية متقدمة تتيح لشركائنا الاستفادة من أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيات والتقنيات الذكية في إنتاج المواد الغذائية وتيسر بالعمل مع شركاء الأعمال في مجععاتهم على اتباع أفضل الممارسات العالمية في مجالات الغذاء وإنتاجه».

الابتكار يدعم المنتجات

أكدت بريانكا ميتال، مدير عام مجموعة إيه.آر.بي.إل المحدودة «إنديا جيت»، أهمية الابتكار لقطاع الأغذية والمشروبات، ولفتت إلى أن معرض جلفود يشجع الابتكار وريادة الأعمال، حيث يدعم الحدث العلامات التجارية والمنتجات المبتكرة والرؤية القوية للمشاريع من خلال منحهم فرصاً إضافية لعرض منتجاتهم. وأشارت ميتال إلى أن جلفود هو المعرض الأكبر والأطول مدة للأطعمة والمشروبات في هذه المنطقة، وأضافت: «الشرق الأوسط بالنسبة لنا هو سوق ضخم وواعد، وقد استفدنا كثيراً من خلال المشاركة في جلفود كعلامة تجارية، لأنه المعرض الوحيد الذي يوفر تفاصيل لمعاملات الشركات، وكذلك بين الشركات والعلاء. ولقد ساعد تفاعلنا في المعرض في فهم متطلبات عملائنا، ونحن بدوننا نحاول الوصول إلى توقعاتهم من حيث العروض والجودة. إضافة إلى ذلك، كان معرض جلفود منصة رائعة بالنسبة لنا لعرض منتجاتنا واكتساب نظرة ثاقبة في السوق، وتلبية الجهات التجارية الرئيسية والجهات الفاعلة في الصناعة والمشتريين المحتملين. يعتبر التواصل أيضا مفتاحاً لهذا المعرض، وخلال السنوات الماضية قمنا بالتواصل مع عدد من الشركات المتعلقة بأعمالنا وتعاوناً معها بنجاح.

وحول مييزات جلفود قالت ميتال: يشهد جلفود عدداً كبيراً من الأشخاص والشركات الذين يحضرون ويشرون بك بانتظام مقارنةً بالمعارض الغذائية الدولية المذكورة. يمكن أن يعزى السبب الرئيسي لذلك إلى حجم السوق وفرض النمو في المستقبل.



انطلق معرض الخليج للأغذية (جلفود) عام 1987 كمعرض متخصص يتم تنظيمه كل عامين، واستضاف الحدث في دورته الأولى 65 شركة عارضة من 13 دولة واستقطب 1600 زائر، ومع مرور الوقت اكتسب أهمية متنامية مع توسعه واستقطابها لأعداد متزايدة من العارضين والزوار، وبات جلفود حدثاً رئيسياً على أجندة صناعة الأغذية والمشروبات العالمية، ووجهة لا غنى عنها للراغبين في تحقيق النمو والتوسع والاستدامة في مختلف فئات القطاع.

توصيات

- 01 اختصار وتسهيل الإجراءات الحكومية
- 02 المزيد من المرونة في التعامل مع القطاع
- 03 بدائل لتجميد السيولة في استرداد الضرائب
- 04 مواكبة التطور التقني للثورة الصناعية الرابعة
- 05 تعزيز كفاءة الإنتاج وتحقيق الاستدامة التشغيلية
- 06 الاستفادة من فرص التوسع في الأسواق الخارجية

توجّه متنامٍ نحو الأغذية الصحية

أكد محمد المرزوعي، المدير التنفيذي لشركة دبي إنبرجي درنك، أن صناعة الأغذية والمشروب محلياً وعالمياً تشهد توجّها ملحوظاً نحو صناعات الأغذية الصحية، وذلك لتلبية متطلبات الجيل الجديد.

من نوعه «دبي إنبرجي، خال من السكر»، والذي يحتوي في تركيبته بديل السكر الطبيعي «ستيفيا» بالمقارنة من المنتجات الأخرى التي تستخدم محليات صناعية. ولفت إلى أن معرض جلفود يعد من أهم المعارض المتخصصة بالمواد الغذائية والمشروبات في العالم، ويشترك فيه عدد كبير جداً من الدول العارضة، وأيضاً عدد كبير من التجار والمتخصصين بالمواد الغذائية والمشروبات من جميع أنحاء العالم. قمنا بفضل الله في شركة دبي ستار للأغذية بالمشاركة بجناح ضخم يحاكي ضخامة وأهمية المعرض، ولله الحمد قمنا بعرض منتجا على شريحة كبيرة من التجار والمشاركين من كل دول العالم، ما أكسب منتجانا الوطني فرصة دخوله أسواقاً عالمية بشكل كبير.

وأشار إلى أن جلفود لا يقل أهمية عن كبرى الفعاليات دور حيوي ونؤة إلى أهمية دبي ودورها الحيوي في صناعة الأغذية والمشروبات عالمياً، مشيراً إلى أن ذلك يأتي بفضل رؤية القيادة الرشيدة لدعم الصناعة المحلية وتيسير القاعدة الأساسية للصناعة والاستثمار في الإمارة، فضلاً عن موقعها الجغرافي الاستراتيجي وتصديرها العالمي لمؤشرات التطور والحدادة. وأكد المرزوعي أهمية الابتكار، موضحاً في هذا الإطار أن شركة دبي ستار للأغذية قامت بتطوير المنتج الأول

في دورته الأولى 100 مليون دولار سنغافوري (أي نحو 62.9 مليون دولار أمريكي)، بينما احتلت بقيمة بلغت 115.2 مليون دولار سنغافوري (أي نحو 85.3 مليون دولار أمريكي). وأوضح إسلام أن الولايات المتحدة وأستراليا واليابان تعد أكبر ثلاثة بلدان للمصدات الغذائية السنغافورية. تأتي منطقة الشرق الأوسط من بين أول عشرة بلدان عالمية لصادرات الأطعمة السنغافورية من ناحية قيمة الصادرات.

مواكبة التطور التقني للثورة الصناعية الرابعة

تعزيز كفاءة الإنتاج وتحقيق الاستدامة التشغيلية

استفادة من فرص التوسع في الأسواق الخارجية

تعزيز كفاءة الإنتاج وتحقيق الاستدامة التشغيلية