

مقابلة خاصة للرئيس التنفيذي لشركة العيد للأغذية – المهندس محمد المطيري مع جريدة الجريدة 2023 (ملحق اقتصادي)

- بداية كيف ترون رحلتكم في عام 2023 وما أبرز الأهداف التي تطمحون لتحقيقها؟
 - عام 2022 كان على التخطيط والابتكار، أما عام 2023 فهو عام الانطلاق والمبادرة والمضي قدماً في تحقيق استراتيجية Goals25، حيث نعمل على تثبيت مكانة الشركة في السوق المالي الكويتي وتمكين الأعمال التشغيلية، بالتوازي مع المبادرة الفاعلة لإدراج الشركة في احد الأسواق المالية المؤثرة بالخليج خلال العام الجاري، إضافة الى التركيز على تفعيل العمليات التشغيلية للشركة في السعودية وتنمية ودعم حصتها خاصة في قطاع الدواجن واللحوم المجمدة الذي يعد أحد أهم الأهداف التي تستند عليها الشركة والمجموعة ككل.
- حدثنا عن أبرز المحطات المهمة واللافتة في مسيرة التقدم التي تعتمدها شركة العيد للأغذية بالارتكاز الى توجهها وشعارها نمو متواصل؟
 - اقترنت رحلة العيد للأغذية منذ التأسيس بشغف الإنجاز والتقدم وطموح الريادة في القطاع الغذائي عبر اعتماد معايير تنافسية بجودة ومستوى أعمالها، حيث تميزت الشركة بتفعيل آليات تطوير وتمكين الأعمال التشغيلية للشركة محلياً وإقليمياً عبر العمل على ثلاثة ركائز متكاملة وهي :
 - أولاً: تعزيز شبكة التوزيع الخاصة بالشركة بالتزامن مع تنويع سلة المنتجات ودعم بناء شراكات فاعلة مع عدد من العلامات التجارية الشريكة والتابعة المعروفة عالمياً، إقليمياً ومحلياً لنؤكد على مبدأ الشراكة في النجاح والشريك المفضل للأعمال .
 - ثانياً: الدفع قدماً بمشاريع الشركة المؤسسة على المستوى العامودي وفق نموذج عملها المعزز بخطوط مساندة لتنمية أعمالها محلياً بالتوازي مع المتابعة المستمرة لمتطلبات المستهلكين والسوق الرقمي وانشاء فروع جديدة بالإضافة الى التوسع في التسويق الرقمي والتقليدي لمنتجاتها.

ثالثاً: تنمية قائمة الشركات المملوكة والتابعة لشركة العيد، وتوظيفها لدخول قطاعات جديدة لدعم استراتيجيات التوسع على المستويين المحلي والإقليمي.

• وماذا عن استراتيجية التوسع الإقليمي Goals 25 والتي اتسمت بالوضوح الذي قد يضعكم في دائرة الترقب والمتابعة فما هي أبرز ملامحها؟

- استراتيجية Goals 25 هي خطوة نوعية تواكب الزخم والطموح المتمثل في تحقيق العيد للريادة في القطاع الغذائي، وهي تستهدف رسم خارطة طريق لمستقبل الشركة وخطط التوسع على المستوى الإقليمي خلال السنوات القادمة، و تتمثل في العمل على ادراج العيد في سوقين ماليين بالمنطقة، علاوة على تمكين المنتجات والخدمات والعلامات التابعة والشريكة من دخول خمسة مدن تجارية وحيوية في الخليج ، وأخيراً مضاعفة الشركة لعوائدها المالية بقيمة 25 مليون دينار في نهاية عام 2025 مقارنة بالعوائد المالية المحققة في نهاية عام 2021.

• والى أين وصلتكم في رحلة التطبيق لاستراتيجية Goals 25 وما تحقق منها حتى نهاية عام 2022؟

- خلال عام 2022 واصلت شركة العيد للأغذية العمل على تطوير الخطوط التشغيلية لتعزيز مكانتها في السوقين المحلي والإقليمي ، حيث حققت العديد من الإنجازات اللافتة ضمن استراتيجية التوسع Goals 25 والتي شملت التوسع في التركيز على العديد من المستويات وهي :

أولاً: التوسع في منطقة الخليجى بافتتاح شركة العيد للأغذية دبي قلب النشاط التجاري في المنطقة خلال الربع الأول من عام 2022 وبالتوازي مع اطلاق استراتيجية Goals 25، ثم تأسيس شركة أقطار الخليج في الرياض لتكون نقطة ارتكاز للتوسع في العمليات التشغيلية للشركة في المملكة العربية السعودية .

ثانياً: استقطاب العديد من العلامات العالمية، الإقليمية ، والمحلية و اضافتها لسلسلة منتجاتها، ومن أهمها على المستوى العالمي علامة الأنا الهندية

الشهيرة عالمياً والتي تنفرد العيد بتوزيع منتجاتها من اللحوم المجمدة والطازجة المعلبة من دون مواد حافظة والجاهزة للبيع بالتجزئة في الجمعيات والأسواق الموازية والهايبر ماركت بالسوق الكويتي، وعلامة ميلي ميست التي تحتوي خيارات متنوعة وأصناف عديدة من منتجات الالبان والأجبان الصحية التي تتناغم مع المتطلبات المتغيرة والمتفاوتة للمستهلكين، إضافة الى علامة فان دين بيرج الهولندية الشهيرة التي تتميز بمجموعة واسعة من الكراكرز، الوجبات الخفيفة، البسكويت والخبز الهولندي المخبوز باحترافية وفق أعلى المقاييس العالمية.

وعلى المستوى الإقليمي أضافت العيد الى سلة منتجاتها علامة فرشلي الإماراتية الأكثر شهرة وانتشاراً في المنطقة عموماً والكويت خصوصاً والمعتمدة في أغلب المطاعم المعروفة مثل برجر كنج وايكيا وغيرها، وعلامة نبيل – شركة ناشونال بيسكوتس اندستريز من سلطنة عمان والمعروفة بمنتجاتها من البسكويت والويفر والوجبات الخفيفة.

محلياً ركزت الشركة في اضافتها على المنتجات التي ترضي أذواق شرائح مختلفة من المستهلكين الذواقه وكان أهمها علامة الكازي التي تحتوي مجموعة متنوعة من منتجات الألبان، الأجبان والزيتون العالية الجودة والمبتكرة بنكهات أصلية فريدة من نوعها.

ثالثاً: بناء شراكات فاعلة وتوقيع اتفاقيات تعاون مع عدد من المبادرين الشباب في القطاع الغذائي المحلي للتوسع في تسويق منتجاتهم المتميزة بجودتها وأفكارها ، بهدف الوصول الى أكبر شريحة من المستهلكين وخصوصاً الذواقه، وفي هذا الاطار وقعت شركة العيد للأغذية عقد استحواذ وشراكة مع شركة برانش لتحضير الوجبات الغذائية الجاهزة والتي يندرج تحت مظلتها علامات مبتكرة مثل إكس أوو ستريت فوود، كومو، وفيرن.

رابعاً: دخول قطاعات جديدة للتوسع في تلبية رغبات أكبر شريحة من المستهلكين وهو ما ينعكس إيجابياً على حجم ومكانة الشركة في السوق وتحقق ذلك بدخول قطاع الأغذية الصحية والمكملات العضوية عبر الاستحواذ على تطبيق هيلث لاند المتخصص بالمكملات والمنتجات الغذائية والنباتية الصحية والعضوية.

خامساً : تطوير أفرع الشركة القائمة وتأسيس أفرع حديثة للدخول في قطاعات غذائية جديدة حيث أنشأت العيد مركز للحلويات والمخبوزات الفاخرة و دشنت علامة مورينا للشوكولا كاول منتج له، كما أطلقت العيد فرع المخبز المركزي إضافة الى فرع المطحنة والمحمصة للشركة، وللمطبخ المركزي رحلة ومكانة مميزة بدأت بالتعاقد مع علامة القصار لتحضير

منتجات خاصة، ومنذ فترة بدأنا بإنتاج علامة بوكيه غارنيه المتخصصة بالمأكولات الكويتية التقليدية إضافة الى علامة لاتشورريادا الخاصة بالمأكولات المكسيكية .

- وماذا عن دخول العيد للأغذية الى السعودية بخطوة جريئة وتحديداً مدينة الرياض كأولى المدن للتوسع في السوق السعودي ضمن استراتيجية العيد للتوسع الإقليمي 25 Goals؟

- الرياض هي القلب النابض للمملكة العربية السعودية، بفضل موقعها الاستراتيجي علاوة على انها المحرك الرئيسي لتحقيق أهداف رؤية المملكة 2030، ونظراً لأهميتها الكبيرة، تم اختيارها لتكون نقطة الانطلاق الأولى للشركة في التوسع عملياتها التشغيلية داخل الاطار الجغرافي للسعودية.

وبعد تأسيس شركة أقطار الخليج في المملكة وضعنا برنامج تشغيلي متطور تستهدف عملياته تنويع سلّة المنتجات عبر المحافظة على بعض المنتجات الحالية وإضافة أخرى جديدة لتناسب أذواق المستهلكين في السوق السعودي الذي يتميز بمواصفات خاصة من أبرزها انه الأكبر والاسرع نمو بين الأسواق في المنطقة بمعدل متوقع أن يصل الى 6% في الخمس سنوات المقبلة، إضافة الى أن الاحصائيات والدراسات تشير الى أن الاستهلاك للمواد الغذائية في المملكة العربية الغذائية يشكل نسبة 60% من إجمالي استهلاك الأغذية في الخليج لعدة أسباب أهمها العدد الأكبر للسكان في المملكة، إذ أن فيها 35.84 مليون نسمة يمثلون 70% من مجموع السكان في دول مجلس التعاون الخليجي، و 37.44% منهم تحت سن 25 سنة .

- يتميز السوق الغذائي في الكويت بالقوة الشرائية المرتفعة التي تضعه في مقدمة الأسواق الغذائية الأكثر جذباً لموردين الأغذية على المستويين الإقليمي والعالمي ؟ فما هي رؤيتكم لواقعه ومستقبله ؟

- المستهلك الكويتي الذواق هو قوة الدفع الحقيقية للسوق الغذائي في الكويت، فهو متطلب بشكل كبير بسبب الانفتاح على العالم وكثرة السفر، وذواق في اختياراته، وهو ما يجعله دائماً متعطش لكل ما هو جديد وفريد وذو جودة عالية بمستوى عالمي .

وكذلك يرسم المستهلك الكويتي الذواق بتوجهاته الغذائية المتغيرة والمتطورة واقع السوق الغذائي المحلي ويساهم بأرائه وأفكاره في تطويره ورفع مؤشرات النمو فيه، والتي تؤثر بشكل لافت في حجم ونوعية المشاريع التي يبتكرها المبادرين الشباب في السوق الغذائي الكويتي والتي تؤهلهم لقيادة حركة النهضة الغذائية في منطقة الخليج مستقبلاً، خصوصاً مع تزايد عدد الامتيازات التجارية لعلامات وسلاسل مطاعم ابتكرها مبادرون كويتيون وتم انتشارها من الكويت الى باقي الدول الخليجية وتحظى برواج كبير ونمو لافت.

- سجل سهم العيد للأغذية قفزات لافتة في بورصة الكويت خلال الثلاثة سنوات الأخيرة خصوصاً بعد توقيع الشركة لعقدين صانع سوق مع شركتي ثروة للاستثمار والمركز المالي ، ومع بداية عام 2022 تتوجت مسيرة الشركة بادراجها في مؤشر السوق الرئيسي 50 فماهي انعكاسات ذلك على موقع ومكانة سهم العيد حاضراً ومستقبلاً؟

- حقيقة رحلة النهوض بسهم العيد التي اقترنت بالتركيز على رفع مؤشرات الأداء المالي للشركة كانت ركيزة أساسية وفارقة في برنامج إعادة الهيكلة بغية كسب ثقة المستثمرين وتحقيق أرباح مستدامة للمساهمين والشركاء.

وهناك مجموعة من العوامل التي ساهمت في وصول سهم العيد الى مؤشر السوق الرئيسي 50 بخطى راسخة ومدروسة، من أبرزها قلة عدد الشركات المدرجة في بورصة الكويت بالقطاع الغذائي والتي اقترنت بتركيز العيد على النهوض بعملياتها التشغيلية ووضع مقاييس تتوافق مع المعايير المعتمدة عالمياً لتطوير أدائها ، والنمو المتسارع والتطور الهائل الذي طرأ على القطاع الغذائي عالمياً في السنوات الأخيرة حيث أصبح من أكثر القطاعات الجاذبة للمستثمرين في الأسواق المالية الإقليمية والعالمية خصوصاً مع تقاطع أعماله بشكل لافت مع قطاعات اقتصادية أخرى مثل قطاع السياحة والفنادق والزراعة والصناعة وغيرها، إضافة الى قدرة القطاع الغذائي على تحقيق أهداف التنمية المستدامة بفضل طبيعته الديناميكية والمتطورة.

وفي اطار التزام العيد بتمكين سهمها وتعزيز مكانته كاستثمار آمن ومستدام ، ركزنا في السنوات الأخيرة على توطيد العلاقة مع المساهمين ليكونوا شركاء في رحلة النجاح وجني الأرباح أيضاً، وهو ما اقترن بحرصنا على توزيع أرباح مجزية كان

آخرها توزيع 8% أرباح نقدية للمساهمين و17% منحة عن السنة المالية المنتهية
في 31 ديسمبر 2021

• وماذا عن تعاون العيد للأغذية مع أرقام كابيتال ؟

- أرقام كابيتال هي شركة رائدة ومتمرسة في تقديم الخدمات الاستشارية والتحليلات المالية بخبرة تربو عن 15 عاماً، وتعاون شركة العيد معها يستهدف دعم مساعي الشركة نحو فتح آفاق جديدة لتطوير استثماراتها وخطط التوسع المحلية والإقليمية عبر تعزيز العلاقات مع المستثمرين والمساهمين الحاليين ، واستقطاب مبادرين ومستثمرين جدد يبحثون عن فرص للاستثمار في الأسواق المالية الناشئة، ويشمل تعاون العيد للأغذية مع أرقام العمل على عدة مستويات أهمها مؤتمر المحللين الموسمي والمتخصص بتحليل النتائج المالية للشركة، وقد عقد المؤتمر الأول في هذا السياق شهر نوفمبر الماضي لمناقشة وتحليل النتائج المالية لشركة العيد للتسعة أشهر الأولى من عام 2022، إضافة الى اصدار تقارير دورية عن العيد للأغذية لدراسة استراتيجية Goals_2 وتحليل مؤشراتها وانعكاساتها على الأداء التشغيلي للشركة ومعدلات التطور وقد صدر التقرير الأولي في شهر أغسطس الماضي .