من خلال 81 صفقة وبزيادة 51.6 في المئة على أساس شهري

الشركات الناشئة بالشرق الأوسط تجمع 375 مليون دولار خلال فبراير.. والسعودية بالصدارة

حصلت الشركات الناشئة بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا على 375 مليون دولار من خلال 81 صفقة في شهر فبراير 2022، بزيادة تبلغ 51.6 % على أساس شهري، و134 % على أساس سنوي.

وكشف تقرير اقتصادي متخصص، أنه كان للشركات الناشئة السعودية النصيبُ الأكبر من إجمالي هذا المبلغ، فقد حصلت على 219 مليون دولار من خلال 23 صفقة استثمارية، أيْ ما يعادل 58 % من إجمالي التمويلات، وذلك في المقام الأول بفضل الجولة التمويلية الثانية لشركة تروكر بقيمة 96 مليون دولار وجولة نمو شركة نعناع بقيمة 50 مليون دولار.

وحصلت الشركات الناشئة الإماراتية على ما مجموعه 77.6 مليون دولار من خلال 20 صفقة، بينما حصلت الشركات الناشئة المصرية على 70 مليون دولار من خلال 18 صفقة، وتلقت هذه الأسواق الثلاثة معاً 98 % من إجمالي قيمة التمويلات.

وكانت تونس والمغرب من الأسواق الأخرى التي شهدت زخماً متزايداً، فقد حصلت الشركات الناشئة التونسية على مليون دولار، وحصلت الشركات الناشئة المغربية على 4 ملايين دولار.

وكان المستثمرون المقيمون في المملكة العربية السعودية هم الأكثر نشاطاً، فشاركوا في 27 صفقة، بينما شارك المستثمرون المقيمون في الإمارات العربية المتحدة في 22 صفقة.

وشهد الشهر الماضي ارتفاعاً واضحاً في التمويلات المُقدّمة في شتى مراحل الشركات، مع ارتفاع ملحوظ في عدد استثمارات الجولة التمويلية الأولى. ولا تزال صفقات مرحلتي التأسيس وما قبل التأسيس مهيمنة من حيث عدد الصفقات.

ولا تزال مسرعات الأعمال مصدراً رئيسياً لتمويل الشركات الناشئة في مراحلها الأولى. وفي الشهر الماضي، كانت مسرعة الأعمال "تك ستارز الرياض" هي الأكثر نشاطاً، حيث استثمرت في أكثر من 12 شركة ناشئة في شتى أنحاء المنطقة، تليها Flat6Labs التي شهدت تخرّج ثمانية من مجموعتها التونسية.

وكان المستثمرون الأمريكيون أكثر المستثمرين الأجانب تفاؤلاً بصعود الشركات الناشئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، فقد ساندوا 30 صفقة من إجمالي 35 صفقة شهدت استثماراً أجنبياً مباشراً.

أما من حيث القطاعات، فقد حصلت الشركات الناشئة العاملة في قطاع الخدمات اللوجستية على النصيب الأكبر في شهر فبراير الماضي، بمبلغ 120 مليون دولار، بقيادة شركتي تروكر وريتيلو السعوديتين.

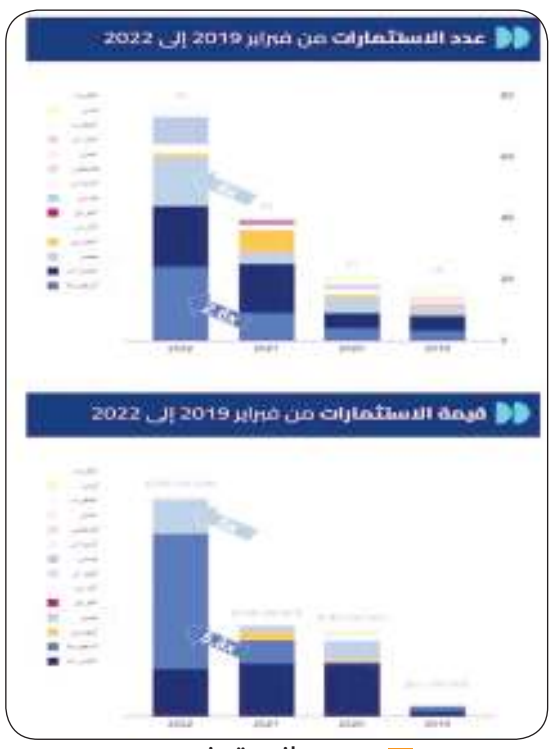
وفي داخل قطاع الخدمات اللوجستية، حصلت شركة مايلزمور المصرية، التي تقدم حلولاً سحابية في مجال التوصيل للعميل النهائي، على 5 ملايين دولار من شركة بريمور الناشئة، وهي شركة مصرية أيضاً تعمل في مجال التجارة بمنصات التواصل الاجتماعي (social commerce).

وحصلت 8 شركات ناشئة في مجال تكنولوجيا الغذاء على 74 مليون دولار، ويرجع الفضل الأكبر في ذلك إلى جولة تمويلية قدرها 50 مليون دولار حصلت عليها شركة نانا من أجل منصتها التجارية السريعة للبقالة الإلكترونية.

ولا تزال التكنولوجيا المالية هدفاً جذاباً للمستثمرين، فقد حصلت الشركات الناشئة في هذا القطاع على 67 مليون دولار من خلال 19 صفقة.

وحصلت الشركات الناشئة التي أسسها رجال على 96 % من التمويلات البالغة 375 مليون دولار في الشهر الماضي من خلال 69 صفقة، واستثمر أقل من 4 ملايين دولار في الشركات الناشئة التي أسستها نساء، بينما حصلت الشركات الناشئة التي شارك في تأسيسها رجال ونساء على ما يقرب من 11 مليون دولار.

وفي الشهر الماضي، لم تكشف الشركات التالية عن المبلغ الدقيق الذي حصلت عليه: BithTV، وPostpay، وSiFi، و NymCard، وNawah Scientific، وOro، إلى جانب الشركات الناشئة التي تخرجت من مسرعة الأعمال "تك ستارز الرياض". فوضعنا لكل منها مبلغاً تقديرياً معتدلاً قدره 100 ألف دولار.



رسم بياني توضيحي

«غرفة الشارقة» تؤكد تكثيف مجالات التعاون الاقتصادي مع الأرجنتين

جانب من اللقاء

بحثت غرفة تجارة وصناعة الشارقة، مع وفد رفيع المستوى من دولة الأرجنتين، تكثيف مجالات التعاون المشترك بين مجتمعات الأعمال في كل من إمارة الشارقة والأرجنتين، من أجل الارتقاء بالعلاقات الاقتصادية والتجارية والاستثمارية إلى مستويات أفضل بين البلدين الصديقين.

جاء ذلك خلال استقبال عبد الله سلطان العويس رئيس مجلس إدارة غرفة تجارة وصناعة الشارقة في مقر الغرفة، لوفد ضم رؤساء ووزراء ومسؤولين لعدد من المحافظات الأرجنتينية برئاسة معالي سباستيان ليفتون وزير الإنتاج الصناعي والتوظيف، وذلك بحضور سعادة محمد أحمد أمين العوضي مدير عام غرفة تجارة وصناعة الشارقة، وعبد العزيز شطاف مساعد المدير العام لقطاع الاتصال والأعمال، وإبراهيم راشد الجروان مدير إدارة العلاقات الاقتصادية والتسويق بالغرفة، وعلي الجاري مدير مركز الشارقة لتنمية الصادرات، وفاطمة خليفة المقرب مديرة إدارة العلاقات الدولية في الغرفة، إلى جانب ممثلين عن السفارة الأرجنتينية لدى الدولة، وعدد من رجال الأعمال من الجانبين.

تقوية مجالات التعاون

ورحب عبد الله سلطان العويس بالوفد الزائر، مؤكداً حرص غرفة الشارقة على تقوية مجالات التعاون والتنسيق بين الشارقة والأرجنتين، ومشددا على أهمية العمل المتكامل من أجل الارتقاء بالعلاقات التجارية والاستثمارية إلى مستويات أفضل، مشيرا إلى أن حجم الصادرات من الإمارات إلى الأرجنتين قد بلغ 10.5 مليون دولار، فيما بلغت واردات الأرجنتين إلى الإمارات 237 مليون دولار خلال العام 2018، مؤكدا على أهمية العمل المشترك من أجل النهوض بالعلاقات القائمة ودفعها إلى مراحل تلبي تطلعات الجانبين بالاستناد إلى حجم الإمكانيات الاقتصادية التي يتمتع بها البلدين، الأمر الذي يسهم في رفع معدلات التبادل التجاري فيما بينهما.

ولفت العويس، إلى المزايا المتعددة التي تقدمها إمارة الشارقة للمستثمرين الأجانب والتي من شأنها أن توفر لرجال الأعمال الأرجنتينيين أفضل الفرص لتأسيس مراكز لأعمالهم وصناعاتهم الرئيسية وإقامة المشاريع وتعزيز حضورهم وانتشارهم في أسواق المنطقة، فضلا عن المقومات السياحية والثقافية والتعليم والخدمات الداعمة، إضافة إلى البيئة الاستثمارية التي تمتع بها الإمارة والتي جعلتها مركزا إقليميا للاقتصاد والأعمال نظرا لما تتميز به من بنية تحتية حديثة وخدمات لوجستية متطورة وتشريعات مرنة وموقع جغرافي حيوي، مؤكدا التزام غرفة الشارقة بتوفير كافة التسهيلات الممكنة التي تساعد المستثمرين الأرجنتينيين على تعزيز نشاطاتهم في الإمارة ودفعها إلى آفاق أوسع من العمل المشترك.

متانة العلاقات

وأعرب سباستيان ليفتون، عن شكره وتقديره لغرفة الشارقة على حفاوة الاستقبال، مشيدا بمتانة العلاقات بين بلاده ودولة الإمارات، وإمارة الشارقة على وجه الخصوص، مؤكدا الاهتمام بجذب المستثمرين الإماراتيين للاستفادة من الفرص المتاحة في السوق الأرجنتينية من خلال إنشاء شراكات استراتيجية اقتصادية جديدة بين قطاعي الأعمال الإماراتي والأرجنتيني، ومشددا على أن الأرجنتين منفتحة على التعاون مع العالم، وأنها والإمارات تتشاركان رؤية واحدة للمستقبل، وحريصتان على تعزيز التعاون الاقتصادي بينهما والاستفادة من الإمكانات الموجودة لدى الطرفين من أجل مستقبل مزدهر.

تنمية الصادرات

واستعرض علي الجاري، من خلال عرض تقديمي الخدمات الرائدة التي يقدمها مركز الشارقة لتنمية الصادرات، مؤكدا أن المركز لعب دورا رئيسيا منذ تأسيسه في عام 2015 في توفير بيئة مثالية داعمة ومطورة للصادرات المحلية من خلال مجموعة الخدمات المتنوعة التي يقدمها لتشجيع المنشآت الصناعية والمصدرة، والعمل على رفع قدراتها التنافسية في الأسواق الخارجية والاستجابة للفرص التسويقية الإقليمية والدولية، عبر توفير حلول ووسائل تصديرية والاستفادة من قواعد البيانات المتكاملة بما يساهم في رفع المعرفة التصديرية، وإيجاد ضمانات الائتمان والدعم الفني للصادرات.

خدمات متكاملة

وقدمت هيئة المنطقة الحرة لمطار الشارقة الدولي، عرضا لقدراتها اللوجستية ومنظومة الخدمات المتكاملة التي تلبي احتياجات المستثمرين، كما استعرضت المزايا التي تقدمها وأهمها ملكية أعمال بنسبة 100 %، وتحويل لرأس المال والأرباح من دون قيود على العملات، وإعفاء ضريبي كامل على الاستيراد والتصدير، وإعفاء من ضرائب الدخل على الشركات والأفراد بنسبة 100 %، وإصدار التراخيص خلال أقل من ساعة، وتوفير أراض ومستودعات ومكاتب مفروشة للتأجير، وموقع استراتيجي يتوسط الإمارات والعالم، إلى جانب ربط جوي عالمي من خلال مطار الشارقة الدولي، الذي يعد أكبر مركز شحن جوي في المنطقة، فضلا عن الأسعار المنافسة وتوفير المعدات والعمال وخدمات الشحن على مدار الساعة، مما جعلها الوجهة الأفضل للاستثمار في منطقة الشرق الأوسط، فضلا عن كونها واحدة من أقدم وأضخم مناطق التجارة الحرة وأسرعها نمواً في الشرق الأوسط.

لقاءات ثنائية

وتضمن الملتقى عرض مادة فلمية عن أبرز الخدمات التي تقدمها الغرفة لأعضائها المنتسبين ولرجال الأعمال والمستثمرين، كما جال الوفد الأرجنتيني في أروقة المعرض الدائم لمنتجات الصناعية المحلية الواقع ضمن مقر الغرفة، حيث اطلعوا على المنتجات التي تعرضها أكثر من 180 منشأة تعمل في الشارقة في حوالي 191 منصة عرض، وتم عقد لقاءات ثنائية بين رجال الأعمال من الطرفين، وتمحورت حول بحث الشراكات والتعاون والتنسيق المتبادل، ومناقشة الفرص الاستثمارية المتاحة.

الشركة حققت قيمة طلبات مباشرة بـ 300 مليار دولار خلال 2021

«زيدا» تعلن إطلاق خدمة جديدة لعملائها في الكويت

حمد الجديع

أليكس باريتو

أعلنت شركة "زيدا"، المتخصصة في الحلول الرقمية المتكاملة لتمكين المطاعم والمشروعات في مجال الأطعمة والمشروبات من بناء منصاتهم الخاصة للطلب أونلاين مباشرة بدون تحمل أعباء العمولات، عن اطلاقها خاصية "طلب الطعام" على موقعي "فيسبوك" وانستجرام". حصرياً لتكون بذلك الشركة الأولى والوحيدة في الكويت التي تفعلها بعد تدشينها عالمياً، تساهم الخاصية الجديدة في تقديم تجربة طلب مباشر أكثر سلاسة للعملاء تبدأ بمجرد الضغط على "طلب الطعام" حيث يتم توجيههم لمنصة الطلب المباشر وتصفح قائمة الطعام والإضافة للسلة والدفع اونلاين وتتبع الطلب لحين وصوله.

تأتي هذه الخاصية الجديدة كنتاج للعمل على تطوير منصة "زيدا" ضمن برنامج مسرعة فيسبوك لحلول الأعمال الذي استمر على مدار ١٢ اسبوعا وضم ٦١ شركة ناشئة من جميع أنحاء العالم من بينهم "زيدا"، والذي ركز في ورشه على أربع فئات وهي التطبيقات الخدمية والتطبيقات الإبداعية والنظم التكاملية ومنصات بيانات العملاء، والتي اقترنت جميعها بتدريبات مكثفة للتدريب على مجموعة منتجات وتقنيات "فيسبوك"، وتلقي المشورة من خبراء المنتجات والشراكات، والتواصل مع شبكة عالمية من المؤسسين والمبتكرين. بغية تحقيق أقصى استفادة للمشاركين في البرنامج.

أعرب حمد الجديع، الشريك المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة "زيدا" عن فخره بالانضمام إلى برنامج المسرعة الذي اختار "زيدا" لدورها كلاعب مؤثر في المنطقة وأسواق الكويت ومصر، وكون "زيدا" هي الأولى التي تدشن خاصية "طلب الطعام" بشكل حصري في الكويت، باعتبارها السوق الذي شهد بداية "زيدا" والآن من أكبر أسواقها في المنطقة. مشيراً إلى أن هذه الخاصية ستدعم أصحاب المطاعم من الاستفادة بشكل أكبر في التحكم في نشاطاتهم التسويقية على منصات التواصل الاجتماعية وتحقيق عائد أفضل من الاستثمار في حملات التسويق بتوجيه مزيد من العملاء للطلب من مواقعهم مباشرة، وهو ما يبنى علاقات أكثر قوة مع العملاء.

وأردف الجديع: "لدينا رؤية واضحة لتمكين المطاعم من خلال حلول تكنولوجية حديثة وتمييز علاماتهم التجارية وهوياتهم ونقل هذا التميز لتواجدهم أونلاين وجميع أنشطتهم التسويقية، لتوسيع انتشارهم وتسريع نموهم. لافتاً الى بداية " زيدا" في الكويت منذ عام 2018 ونجاحها في عام 2021 بالعمل مع 1200 عميل محلياً و100 عميل على المستوى الخليجي ، بالتزامن مع خطط التوسع في السوق المصرية والمملكة العربية السعودية وهم أسواق رئيسية لصناعة المأكولات والمشروبات، لتدعم أكثر من ٢٠٠٠ مطعما في المنطقة ونحقق معهم طلبات اونلاين بقيمة تتجاوز ٣٠٠ مليون دولار خلال عام ٢٠٢١ فقط،، كاشفاً عن ان الرؤية المستقبلية للشركة تستهدف التوسع في جميع أنحاء المنطقة بالارتكاز الى امكانياتنا الكامنة وفرق عملنا الديناميكي المواكب لكل المستجدات في عالم التسويق الرقمي للاطعمة والمشروبات."

واختتم الجديع بالتأكيد على استراتيجية عمل " زيدا" المتمثلة بالبحث الدائم عن طرق لتمكين المطاعم المحلية لإنشاء علاقات مستدامة مع عملائهم وتحقيق أفضل النتائج لحملاتهم التسويقية وربطها بزيادة مبيعاتهم والطلبات. موضحاً أن منصة " زيداً" توفر تجربة استثنائية وشاملة لإدارة الطلبات حيث يمكن لأصحاب الأعمال الحصول على مزيد من المعلومات والتقارير حول مبيعاتهم وإطلاق حملات تسويقية مستهدفة من نفس المنصة، بالإضافة إلى التحكم الكامل في أداء منتجاتهم وفروعهم."

بدوره قال أليكس باريتو نائب الرئيس التنفيذي لتطوير التكنولوجيا، "كان برنامج المسرعة مفيدا على جميع الأصعدة، حيث تمكنا من العمل جنبا إلى جنب مع خبراء "فيسبوك" لتمكين عملاء المطاعم من الحصول على تجربة أكثر سهولة لطلب الطعام عبر الانترنت.و نعمل في "زيدا" على تمكين المطاعم من التعامل المباشر مع عملائهم مما يساهم في تعزيز تواجدهم بالأسواق التي يعملون بها. والآن الخاصية الجديدة ستسمح بوجود "زر" يوجه المتابعين وزوار صفحات التواصل الاجتماعي مباشرة إلى موقع الطلب واتمام الشراء."

شركة «الحمراء العقارية» تشارك في اليوم العالمي للمرأة

انضمت شركة الحمراء العقارية إلى التوجه العالمي للتشجيع على المساواة بين الجنسين، حيث قامت الشركة بإضاءة برج الأعمال باللون البنفسجي، إضافة لقيامها بتنظيم عدد من الأنشطة والفعاليات لدعم هذه المبادرة العالمية التي تنطلق هذه السنه تحت شعار #كسرالتحيز # Break– TheBias. وانطلاقاً من حرصها على تقديم الدعم والمساندة والمشاركة في هذه الحركة الداعية للمساواة بهدف بناء عالم أفضل للجميع دون تحيز، قامت الشركة بتنظيم حملة نحو عالم منصف وشامل في برج الحمراء للاعمال وشارك فيها جميع موظفيها وشركائها وعملائها، كما أتاحت فرصة التسجيل في دورات خاصة لتعلم مهارات وتقنيات الدفاع عن النفس عند الحاجة.

وتحرص شركة الحمراء العقارية على أن تكون جهة رائدة وفاعلة ومشاركة في جميع مبادرات التغيير الإيجابية والمستدامة في الكويت والعالم، ولذلك تعتبر من الشركات القيادية في توفير بيئة عمل قائمة على التوازن والمساواة بين الجنسين في العمل سواء بالنسبة للشركة أو حتى لشركائها من المؤسسات. ولكي تحقق هذه الحملة العالمية للمرأة انتشاراً واهتماماً أكبر من خلال الترويج لشعارها الخاص #كسر التحيز والذي يترافق مع قيام الشخص بعمل إشارة X باستخدام يديه أمام صدره تعبيراً عن التضامن مع حملة كسر التحيز ضد المرأة، قامت الشركة بالترويج لأخذ صور شخصية (Selfie) عليه شعار الحملة ليتمكن الآخرون من التقاط الصور والمشاركة في هذه الحملة العالمية التي تتضمن فئات مختلفة لصور الرجال والنساء وحتى الصور الجماعية لأناس يقومون بعمل شعار الحملة تعبيراً عن دعمهم.