

مطالب لمصنعي الأغذية والمشروبات لضمان استدامة القطاع 5



دبي: «الخليج»

اختتمت فعاليات الدورة الثالثة من منتدى مستقبل الصناعات الغذائية، الذي نظّمته مجموعة مصنعي الأغذية والمشروبات في الإمارات، بالشراكة مع غرفة صناعة وتجارة دبي ووادي تكنولوجيا الغذاء، بتسليط الضوء على أهمية إعادة النظر في اللوائح وتوجهات المستهلكين، وإدارة الأزمات والابتكار في مجال سلامة الأغذية والمشروبات وتغليفها، والمكونات المبتكرة، وبناء العلامة التجارية على وسائل التواصل الاجتماعي.

وناقش أكثر من 90 خبيراً الفرص والتحديات في مجال تحقيق الاستدامة والأمن الغذائي، كما شهد المنتدى في يومه الثاني تنظيم جلسة خاصة للقيادات النسائية في قطاع صناعة الأغذية والمشروبات.

وأعرب صالح لوتاه رئيس مجلس إدارة مجموعة مصنعي الأغذية والمشروبات في الإمارات، عن سعادته بـ«الدعم الكبير الذي يجده المنتدى من الجهات التنظيمية والشركات، حيث نهدف إلى دراسة الاستراتيجيات القادرة على تطوير قطاع تصنيع الأغذية والمشروبات في الدولة وزيادة مساهمته في الاقتصاد الوطني. وملتزم بالعمل على تعزيز تنافسية قطاع الأغذية والمشروبات في دولة الإمارات العربية المتحدة، ودعم الاستراتيجية الوطنية للأمن الغذائي 2051».

وقال الدكتور حسن بيرقدار، المؤسس والعضو المنتدب لشركة رقم للاستشارات، خلال إدارته الجلسة الأولى من اليوم الثاني للمنتدى: «إن تعزيز قنوات الاتصال بين المنظمين وصناعة المأكولات والمشروبات، والحوارات المتواصلة حول التحديات القائمة ستكون أساسية في تعزيز إنتاجية القطاع. سيساعدنا هذا على الابتكار للمستقبل على نطاق عالمي بدلاً من إصلاح التحديات التي كانت من الماضي، كما سيساعدنا المناخ التنظيمي الاستباقي على الاستعداد لتغييرات مهمة للغاية في هذا القطاع». وشارك في الجلسة عمر هشام مدير تطوير الأعمال في شركة «رقم للاستشارات»، والمهندس علي راشد الغافري مدير دائرة المواصفات القياسية والمطابقة بسلطنة عُمان، والمهندسة ريم محمود القيسي، رئيسة قسم المواصفات وجودة الغذاء بمديرية الغذاء في المملكة الأردنية، ولوكاس بلوستين، الملحق الزراعي الإقليمي، وزارة الزراعة الأمريكية.

وتناول أندري دفوشينكوف المدير العام لشركة «نيلسن آي كي» في شبه الجزيرة العربية وباكستان، تغير نمط حياة المستهلكين، حيث بدأوا في اتخاذ خيارات صحية، والبحث عن طعام لا يؤثر في البيئة وصحتهم، وتجربة منتجات جديدة. وشارك في الجلسة إيغور مارتني نائب الرئيس في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وتركيا في (بي آر في)، ومانيشا جونيجا مديرة الأبحاث العالمية في تولونا بالمملكة المتحدة، وسام جيل المدير الإقليمي لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في قطاع اللحوم والثروة الحيوانية في أستراليا، وشهيد خان الرئيس التنفيذي لشركة الإسلامي للأغذية، وأدارها أحمد بيومي الرئيس التنفيذي لشركة جلوبال للصناعات الغذائية.

وركزت حلقات النقاش الأخرى في اليوم الثاني للمنتدى على مواضيع متنوعة بما في ذلك إدارة الأزمات في سلسلة توريد الأغذية والمشروبات، ومستقبل تغليف الأغذية والمشروبات، ونظرة عامة على عالم تقنيات المكونات الجديدة والابتكارات من أجل الغذاء الصحي، وتحديات سلامة الأغذية خلال الاضطرابات.

وشهد المنتدى تنظيم جلسة خاصة للقيادات النسائية في قطاع صناعة الأغذية والمشروبات من أجل تبادل الخبرات، شاركت فيها ميلدا ياساسيبي العضو المنتدب لشركة كرافت هاينز بالشرق الأوسط وإفريقيا، وأمل الأحمد رئيسة البحوث والتطوير بوزارة التغير المناخي والبيئة بدولة الإمارات، وفروغ أحمد نائبة الرئيس التنفيذي في المشاريع الوطنية للتجارة والإتماء، وسماح الهاجري مديرة التعاونيات والمخزون الاستراتيجي بوزارة الاقتصاد، وجانيت كريستنسن الحيدر المدير العام لشركة الإمارات الوطنية للأغذية، ومارسيلا سانشو المؤسس المشارك لـ (هاوس أوف بوبس)، وديمبل تاهيلياني رئيسة العمليات بالتوابل العربية الهندية، وديشا باغاراني مديرة المبيعات والتسويق في بيور فود بروسيشينج إندستريز، ويان نارايان مديرة هنتر فودز، وقامت مجموعة مصنعي الأغذية والمشروبات في الإمارات بتكريمهن.

واستضاف المنتدى جلسة خاصة عن المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي عن كيفية تخطيط الاستراتيجيات للعلامات التجارية في قطاع الأغذية والمشروبات، وأهمية التواصل مع الجمهور خارج السوق المحلية واستخدام المحتوى بلغات متعددة والتفاعل الفوري مع الجمهور. أدار الجلسة صالح لوتاه رئيس مجلس إدارة مجموعة مصنعي الأغذية والمشروبات في الإمارات، وشارك فيها عدد من المؤثرين، بما فيهم منذر الشامسي، وأمل أحمد، ومحمد البنا، وعبد الله إسماعيل.

وقالت مانيشا جونيجا، رئيسة أبحاث السوق في الشرق الأوسط وإفريقيا في تولونا: «تشهد منطقة الشرق الأوسط زيادة في استهلاك الأغذية والمشروبات النباتية خاصة خلال السنوات القليلة الماضية. وكشفت دراسة أجريناها مؤخراً في الإمارات والسعودية أن أكثر من نصف المقيمين جربوا أو بدأوا في استهلاك المنتجات النباتية خلال الأشهر الـ 6 الماضية، وقال 38% ممن يستهلكون المنتجات النباتية في دولة الإمارات و30% في السعودية إنهم مرنون في تناول اللحوم الحمراء والبيض، وليسوا نباتيين بشكل كامل. ومن أهم العوامل المؤثرة في اختيار الطعام أن يكون طازجاً ويمتاز بالجودة والقيمة الغذائية. بناءً على ذلك، تحتاج العلامات التجارية إلى التواصل بشكل أكبر حول هذه المعايير

لبناء الثقة وتشجيع تجربة العلامة التجارية واكتساب حصة سوقية». وأشاد زيمون أولانوفسكي، المدير العام لشركة سبايراكس ساركو الشرق الأوسط وشمال إفريقيا بالمنتدى لقيامه «بتسليط الضوء على أهمية الفعالية والكفاءة في إنتاج الغذاء كعامل أساسي لتحقيق الاستدامة وجودة المنتج بما في ذلك طول فترة الصلاحية والنكهة، وهو ما تقدمه سبايراكس ساركو من خلال الاعتماد على الخبرة والمعدات ذات الكفاءة العالية»، مضيفاً: «من الجيد أن الحوارات في المنتدى لم تقتصر على التعبئة والتغليف ومدة الصلاحية بل امتدت لتتناول تأثير كل مكون في المصنع في سلامة وجودة المنتجات». وشهد المنتدى تكريم الطهارة الشباب المؤثرين في مجال الغذاء في تطبيق إنستغرام «ميثاء وعبد الرحمن»، وسوميت ماثور، من رئاسة المنتدى، الذي قال إن «المنتدى شهد تبادل المعارف والخبرات من خلال مشاركة أكثر من 60 خبيراً، كما أن التفاعل بين المشاركين كان قوياً، وهو ما ساهم في تكريس مكانة منتدى مستقبل الصناعات الغذائية بصفته المنصة الأمثل للمهتمين بالقطاع، كونه يضع الأسس اللازمة لخلق مستقبل صناعة الأغذية والمشروبات». وقد شارك حوالي 700 من قادة القطاع في المنتدى الذي شهد تقديم عدد من كبار المسؤولين لكلمات افتتاحية، وجلسات نقاش معمقة وحوارات ثنائية عن مواضيع متنوعة في صناعة الأغذية والمشروبات وسلاسل الإمداد في القطاع.

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024