

جلفود» دبي يودّع الدورة الـ 29.. و150 ألف مشارك»



شهدت فعاليات معرض الخليج للأغذية «جلفود 2024» في دورته الـ 29، التي اختتمت أنشطتها، أمس الجمعة، إقبالاً كبيراً من الزوار والمعنيين بقطاع الأغذية والمشروبات.

وشهدت فعاليات المعرض مشاركة أكثر من 5500 جهة عارضة، وحضور أكثر من 150 ألف مشارك من 190 دولة، وأجنحة تمتد على 24 قاعة، ضمت منتجات متطورة وحلولاً وفعاليات تفاعلية من بينها «توب تيببل»، ودبي للمأكولات العالمية، التي جمعت أكثر من 100 طاه عالمي مشهور، من بينهم 25 من الحاصلين على نجمة ميشلان.

وأعرب ممثلو الشركات العالمية العارضة عن اعتزازهم بالمشاركة في المعرض في دبي لكونها بوابة رئيسية للأسواق الإقليمية والعالمية، ومنصة لاستعراض تجاربهم في الإنتاج الزراعي والمنتجات الغذائية وحلول التغليف والاستدامة.

وقال ماديس كالاس، وزير الشؤون الإقليمية في إستونيا: إن المعرض يعد وجهة مثالية لشركات الأغذية والمشروبات الإستونية، التي تركز على الاستدامة، للتعريف بمنتجاتها واستكشاف فرص التعاون وإقامة الشراكات، لافتاً إلى أن دولة

الإمارات تتمتع باستقرار اقتصادي وفرص مزدهرة لبناء الشراكات والاستثمار، فضلاً عن توجهاتها لتعزيز الابتكار والاستدامة.

وأوضح أن المعرض يمثل بالنسبة إلى منتجي المواد الغذائية والمشروبات في إستونيا أكبر وأهم المعارض العالمية، وفرصة لعرض التقنيات الغذائية الإستونية، مثل التكنولوجيا الحيوية، مشيراً إلى أن منصة «أطايب إستونيا» تستعرض منتجات 18 شركة.

وقال إن منتجات بلاده مصنفة من قبل هيئة سلامة الأغذية الأوروبية، ثاني أنظف أغذية على مستوى أوروبا، لأن 23% من الأراضي الزراعية في إستونيا تعتمد على الزراعة العضوية، فضلاً عن أن هواءها ومياهها يصنّفان من الأنقى والأظف عالمياً، إلى جانب اعتماد منتجي الأغذية الإستونية على التقنيات المبتكرة، التي تسهم في الحد من الهدر الغذائي.

فيما قال تريسي رينولدز، قنصل عام كندا في دبي والإمارات الشمالية، إن الإمارات تعد سوقاً رئيسياً بالنسبة لبلاده، ونقطة حيوية للوصول إلى أسواق أخرى في المنطقة، مبيناً أن الإمارات صدرت إلى كندا العام الماضي، منتجات غذائية بقيمة وصلت إلى 50 مليون دولار، في حين تصدر كندا منتجات بقيمة 700 مليون دولار سنوياً إلى الإمارات.

وقال نيلز هوجارد، المدير العام لشركة «تتراباك» المنطقة العربية، إن المعرض منصة لعرض المنتجات المستدامة ومشاركة الرؤى، حول حلول التصنيع وقطاع تعبئة وتغليف المواد الغذائية، ودفع التغيير الإيجابي في القطاع، مؤكداً أهمية المعرض لعقد الصفقات واستكشاف فرص جديدة في مجال الأعمال، وتقديم حلول للتحديات العالمية المتطورة والناشئة، ضمن قطاع الأغذية، مؤكداً أهمية الإمارات وتحديداً إمارة دبي لكونها بوابة رئيسية لمختلف الأسواق الإقليمية والعالمية.

وقال مبارك المنصوري الرئيس التنفيذي لقطاع الوجبات الخفيفة والعلاقات الحكومية بمجموعة «أغذية»، إن المشاركة ضمن أهم معارض قطاع الأغذية والمشروبات، حول العالم في مدينة دبي، تعزز تواجد المجموعة في الأسواق الرئيسية في المنطقة والعالم، وتسهم في توسيع نطاق وصول منتجاتها إلى 45 دولة، مشيراً إلى عقد صفقات وشراكات مع عدد من الجهات الإماراتية، مثل مياه العين، وشركة ألفا لخدمات تموين الطيران «العربية للطيران»، ونادي دبي لسباق الخيل.

وأكد عيسى آدم إبراهيم، الرئيس التنفيذي لشركة «بيج أبل سويت» المحدودة، أن «جلفود» ينبض بالحياة مع كل نسخة جديدة، ويشارك الجمهور العالمي في تحديد اتجاهات المستهلكين، كما يساعد على عقد الشراكات المختلفة وفتح أسواق جديدة في منطقة الخليج العربي والشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وغرب آسيا، لافتاً إلى أن الشراكة مع العلامة الإيطالية «باربرا»، أسهمت في جلب ثقافة القهوة الإيطالية إلى مناطق الخليج العربي عبر بوابة المعرض بما يتماشى مع التقاليد والجودة العربية.

وعلق مارتن كامو، نائب الرئيس للمشتريات، دناتا الولايات المتحدة الأمريكية، بالقول إن المعرض مكن الشركات العالمية من مقابلة الموردين من جميع أنحاء العالم، لافتاً إلى أن ما ميزه هو التركيز على الاستدامة والمرونة والجودة. في سلاسل الإمداد.

