



لمحة عامة

التأسيس

الوضع الحالي

اسم الشركة العائلية:
العربي

المقر الرئيسي:
القاهرة، مصر

الصناعات الرئيسية:
النقل، تصنيع الإلكترونيات والأجهزة
الكهربائية

عدد الموظفين:
أكثر من 45,000 موظف

اسم العائلة: العربي

اسم المؤسس: محمد إبراهيم العربي

أول اسم موثق للشركة: العربي

سنة التأسيس: 1964

مكان التأسيس: القاهرة، مصر

حالة الشركة الراهنة: شركة قائمة

نبذة عن المؤسس

وُلد محمود إبراهيم العربي عام 1932 في قرية أبو رقية بمحافظة المنوفية في ريف مصر، حيث كان معظم سكان القرية من المزارعين الفقراء الذين يعتمدون على المقايضة بدلاً من المال. توفي والده إبراهيم الذي كان يعمل مزارعاً مستأجراً عندما كان محمود في السادسة عشرة من عمره بسبب إصابته بالزحار، فتولت والدته هانم رعاية المزرعة بعد وفاته. وكان لمحمود شقيقان هما محمد وعبد الجيد.

توقف تعليم محمود عند الصف الرابع الابتدائي نتيجة عدم قدرة الأسرة على تحمل نفقات دراسته، لكن موهبته في البيع برزت منذ صغره، فقبل أن يتم السادسة من عمره ساعده والده في شراء الألعاب وبيعها لسكان القرية. وعندما بلغ العاشرة من عمره، انتقل إلى القاهرة حيث عمل في عدة متاجر خلال فترة معركة العلمين عام 1942، التي أثقلت الاقتصاد المصري بعدما تم تحويل الكثير من الموارد لخدمة المجهود الحربي البريطاني. وقد وصف محمود تلك الفترة بأنها اتسمت بالطواير الطويلة للحصول على الخبز، فيما كانت القنابل تتساقط على المدينة.

بدأ محمود العمل في محل للطور بحي الموسكي في القاهرة لمدة شهر واحد، حيث كان يتولى إغلاق زجاجات العطور قبل أن يترك العمل بحثاً عن فرصة في مجال المبيعات، وساعده أحد أشقائه في الحصول على وظيفة بمتجر للتحف بالقرب من مسجد سيدنا الحسين، حيث تعلم درساً تجارياً مهماً من صاحب المحل، الذي اعتمد على استراتيجية تقوم

على خفض هوامش الربح وزيادة حجم المبيعات. ورغم تواضع راتبه، واصل محمود العمل في المتجر بين عامي 1942 و1949. وبعد أن عمل بجد في إحدى الليالي، حقق محمود إيرادات بلغت أربعين جنيهاً، لكنه شعر بالإحباط حين استولى صاحب المتجر على كامل المبلغ، فقرر ترك العمل والتوجه إلى تجارة الجملة.

انضم محمود لاحقاً إلى شركة النصر للتجارة تحت إشراف الحاج عبد الفتاح أبو شليب، حيث تعلم أسس تجارة الجملة ومهاراتها. واستمر في العمل لدى الشركة لأكثر من عقد، وكان خلال هذه الفترة يؤدي خدمته العسكرية التي امتدت لثلاث سنوات، حيث كان يعود للعمل أثناء إجازاته، ثم تابع عمله بشكل كامل بعد انتهاء خدمته. وعندما بلغ محمود الثامنة عشرة في عام 1950، تزوج من هانم وأنجب منها ثمانية أبناء: منى، ممدوح، محمد، ماجدة، مصطفى، منصور (الذي توفي قبل أن يتم عامه الأول)، مدحت، ومحيي الدين.

تأسيس الشركة

في عام 1958، التقى محمود بعنتر عبد الوهاب، زميله في العمل الذي سرعان ما أصبح صديقه، حيث جمعتهم رغبة مشتركة في تأسيس مشروعها الخاص، وتمثلت فكرتهما في افتتاح متجر يبيع "جميع أنواع السلع حتى يتمكن التجار في القاهرة ومختلف المناطق من الحصول على كل ما يحتاجونه من مكان واحد". في عام 1964، بدأ حلمهما يتجسد على أرض الواقع إذ عرض محمود وعنتر فكرتهما على اثنين من عملائهما القدامى، الأخوين عباس وهما تاجران من صعيد مصر كانا يشتريان السلع من شركة النصر للتجارة في القاهرة. استثمر الأخوة عباس مبلغ 4000 جنيه مصري، وأسس الشركاء شراكة متساوية بحيث يحصل كل واحد من الشركاء الأربعة على 25% من الأرباح، وتمكنوا من الحصول على متجر في شارع جوهر القائد بالقاهرة، وأسندوا إدارة العمل إلى محمود وعنتر.

اعتمد محمود وعنتر على استراتيجية واضحة تقوم على خفض هوامش الربح والتركيز على سرعة دوران المبيعات. وفي 15 أبريل 1964، افتتح أول متجر لهما، وأطلقا عليه اسم "العربي" نسبة إلى اسم عائلة محمود. حقق المتجر أرباحاً فورية، لكن عنتر أصيب بمرض مفاجئ منعه من العودة إلى العمل بعد يومين فقط من الافتتاح، وتوفي بعد عامين. عندها كرس محمود كل جهده لإدارة المتجر بدعم من إخوته.

بعد وفاة عنتر، رفض الأخوان عباس منح الورثة حقهم في الحصة التي تركها عنتر. وبدأ يروجان ادعاءات بأنهما المسؤولين الوحيدان عن نجاح المشروع، ثم دبرا كميناً لمحمود داخل المتجر بمساعدة مجموعة من البلطجية، فلجأ محمود إلى القضاء، وقام ببيع المخزون وإغلاق المتجر. وفي أوائل عام 1967، اشترى محمود وإخوته وأبناء عنتر متجراً جديداً، لكن الأخوان عباس طعنوا في ملكيته، ولجأ إلى الحاج عبد الفتاح أبو شليب الذي توسط في تسوية دفع بموجبها محمود مبلغاً لإنهاء الشراكة. واجه الأخوان عباس صعوبة في إدارة المتجر الأول الذي استحوزا عليه من خلال التسوية، فعرضوا بيعه مجدداً. وبمساندة الحاج عبد الفتاح، تمكن محمود من شرائه، ليصبح في النهاية مالكاً لمتجرين بدلاً من واحد. وفي وقت لاحق، حصل أبناء عنتر على حصتهم من الأرباح وخرجوا من الشراكة.

مرحلة النمو والازدهار

بعد نجاح شركته في تجارة القرطاسية والأدوات المنزلية، سعى محمود إلى دخول مجال التصنيع. وفي عام 1966، دفعه حظر الاستيراد إلى إنتاج أقلام شمع ملونة تحت اسم "ألوان اللخبطة"، ولاقى الإعلان التلفزيوني لهذه الأقلام رواجاً واسعاً بين تلاميذ المدارس، ما زاد الطلب عليها بشكل كبير. كما أسست العائلة الشركة الفنية لتصنيع أقلام التلوين المدرسية، وأنشأت مصنعاً صغيراً في حي المغاربة بالقاهرة.

في عام 1970، تولى أنور السادات رئاسة مصر. وخلال السنوات الأولى من حكمه، أدت الحرب مع إسرائيل إلى توقف حركة التجارة. ومع ارتفاع التكاليف، عجزت الشركة العائلية عن تغطية نفقاتها فواجهت أزمة مالية خانقة وديوناً متراكمة. في هذه الظروف، برزت فرصة جديدة، إذ بدأ التجار في استيراد الأجهزة الكهربائية إلى مصر عبر ليبيا والكويت والمملكة العربية السعودية، وكان الطلب مرتفعاً على أجهزة التلفزيون والراديو من علامات تجارية مثل ناشونال باناسونيك وسانيو وسوني.

في أوائل السبعينيات، التقى محمود وإخوته برجل الأعمال الياباني شيجيرو أندو، الذي كان يدرس اللغة العربية في مصر. وقد أرسلته شركة توشيبا لإجراء دراسة عن السوق والبحث عن شريك محلي. أقام أندو علاقة قوية مع الأخوين العربي ووجد فيهما شركاء محتملين لوكالة توشيبا في مصر فاختبروا معاً الطلب على منتجات توشيبا من خلال توزيع شحنات محدودة في متجر العربي، وحقق ذلك نجاحاً ملحوظاً. وفي عام 1974، وصل وفد من توشيبا بشكل مفاجئ لتفقد العمل وقد فوجئوا بتواضع الإمكانيات، إذ لم يكن هناك مكتب إداري أو سكرتارية أو قسم متخصص للإلكترونيات، حيث كان المتجر يبيع أيضاً الملابس والأدوات المنزلية والألعاب. رفضت توشيبا في البداية إبرام أي اتفاق، لكن أندو دافع بقوة عن الإخوة العربي، مؤكداً أن انتشارهم الواسع في السوق أهم من المظاهر. وبعد جهد كبير، منحتهم الشركة فترة تجريبية لمدة عام كموزعين. ونجحوا خلالها في التفوق على منافسيهم بفضل مبيعاتهم من أجهزة التلفزيون والمراوح ومسجلات الكاسيت من توشيبا. وبحلول الفترة بين عامي 1971 و1973، أصبحت تجارة الإلكترونيات أكثر ربحاً من تجارة القرطاسية.

في عام 1975، زار محمود اليابان بدعوة من توشيبا. وشكّلت هذه الزيارة نقطة تحول في رؤيته، إذ قرر أن يطمح لما هو أبعد من الاستيراد، وأن يسعى لتصنيع منتجات عالية الجودة داخل مصر. وبدأ بخطوة عملية حيث اشترى أرضاً لإنشاء مصنع في مدينة بنها. ورغم رفض توشيبا في البداية التعاون في التصنيع، واصل محمود إصراره واثقاً من قدرة السوق المحلي على استيعاب الإنتاج الصناعي. وفي النهاية، وافق مجلس إدارة توشيبا على خطة التصنيع. وبفضل الشراكة مع توشيبا، نجح العربي في الانتقال من التجارة إلى التصنيع، فبدأ بإنتاج المراوح وأجهزة الراديو ومسجلات الكاسيت، ثم توسع لاحقاً ليشمل تصنيع أجهزة التلفزيون. وفي عام 1994، وافقت توشيبا على إنشاء مصنع متكامل لأجهزة التلفزيون في بنها، وبدأ العمل بكامل طاقته الإنتاجية في العام التالي.

في أوائل عام 1999، أنشأت مجموعة العربي مجمع قويسنا الصناعي، الذي توسع ليضم العديد من مرافق الإنتاج الرئيسية، بما في ذلك مصانع ثلاجات توشيبا وشارب والغسالات وأجهزة التلفزيون والبلاستيك والمراوح والزجاج وتكييف الهواء وقطع الغيار والقوالب والدارات الإلكترونية والرغوة والصب بالقالب ومواقد الغاز تحت علامة تورنيديو. وفي عام 2002، دخلت المجموعة في شراكة مع شركة شارب اليابانية لتصنيع الإلكترونيات، ثم عقدت شراكات عالمية ناجحة مع علامات تجارية كبرى، مثل هيتاشي و NEC وسيكو وألبا وسوني من اليابان، إضافة إلى لا جيرمانيا وهوفر وكاندي من إيطاليا. وفي عام 2009، منح الإمبراطور الياباني أكيهيتو محمود العربي وسام الشمس المشرقة تقديراً لمساهماته.

في عام 2020، تجاوز عدد موظفي مجموعة العربي 40,000 موظفاً وتوفي محمود العربي بعد عام عن عمر ناهز 89 عاماً، تاركاً إدارة الشركة لورثته. وفي سبتمبر 2022، أعلنت الشركة عن شراكة مع شركة ريتشي التايوانية لإنتاج ضواغط أجهزة التكييف باستثمار قدره 33 مليون دولار.

الوضع الحالي

لا تزال الشركة مملوكة للعائلة، حيث يتولى ابنا المؤسس، إبراهيم محمود العربي منصب رئيس مجلس الإدارة، ومحمد محمود العربي منصب الرئيس التنفيذي. كما يشارك العديد من أحفاد محمود في الشركة، بمن فيهم محمد مجدي العربي، الذي انضم عام 2006 ويشغل منصب الرئيس التنفيذي للتكنولوجيا، ومحمود مجدي العربي الذي انضم عام 2009 ويشغل منصب مدير إدارة العلامات التجارية، وإسلام العربي الذي انضم عام 2014 ويشغل منصب رئيس التجارة الحديثة.

يعمل في مجموعة العربي أكثر من 45,000 موظف في 15 شركة. وتمتد مرافقها على مساحة تتجاوز مليون متر مربع، بما في ذلك 36 مصنعاً. وتبلغ نسبة الموظفين من المواطنين المصريين فيها 90٪، وتشمل منتجاتها 43 فئة مع 2,000 صنف. تضم شبكة توزيع العربي أكثر من 3,000 موزع معتمد، و38 فرعاً للمبيعات، وأكثر من 500 مركز خدمة، وتعمل في أكثر من 60 دولة في أفريقيا والشرق الأوسط وأوروبا الشرقية، وتتعاون مع 16 علامة تجارية عالمية وأكثر من 500 مورد.

تاريخ الشركات العائليّة

FAMILY BUSINESS HISTORIES

FAMILYBUSINESSHISTORIES.ORG

CONTACT@FAMILYBUSINESSHISTORIES.ORG

