"إلكترولوكس" السويدية للأجهزة الكهربائية تستعد للتخارج من مصر

أثار إعلان شركة "إلكترولوكس غْروب" السويدية العالمية المتخصصة في الأجهزة الكهربائية استعدادها لبيع علاماتها التجارية الشهيرة في مصر التي كانت تعدها أحد أهم الأسواق وتسعى حتى فترة قريبة إلى تحويلها إلى قاعدة تصديرية للأجهزة المنزلية، تساؤلات حول هذا التحول المعاكس، وأسباب التخارج وعلاقته بالأزمة الاقتصادية التي تمر بها البلاد.

وأعلنت الشركة، قبل أيام، عن اعتزامها بيع العلامة التجارية "زانوسي" وغيرها من العلامات التجارية مثل "إيديال" و"أولمبيك" (أشهر 3 علامات تجارية كهربائية في مصر) خلال الفترة المقبلة كجزء من إعادة ترتيب أولويات استراتيجيتها العالمية، والتركيز على بعض العلامات التجارية.

تقدر القيمة الإجمالية المحتملة لعملية بيع الأصول غير الاستراتيجية مجتمعة بحوالي 10 مليارات كرونا سويدية (تعادل 977 مليون دولار)، وتشمل مصانع الشركة في مصر، إلى جانب مصانع سخانات المياه في مصر وجنوب أفريقيا، بحسب بيان الشركة.

ومجموعة "إلكترولوكس" هي شركة عالمية رائدة في مجال الأجهزة المنزلية، تبيع ما يقرب من 60 مليون منتج منزلي في حوالي 120 سوقًا كل عام، وفي عام 2022 بلغت مبيعات المجموعة 135 مليار كرونا سويدية ويعمل بها 51،000 شخص حول العالم.

تواجد كبير وخروج سريع

يعود تاريخ وجود الشركة، ثاني أكبر شركة للأجهزة المنزلية في العالم، في مصر إلى عام 2011، عندما استحوذت على 52% من "أولمبيك غروب" المصرية، أكبر شركة لصناعة الأجهزة المنزلية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في صفقة تخطت قيمتها المليارية جنيه (262 مليون دولار حينها)، وبعدها توسعت الاستثمارات في مصانع وخطوط إنتاج جديدة.

تنتج مصانع الشركة الأجهزة من علامات "زانوسي" و"إيديال" و"أولمبيك" و"دلتا"، وتشمل الغسالات والثلاجات وسخانات المياه الكهربائية وسخانات الغاز، والبوتاغازات، وتصدر الشركة حالياً لأكثر من 27 دولة حول العالم.

رغبة الشركة في التخارج من مصر، أحد أكبر الأسواق في المنطقة، جاء عكس تصريحات الرئيس التنفيذي لشركة "إلكترولكس غروب مصر" ميسم الحناوي قبل شهرين، عندما كشف أن الشركة السويدية لديها استراتيجية طموحة لتحويل مصر إلى قاعدة تصديرية للأجهزة المنزلية إلى أفريقيا وأوروبا.

وكانت الشركة قد أعلنت في نهاية تشرين أول/ أكتوبر الثاني الماضي، عن عزمها على ضخ استثمارات جديدة داخل السوق المصرية خلال العام المقبل 2023، ومضاعفة نشاطها التصديري الذي يتجاوز الـ10% من مبيعاتها، حيث تمتلك 6 مواقع إنتاجية توفر ما يقرب من 2500 وظيفة، وتصل نسبة المكون المحلي إلى ما بين 50% و 70%.