

الإمارات الوجهة الأولى في حقوق الامتياز التجاري في المنطقة



تأتي الإمارات في المركز الأول في منح حقوق الامتياز التجاري للكثير من العلامات التجارية العالمية التي تتخذ من الدولة مركزاً لها للتوسع في أعمالها في منطقة الشرق الأوسط، حيث جاءت الدولة طبقاً لآخر التصنيفات الخاصة بهذا القطاع في المركز الأول في منطقة الشرق الأوسط من حيث النوعية وجودة العلامات التجارية وتنوع العلامات التجارية، حيث يرتبط وجود هذه العلامات في الدولة بارتفاع معدلات منح الامتياز التجاري التي تضاعفت بحسب هؤلاء 3 مرات خلال العامين الأخيرين

في السياق ذاته أشار تقرير لقطاع التسجيل والترخيص التجاري في دائرة التنمية الاقتصادية في دبي إلى أن خدمات الضيافة وتجارة التجزئة تستحوذ على نحو 65% من الرخص التجارية بدبي، وسط إقبال كبير من رجال الأعمال والتجار والمستثمرين على هذه القطاعات، في ظل نمو الطلب عليها، بما في ذلك المطاعم والخدمات السياحية والتجزئة، وهذه القطاعات تتركز فيها منح حقوق الإمتياز التجاري

ويقول منصور السويدي، المدير العام لفرانشايز الشرق الأوسط: إن مانحي الفرانشايز العالميين يعدون دبي مركزاً

لإنطلاق أعمالهم في المنطقة، في مقابل ذلك هناك العديد من العلامات الإماراتية المحلية التي حققت قصص نجاح كبيرة، ولفت إلى أن هؤلاء يمكنهم التوسع في أسواق إقليمية لتصل منتجاتهم وخبرتهم الفريدة إلى نطاق أوسع .

منصة عالمية

وأضاف السويدي، أن الإمارات تعد منصة للتجارة ومركزاً للاهتمام من قبل الشركات العالمية، متوقعاً أن يتوسع قطاع الامتياز التجاري بصورة كبيرة في منطقة الخليج، وأن التركيز الأساسي سوف يكون على دبي باعتبارها مركزاً للأعمال بالمنطقة، ولفت إلى أن الإمارات كانت ولا تزال الوجهة المفضلة للماركات العالمية التي تبحث عن التوسع .

وأشار السويدي إلى أن حقوق الامتياز في العادة تتركز على قطاع المأكولات والتجزئة ولا سيما الأزياء بنسبة تصل إلى 60% من السوق، ولكن في الفترة الأخيرة أصبحت تتنوع لتصل إلى قطاعات أخرى فبخلاف المشروبات والأغذية وسلاسل المطاعم العالمية، امتدت لتشمل أعمال الدعاية والإعلان والإنشاء والفنادق وأعمال السياحة والسفر ومحال بيع الملابس وشركات تأجير السيارات ومحطات البنزين والمكاتب المهنية وغيرها .

وأضاف: تحقق الامتيازات التجارية نجاحات متزايدة ومتواصلة في جميع أنحاء العالم، حيث يتطلع العالم لدولة الإمارات كسوق خصب لنمو مثل هذه المشاريع لتواجد جميع فئات المستثمرين فيها ولتوافر السيولة الاستثمارية الكافية لديهم لاحتضان علامات جديدة في سوقها المحلي أو تصدير علاماتها المحلية إلى الأسواق العالمية، مؤكداً أن لدى هذه العلامات مجالاً رائعاً لتوسع من عملياتها في المنطقة، حيث تشهد الإمارات قبولاً كبيراً من المستثمرين من كل أنحاء الشرق الأوسط الراغبين في أخذ بعض العلامات المحلية إلى أسواقهم أو الباحثين عن فرص لإدخال علاماتهم إلى سوق الإمارات .

وعلى جانب آخر يؤكد عبدالباسط الجناحي، المدير التنفيذي لمؤسسة محمد بن راشد لتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة، أن قطاع الامتيازات التجارية ينمو بشكل كبير على الرغم من أن هناك العديد من المعوقات التي تواجه صناعة الفرنشايز من بينها إحجام البنوك عن تمويل تلك المشروعات رغم ما تمثله من أهمية كبيرة للاقتصاد من توفير فرص عمل حقيقية للشباب، حيث يصطدم نمو هذا القطاع بالسيولة التي تبني علامات تجارية جديدة قادرة على منح حقوق الإمتياز، مشيراً إلى أن 50% من تجارة التجزئة في العالم تدور حول منح حقوق الامتياز التجاري .

وأضاف: العلامات التجارية تشكل عملة متداولة في حد ذاتها، حيث يجد العديد من أصحاب المشاريع التجارية قيمة استثمارية في حقوق الامتياز كخيار عمل لهم من خلال استغلال حقوق الامتياز للشركات العالمية، منوهاً إلى أن هناك عدداً كبيراً من العلامات التجارية العالمية يأتي إلى دبي بهدف التوسع مع شركاء محليين في منطقة الشرق الأوسط .

وألمح الجناحي إلى أن دبي تمثل بيئة مثالية لتسويق منتجات هذه العلامات التجارية للشركات العالمية، حيث يمثل مجلس التعاون الخليجي أهمية قصوى بالنسبة للشركات العالمية العاملة في مجال الفرنشايز، ولفت إلى أن الكثير من المؤسسات في الشرق الأوسط تحاول التنويع من أجل الحفاظ على أعمالها، مشيراً إلى أن المؤسسات تتطلع إلى بيع الامتيازات إلى مؤسسات أخرى .

ومن جانبها قالت ميليسا موراي، شريك في شركة هادف أن النسبة الأكبر من الفرنشايز تتركز في قطاع المطاعم، حيث زاد عدد فروع المطاعم الفاست فود خلال السنوات الماضية في الإمارات والكويت والسعودية وباقي دول مجلس التعاون الخليجي، ويمثل ازدياد حجم الطلب على الماركات المطاعم العالمية دافعا قويا إلى تنامي عدد المطاعم في

وأشار إلى أن هناك نمواً في حقوق الامتياز الممنوحة بالدولة من قبل علامات تجارية عالمية عاملة بالمنطقة، حيث زادت هذه النسبة على ثلاثة أضعاف مع الأخذ في الاعتبار عوامل تعاضل فرص الأعمال لتلك الفئة من المطاعم في دول المجلس، وهو ما يعمل على اجتذاب شركات الخدمات الغذائية الأمريكية والأوروبية ذات الملاءة المالية المرتفعة نحو المزيد من التوسع والاستثمار في منطقة الشرق الأوسط

ضخ المزيد من الاستثمارات

وينتظر سوق الامتيازات التجارية ضخ المزيد من الاستثمارات خلال الفترة القادمة فمن جانبها تقول مجموعة المدني صاحبة الامتياز التجاري في العلامة التجارية تشارليز غريلد صبس أنها بصدد استثمار ما يقرب من 20 مليوناً في هذا السياق تتوقع مجموعة جواد للأعمال التجارية لقطاع الضيافة، أن يصل عدد المطاعم التي تديرها الشركة في دولة الإمارات إلى 50 مطعماً، حيث من المتوقع أن تضاعف الشركة استثماراتها بإمارة دبي في قطاع الضيافة خلال هذه الفترة . ومجموعة جواد بدأت في الإمارات منذ عام 2003 بفرع صغير لسلسلة مطاعم تاي إكسبرس بمساحة لا تتعدى 50 متراً

وقامت سلسلة مطاعم تيم هورتونز الأمريكية بافتتاح عدد من محالها في المنطقة في دبي ضمن اتفاقية منح حقوق الامتياز لافتتاح حتى 120 مطعماً خلال فترة خمس سنوات في منطقة دول مجلس التعاون الخليجي . كما قامت العلامة التجارية فاكرودين الشهيرة والبارزة في عالم المطاعم بإطلاق مشروعها الجديد بمنطقة الشرق الأوسط، وذلك عبر افتتاح أولى فروعها فاكرودينز فودز الشرق الأوسط، وذلك في مدينة دبي

كما وقعت مطاعم جميرا العلامة التجارية المتخصصة بالمطاعم – والتابعة لمجموعة جميرا – اتفاقية حقوق الامتياز مع مجموعة بي سي إف وذلك لاستغلال حقوق العلامة التجارية لمطاعم نودل هاوس في تركيا . كما قامت كوستا كافيه العلامة التجارية في مجال المقاهي – التي تدير عملياتها في دولة الإمارات عبر شركة ايماريتس ليجر ريتايل وهي إحدى الشركات التابعة لمجموعة الإمارات – بإطلاق متجر متروبوليتان والمصمم خصوصاً للعملاء المتميزين في دبي

وأعلنت مجموعة بابروتي كافيه، أحد أكثر المقاهي نمواً في الشرق الأوسط، عن توسع عملياتها لتشمل افتتاح فرعها الخامس لها في سنست مول الكائن على شارع شاطئ الجميرا الذي سيشكل الفرع العاشر لبابروتي في دولة الإمارات، والخامس عشر في دول مجلس التعاون الخليجي

كما قامت العلامة التجارية فاكرودين الشهيرة والبارزة في عالم المطاعم بإطلاق مشروعها الجديد بمنطقة الشرق الأوسط، وذلك عبر افتتاح أولى فروعها فاكرودينز فودز الشرق الأوسط، وذلك في مدينة دبي . كما وقعت مطاعم جميرا العلامة التجارية المتخصصة بالمطاعم – والتابعة ل مجموعة جميرا – اتفاقية حقوق الامتياز مع مجموعة بي سي إف . وذلك لاستغلال حقوق العلامة التجارية لمطاعم نودل هاوس في تركيا

كما قامت كوستا كافيه العلامة التجارية في مجال المقاهي – التي تدير عملياتها في دولة الإمارات عبر شركة ايماريتس ليجر ريتايل وهي إحدى الشركات التابعة لمجموعة الإمارات – بإطلاق متجر متروبوليتان، كما من المتوقع في 2013 أن يقوم فندق أتلانتس ذا بالم في دبي بافتتاح 8 مطاعم كاجوال جديدة، كما أبرمت برمت جست كيدنج الإماراتية اتفاقية

حقوق امتياز تجاري مع مجموعة آي إم زد بقيمة 23 مليون درهم، لتدشين 7 فروع لعلامة جست كيدنج في الإمارات . وسلطنة عُمان والكويت خلال السنوات الثلاث المقبلة

وفي خطوة تعزز توسع وانتشار علاماتها التجارية في دول مجلس التعاون الخليجي ودول أخرى، وقعت مؤسسة الإمارات العامة للبترول إمارات اتفاقية مع أحد كبار المستثمرين في سلطنة عمان، حصل بموجبها على حق الامتياز التجاري لثلاث علامات تجارية في مسقط، هي فريش بلس وبيكريا وكافيه أرابيكا . كما أبرمت جست كيدنج اتفاقية امتياز تجاري مع مجموعة آي إم زد العمانية بقيمة 23 مليون درهم لتدشين 7 محال تحمل علامة جست كيدنج في كل . من الإمارات وسلطنة عمان والكويت خلال السنوات الثلاث المقبلة

وتعتزم شركة التغليف الآمن، السعودية، المتخصصة في قطاع تغليف شحنات وأمتعة المسافرين توقيع اتفاقات مع مطار أبوظبي ودبي وآل مكتوم، بهدف التواجد باسم الشركة أو من خلال منح حق الامتياز التجاري مع شركات عاملة . في خدمات تغليف الشحنات وأمتعة المسافرين عبر مطارات الدولة

نماذج ناجحة

في السياق ذاته يمتلئ سوق الامتيازات التجارية المحلية بنماذج ناجحة فمن جانبها تقول رشا الظنحاني، صاحبة سلسلة مطاعم باباروتي إن وتيرة النمو المتسارعة التي تشهدها مجموعة باباروتي كافيه هي نتيجة الطلب المتزايد عليها من قبل الزبائن، كما هي دليل على نجاح هذه العلامة التجارية في المنطقة ما أثبت قدرة الشركة في الوقت نفسه على دخول عدد من الأسواق الجديدة . وأضافت إن أكثر ما يميز علامة باباروتي أنها أصبحت تشكل نقطة جذب أساسية في عالم . المقاهي الراقية، وتستقطب إقبالاً واسعاً من قبل كل المتذوقين لنكهتها الفريدة والشهية

أما علياء المزروعي صاحبة سلسلة مطاعم جست فلافل فتقول إن تنوع وتميز هذه المشاريع يؤكد الحاجة الملحة والماسة لدعمها خاصة أنها تشجع المنتجات المصنوعة في الإمارات وتؤكد قدرتها على المنافسة المحلية والدولية لذا يجب دعم هذه المشاريع . وتعد سلسلة المطاعم الشعبية جست فلافل إحدى أسرع العلامات التجارية نمواً في منطقة الشرق الأوسط، فمن بدايتها المتواضعة التي انطلقت بمطعمين في أبوظبي في العام 2007 باتت السلسلة تتمتع حالياً بوجود مئات من عقود الامتياز التجاري في دول الخليج العربي والشرق الأقصى، إضافة إلى خططها للتوسع في القارة الأوروبية والأمريكتين، حيث إنها بصدد تدشين مكتب للشركة بلندن لإعطاء حق الامتياز، مع وجود الكثير من الخطط . الطموحة لتوسعة الأعمال على الصعيد الدولي خلال العام 2012

شركات أمريكية

تنظر الكثير من الشركات العالمية ولاسيما الأمريكية للمنطقة، فيقول روي شقرا المدير التنفيذي لشركة شوتينغ ستارز، ممثل وارنر بروس الأمريكية في الشرق الأوسط، إن الشركة بصدد التوسع في منح حقوق الامتياز لعلاماتها التجارية، مؤكداً أن الإمارات تأتي في المركز الأول من ناحية حماية الملكية الفكرية، حيث تتواصل الشركة مع الجهات المسؤولة من أجل حماية حقوقها في المنطقة ولاسيما مع تزايد الطلب على استغلال هذه العلامات التجارية . وأضاف أن العلامات التجارية تشكل عملة متداولة في حد ذاتها، حيث يجد العديد من أصحاب المشاريع التجارية قيمة استثمارية في حقوق الامتياز كخيار عمل لهم من خلال استغلال حقوق الامتياز للشركات العالمية، مشيراً إلى أن هناك عدداً كبيراً . من العلامات التجارية العالمية تأتي إلى دبي بهدف التوسع مع شركاء محليين في منطقة الشرق الأوسط

