

رئيس «مارس»: تلازم بين النمو الاقتصادي والحفاظ على البيئة



رأى المدير العام لمجموعة «مارس» بول وايروك في حديث لوكالة فرانس برس أن التغيّر المناخي يفرض على الشركات الكبرى، ومنها العاملة كشركته في مجال صناعة الشوكولا، واجباً أخلاقياً يتمثل في الحدّ من أثرها، معتبراً أن النمو والحفاظ على البيئة يمكن ان يكونا متلازمين.

يرتبط اسم شركة «مارس» العملاقة في مجال الصناعات الغذائية في بال كثيرين بألواح الشوكولا من ماركات شهيرة «عالمياً مثل «سنيكرز»، أو منتجات لذينة أخرى بينها «ام اند امز

لكن منذ بداياتها، نوّعت الشركة العريقة (التي تملك أيضاً علامات تجارية للمعكرونة أو العلكة)، أنشطتها، لتعمل خصوصاً في مجال المنتجات المخصصة للحيوانات المنزلية

وأجرت «مارس» تغييراً جذرياً سنة 2017، مع شرائها شبكة «في سي ايه» للعيادات البيطرية في مقابل حوالي تسعة مليارات دولار، قبل أن تشتري في العام التالي شبكة «أنيكورا» الأوروبية

وكانت المجموعة حاضرة في القطاع منذ عقود عبر علامات تجارية شهيرة في مجال غذاء الحيوانات (أبرزها «بيديغري» و«ويسكاس»).

ويوضح المدير العام للمجموعة بول وايروك البالغ 54 عاماً من داخل متجر تابع لعلامة «رويال كانين» الفرنسية التي اشتريتها «مارس» عام 2002 وتدرّ ستة مليارات دولار من الإيرادات السنوية، أن قسم المنتجات المخصصة لرعاية الحيوانات بات يمثل 60% من عائدات المجموعة، وهو ما قارب 50 مليار دولار عام 2022

ويدرّ القطاع أرباحاً قوية، مع نمو سنوي يُتوقع أن يبلغ 8% في الولايات المتحدة بحلول عام 2030، وفق مذكرة صادرة عن «مورغان ستانلي»، فيما تشهد أوروبا منحى مشابهاً

هل يمكن تلمّس رغبة لدى المجموعة العائلية غير المدرجة في البورصة، في تخفيف الاعتماد على صناعة السكاكر في زمن تشكل فيه البدانة وباءً عالمياً؟

ينفي بول وايروك ذلك «نفيًا قاطعاً». ويوضح المدير العام الذي تسلم قيادة المجموعة العام الماضي بعد عقدين أمضاهما في الشركة، أنه «من دون شوكولا، العالم سيكون مملأً. كنا أول شركة تعتمد سياسة تسويقية مسؤولة تجاه الأطفال».

وتتردد كلمة «مسؤولية» باستمرار على لسان المدير العام الدنماركي المقيم في الولايات المتحدة والذي يزور فرنسا «بانظام». ويؤكد أن هذا المفهوم يشكل إحدى القيم الرئيسية لدى «مارس».

تغيير أبعد من الكلام

لكن وايروك يقر بأن الصناعات الغذائية تشكل أحد أكثر القطاعات تأثيراً على البيئة. وثمة جهود كبيرة يتعين بذلها في هذا الإطار للحد من أضرار العبوات البلاستيكية، وتوريد زيت النخيل الذي يشجع على إزالة الغابات، وانبعاثات غازات الدفيئة.

وحددت شركة «مارس» هدفاً يتمثل في بلوغ مستوى معدوم من الانبعاثات المباشرة وغير المباشرة بحلول عام 2050، وقد استثمرت لهذه الغاية 1,1 مليار دولار في مشاريع مستدامة منذ عام 2020، وتعتمز مضاعفة هذا المبلغ في السنوات الثلاث المقبلة. كما تستثمر المجموعة للاعتماد على طاقة الرياح في عياداتها البيطرية، أو ضمان إمدادات كاكاو أكثر استدامة، أو تطوير عبوات جديدة لـ 12 ألف منتج

وسيشمل التغيير أيضاً تقنيات جديدة لتركيبات الوصفات. ويؤكد وايروك أن «في قطاع المنتجات الغذائية، هناك آلاف المكونات التي تُجرى عليها الأبحاث (...) بعضها ليس الأفضل على صعيد الانبعاثات، والبعض الآخر يطرح مشكلات صحية. إنه تطور طويل الأمد، وما زلنا في بداية الطريق».

ويضيف وايروك «لدينا التزام أخلاقي بالاستثمار في هذه المجالات». ويشير إلى أن شركته تعمل على تقليل انبعاثات «غازات الدفيئة منذ عام 2018. ويقول «تريد +مارس+ أن تُعرف بإحداث فرق، وليس بالكلام فقط».

لكن ذلك يحصل من دون التضحية بالنمو. ويقول وايروك «هذه الحلقة المفقودة في النقاش الحالي: إذا لم يكن لشركتك «أساس متين، فلن تستثمر أبداً في التنمية المستدامة».

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024.