الخليج

اقتصاد, أسواق الإمارات

2 فبراير 2022 19:51 مساء

جلفود 2022» يوفر فرص تحول وتطوير في قطاع الأغذية»

«دبي: «الخليج

يكشف معرض «جلفود 2022» عن جيل جديد من الأعمال التجارية في قطاع الأغذية والمشروبات، في الوقت الذي يتطلّع فيه المنتجون وتجار التجزئة لاغتنام الفرص الناشئة التي توفرها سلوكيات الشراء المتغيرة للمستهلكين.

وبينما يتجه القطاع فعلياً نحو استخدام أحدث تقنيات الإنتاج والتوزيع، يواصل المستهلكون ضغوطهم على الجهات الفاعلة في القطاع في مختلف أنحاء العالم، لتقديم ابتكارات نوعية تواكب مستويات الطلب المتنامية على المنتجات والخدمات التي تعزز الاستدامة والصحة العامة، وتسهم في خفض البصمة الكربونية للقطاع.

ويقام المعرض في دورته ال27 على مدى خمسة أيام في الفترة من 13 إلى 17 فبراير الجاري، وتُقام فعالياته في 21 قاعة في مركز دبي التجاري العالمي. ويستقطب المعرض عدداً من كبار الجهات الفاعلة للمساهمة في رسم ملامح مستقبل مشرق للقطاع، ودعم المساعي الرامية للحد من الهدر الغذائي، وتحسين مصادر المكونات الغذائية وعمليات التغليف، فضلاً عن تحقيق أهداف الاستدامة وتعزيز حضور القطاع كمنظومة عمل مسؤولة وسريعة الاستجابة.

التغيرات المناخية

ويؤكد تقرير «جلفود» الجديد المتخصص في القطاع، والذي أعدته شركة «مينتل» بتكليف من مركز دبي التجاري العالمي، الجهة المنظمة للمعرض، أن المستهلكين هم من يحددون شروط النجاح في القطاع ويسهمون في رسم مستقبله.

وجاء في التقرير: «أصبح المستهلكون أكثر وعياً بضرورة إيجاد حلول للتغيرات المناخية، وهم يتطلعون إلى إحداث فرق إيجابي في هذا الإطار». ووفقاً لمقياس الاستدامة الخاص بشركة «مينتل»، أشار المستهلكون في مختلف أنحاء العالم إلى أن التغير المناخي يأتي في مقدمة اهتماماتهم البيئية، مؤكدين أنه يؤثر في خياراتهم الغذائية.

وأضاف التقرير: «يتعين على العلامات التجارية تبسيط الخيارات المتاحة أمام المستهلكين من خلال تصنيع منتجات ذات بصمة كربونية أقل، إضافة إلى التواصل بشأن تأثيرها الإيجابي على نحو مباشر وشامل. ويؤيد ثلثا المستهلكين المشاركين في الاستبيان العالمي الذي أجرته مؤسسة «كربون تراست» وضع علامات عن البصمة الكربونية على أغلفة المنتجات».

وتشير «مينتل» في تقرير آخر بعنوان «المستوى التالي للاستدامة في الأغذية الحيوانية» إلى الأهمية المتنامية التي يوليها المستهلكون لأنماط الزراعة المتجددة وخفض البصمة الكربونية والحد من الهدر الغذائي، حيث يسعى المستهلكون للحصول على منتجات صديقة للبيئة والحيوان. وتضاف ذلك إلى مجموعة من القضايا التي تتطلب اهتماماً عاجلاً في القطاع، والذي يتأثر بالتحولات القوية، ويواجه الكثير من التحديات التي تطمح الشركات الرائدة إلى معالجتها. ولا تزال أنماط التغليف المستدامة تستحوذ على اهتمام كبير من قبل المستهلكين بحسب «مينتل»، ويعود ذلك جزئياً إلى بساطة هذا المفهوم الذي يتم توضيحه غالباً على العبوات.

أما بالنسبة لدور المستوى التالي للاستدامة في إحداث فرق في سلوكيات المستهلكين، فيتعين على العلامات التجارية الانتقال بهذه المفاهيم إلى حيز التطبيق من خلال التركيز على تفاصيلها وتعزيز الوعي بشأنها.

أحدث الابتكارات

ويستعد المعرض في دورته لعام 2022 لتوفير منصة لإطلاق عدد من أحدث الابتكارات في مجال عمليات التغليف المستدامة والمنتجات الغذائية عديمة الانبعاثات الكربونية؛ إذ تخطط شركة «إل غوستو» التي تتخذ من كوستاريكا مقراً لها، لعرض أحدث منتجاتها من القهوة المقطرة والمعبأة في عبوات يسهل تحويلها إلى سماد وعلب قابلة لإعادة التدوير، ما يشكل أحد الإنجازات المبتكرة في عمليات التغليف. وتعتزم شركة «إن زد إم بي» التي تتخذ من نيوزيلندا مقراً لها، عرض أول منتجاتها المعتمدة من الزبدة عديمة الانبعاثات الكربونية، والتي تم تصنيعها بالكامل بطريقة مستدامة باستخدام مصادر الطاقة المتجددة.

"حقوق النشر محفوظة "لصحيفة الخليج .2024 ©