خلال استقباله مجلس إدارة المؤسسة العامة لتشجيع الاستثمارات

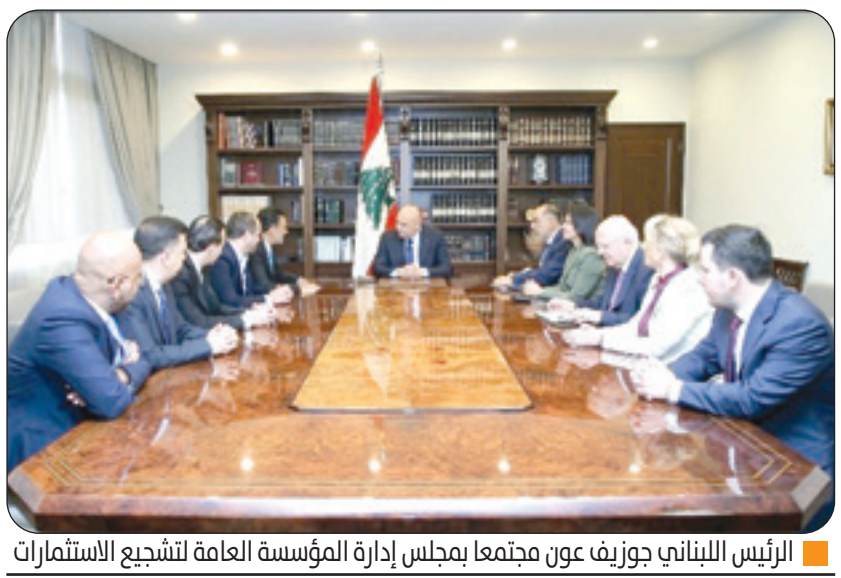
الرئيس اللبناني: إعادة النهوض الاقتصادي بلبنان ليست عملية مستحيلة

أكد الرئيس اللبناني جوزيف عون أمس الاثنين أن إعادة النهوض الاقتصادي بلبنان "ليست عملية مستحيلة اذا ما توافرت الإرادة الجامعة لتغليب المصلحة الوطنية".

وقال الرئيس عون خلال استقباله مجلس إدارة المؤسسة العامة لتشجيع الاستثمارات في لبنان (ايدال) إن "الظروف الاستثنائية التي يمر بها لبنان تحتاج الى قرارات استثنائية منها تسهيل المعاملات في الإدارات والتخفيف من البيروقراطية الإدارية".

وأضاف أن "العمل جار لاعتماد الحكومة الالكترونية التي تساهم في القضاء على الفساد" مشيرا إلى أن "مكافحة الفساد هو المدخل الأساسي لضبط أداء المؤسسات والإدارات اللبنانية واعادة الثقة المحلية والخارجية التي تشجع المستثمرين على الاستثمار في مشاريع منتجة وواعدة".

يذكر أن دور مؤسسة (ايدال) يكمن في جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة وتقديم خدمات للمستثمرين والترويج للصادرات والتعاون مع الجهات الحكومية لتحسين بيئة الأعمال وتطوير السياسات الاقتصادية وتطوير القدرات المحلية وتوفير فرص عمل.


الرئيس اللبناني جوزيف عون مجتمعا بمجلس إدارة المؤسسة العامة لتشجيع الاستثمارات

في شراكة إستراتيجية تعكس التزام بالابتكار والتواصل الفعّال

«سوني» تعين وكالة «رودر فين آتيلين» لتولي مهام علاقاتها العامة في الشرق الأوسط

عيّنت شركة سوني الشرق الأوسط وأفريقيا شركة رودر فين آتيلين، شركة الاستشارات العالمية المتخصصة في التسويق والاتصال، والذراع الإقليمية لمجموعة رودر فين في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، لإدارة مهام العلاقات الإعلامية في المنطقة. وستقود الوكالة استراتيجيات العلاقات العامة لسوني في قسم الإلكترونيات الاستهلاكية، لتغطي السعودية والإمارات وقطر والكويت والبحرين وسلطنة عمان ومصر.

يشمل تعيين رودر فين آتيلين إدارة منتجات سوني مثل تلفزيونات BRAVIA، وأنظمة الصوت المنزلي، ومنتجات التصوير الرقمي المتقدمة، وحلول الصوت بما في ذلك سلسلة ULT Power Sound الجديدة، وسلسلة INZONE.

ويأتي هذا التعاون عقب تحديث الهوية المؤسسية لوكالة رودر فين آتيلين وتعيين عدد من كبار المديرين الاستراتيجيين، مما يعزز خبرتها في مجالي العلاقات الإعلامية الاستهلاكية والمؤسسية.

وعلّقت صوفي سيمبسون، المدير العام لشركة رودر فين آتيلين – الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، قائلة: "سوني علامة تجارية لها صدى عالمي، لكنها أيضاً تتصل بعمق مع الجماهير في منطقتنا. هذا التعاون يعكس نوعية العمل الذي نطمح للقيام به – عمل جريء وهادف ومبني على طموح مشترك، مع تحقيق غاية سوني المتمثلة في تحفيز الإحساس والإبداع عالميًا من خلال قوة الإبداع والتكنولوجيا. ومع توسع حضورنا في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، نبقى ملتزمين بإحداث تأثير ملموس لجميع عملائنا. والعمل مع علامات تجارية رائدة مثل سوني يقربنا من هدفنا في رسم مستقبل الاتصالات من خلال الثقافة والإبداع."

وأضاف جوبي جو، المدير العام لشركة سوني الشرق الأوسط وأفريقيا: "في سوني، يغذي طموحنا دافع لا يتوقف لإلهام وإشباع فضول جماهيرنا في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. نؤمن بصنع تجارب ذات مغزى تتجاوز حدود التكنولوجيا، وتلامس الأفراد على مستوى أعمق وأكثر شخصية. شراكتنا مع رودر فين آتيلين امتداد طبيعي لهذه الرؤية. فالوكالة تتمتع بفهم قوي للسياق الإقليمي وديناميكيات السوق المتغيرة، ما يمنحها القدرة على تقديم استراتيجيات اتصالية متكاملة وفعالة تعكس تنوع وقيم المنطقة – بما يتماشى مع فلسفتنا: "أنت مميز، وسوني متعددة".

وتواصل سوني – كشركة ترفيهية إبداعية – صياغة تجارب ثقافية وغامرة في المنطقة من خلال الابتكار في مجال الترفيه المنزلي والشخصي، والتصوير الرقمي، والألعاب، وسرد القصص. وخلال الأشهر الماضية، سلطت العلامة الضوء على عدة إطلاقات رئيسية، منها تقديم منتجات ترفيه منزلي وشخصي في فندق W في أبوظبي في أبريل، وإطلاق جهاز REON Pocket Pro وسماعات الرأس الرائدة WH-1000XM6 في مايو.

ومع وجود العديد من الإطلاقات في الأفق، تبقى سوني ملتزمة بتقديم محتوى ملهم وتقنية متطورة في مختلف أنحاء المنطقة. وستواصل رودر فين آتيلين دعم قصة سوني من خلال استراتيجيات اتصال متكاملة تنبع من خصوصية السوق في الشرق الأوسط، وتتماشى مع توجهات الترفيه المتغيرة وأنماط استهلاك المحتوى الرقمي للحفاظ على الصلة مع الجمهور.

شراكة استراتيجية

شمل الاستطلاع أكثر من 6000 مشارك من مناطق مختلفة حول العالم

استبيان «بلو يوندر» يكشف عن مخاوف إنفاق عالمية والتضخم يغير عادات المستهلكين

كشف استطلاع عالمي أجرته شركة "بلو يوندر" في مايو 2025 عن تأثيرات واسعة للتضخم المستمر على سلوك المستهلكين وأنماط إنفاقهم على السلع اليومية. وشمل الاستطلاع أكثر من 6000 مشارك من مناطق مختلفة حول العالم، أبرزها أستراليا ونيوزيلندا وفرنسا وألمانيا والشرق الأوسط والمملكة المتحدة والولايات المتحدة. أظهرت النتائج أن 85 % من المستهلكين قلقون بشأن تأثير التضخم على أسعار السلع، مما يعكس تحولاً كبيراً في قرارات الشراء العالمية.

عوامل التضخم الرئيسية: الرسوم الجمركية في الصدارة

أفاد ما يقارب نصف المشاركين (49 %) أن الرسوم الجمركية العالمية الجديدة هي العامل الأبرز في ارتفاع أسعار السلع الغذائية. يليها زيادة أسعار المواد الخام (42 %)، ثم ارتفاع تكاليف العمالة في التصنيع ومعالجة الأغذية (39 %)، وأخيراً ارتفاع هوامش الأرباح للعلامات التجارية والمصنعين (33 %).

تحولات واسعة في سلوك وأنماط الشراء والرسوم الجمركية ترفع المخاوف من التضخم

الملابس والأحذية في صدارة التضحيات الاستهلاكية لمواجهة ارتفاع تكاليف الغذاء

تختلف هذه النظرة حسب المنطقة، ففي الولايات المتحدة (56 %) والمملكة المتحدة (56 %) والشرق الأوسط (50 %)، تعد الرسوم الجمركية السبب الرئيسي. بينما يرى المستهلكون في أستراليا ونيوزيلندا (50 %) أن زيادة هوامش الأرباح هي السبب، وفي فرنسا (48 %) وألمانيا (47 %) يعتقدون أن ارتفاع تكلفة المواد الخام هو العامل الأهم.

أما على الصعيد العمري، فيرى جيل الطفرة السكانية (Baby Boomers) أن ارتفاع تكاليف العمالة هو السبب الأساسي (52 %)، بينما تتفق الأجيال الأخرى على أن الرسوم الجمركية هي العامل الأبرز. ويؤكد بن وينكوب، المدير الأول لاستراتيجيات القطاعات العالمية في بلو يوندر، أن استخدام التقنيات المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي يمكن أن يساعد تجار الأغذية على التخفيف من تأثير هذه الرسوم.

تسبب التضخم في إحداث تغييرات كبيرة في سلوك المستهلكين. فقد صرح حوالي ثلثي المشاركين (65 %) أنهم سيقلصون مشترياتهم من المواد اليومية، بينما سيتجه 42 % للتسوق في متاجر التخفيضات أو متاجر الجملة. كما أشار حوالي الثلث إلى تفضيل الشراء بناءً على العروض والخصومات (36 %) أو التحول إلى العلامات التجارية الخاصة (34 %).

أشار وينكوب إلى أن هذه التغيرات تدفع تجار التجزئة إلى الاستثمار في تطوير علاماتهم التجارية الخاصة، وبل تبني استراتيجيات التكامل الرأسي لضمان كفاءة وربحية أعلى، وتقديم منتجات بأسعار تنافسية.

للتعويض عن ارتفاع تكاليف الغذاء، أبدى المستهلكون استعدادهم لخفض الإنفاق في مجالات أخرى. أشار أكثر من نصف المشاركين (56 %) إلى استعدادهم لتقليل الإنفاق على الملابس والأحذية، وهي الفئة الأكثر تضرراً عبر جميع الأجيال والمناطق. كما تضمنت الفئات الأخرى التي أبدى المستهلكون استعدادهم للتقليل منها: الإلكترونيات الاستهلاكية (46 %)، الاشتراكات الترفيهية والألعاب (43 %)، ومستلزمات العناية الشخصية والجمال (36 %).

جيل الطفرة السكانية هو الأكثر استعداداً لخفض الإنفاق على الملابس والأحذية (63 %)، يليه جيل إكس (59 %)، وجيل زد (53 %)، وجيل الألفية (50 %). وعلى الصعيد الجغرافي، تصدر المستهلكون في أستراليا ونيوزيلندا قائمة المستعدين لخفض الإنفاق على الملابس والأحذية (67 %)، تليهم الولايات المتحدة (62 %) والمملكة المتحدة (61 %).

وفي ختام حديثه، أكد وينكوب على ضرورة أن يدرك تجار التجزئة، بما في ذلك متاجر البقالة وغيرها، أهمية بناء الثقة من خلال الشفافية والعروض المستهدفة واستراتيجيات التسعير التي تضع القدرة على تحمل التكاليف في المقام الأول، مشدداً على أن حلول سلاسل الإمداد المناسبة تُمكّن التجار من النجاح في جميع الظروف الاقتصادية.

للارتقاء بقطاع إدارة الثروات في المنطقة

«ويلث بريكس كابيتال بارتنرز» تُطلق أعمالها في مركز دبي المالي العالمي

المشاركون في الحفل

نهج مبتكر لإدارة الثروات وانطلاقة قوية برؤية عالمية وخبرة متجذرة

أعلنت شركة "ويلث بريكس كابيتال بارتنرز المحدودة"، وهي شركة مستقلة جديدة لإدارة الثروات، عن انطلاق أعمالها رسمياً من مركز دبي المالي العالمي، المركز المالي الرائد في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وجنوب آسيا.

تأسست الشركة على يد خبراء متمرسين يتمتعون بخبرات قيادية متراكمة تتجاوز 150 عاماً في مجالي الخدمات المصرفية الخاصة وإدارة الأصول، وسجل حافل في إدارة أصول تتجاوز قيمتها 30 مليار دولار لعملاء من الشرق الأوسط وآسيا وأوروبا.

تدخل "ويلث بريكس" السوق برؤية واضحة، حيث تسعى إلى تقديم نهج متميز في إدارة الثروات يتمحور حول العميل، ويتميز بالاستقلالية والشمولية والمرونة بما يلبي تطلعات صُنّاع الثروات العالميين ويدعم تحول مركز ثقل رأس المال العالمي.

وبهذه المناسبة قال الدكتور حمد بوعميم، رئيس المجلس الاستشاري لشركة "ويلث بريكس كابيتال بارتنرز المحدودة": "نحن أمام لحظة فارقة في مسيرة دبي، حيث تتقاطع رؤوس الأموال العالمية مع الطموحات الإقليمية وتوقعات العملاء. ولم يعُد صُنّاع الثروات اليوم يبحثون فقط عن منتجات فعالة لإدارة ثرواتهم بقدر ما يتطلعون إلى شريك حقيقي يستطيع بناء إرثهم والحفاظ عليه، ودعم طموحاتهم، وتقديم مشورة محايدة وفعالة تُحدث فرقاً ملموساً".

يأتي إطلاق "ويلث بريكس" في لحظة مفصلية لقطاع إدارة الثروات، حيث من المتوقع أن تنتقل ملكية ما بين 85 و100 تريليون دولار أمريكي من الثروات العالمية بحلول عام 2050، فيما يُعرف بـ"الانتقال الكبير للثروات" — بما في ذلك نحو تريليون دولار أمريكي ضمن منطقة دول مجلس التعاون الخليجي وحدها. وتمثل هذه التحولات فرصة غير مسبوقة يقودها الجيل الجديد من أصحاب الملايين. وتستفيد دولة الإمارات من هذا التحول الجذري، حيث استقطبت دبي وحدها ما يزيد على 6,700 مليونير جديد خلال عام 2024، في حين تحتضن الدولة اليوم أكثر من 68 ألفاً من أصحاب الملاءة المالية العالية (HNWIs) وأصحاب الثروات الطائلة (UHNWIs)، ومن المتوقع أن تستقبل الدولة أكثر من 30 ألفاً خلال السنوات الخمس المقبلة، الأمر الذي يعزز مكانتها كمركز عالمي رائد للجيل الجديد من أصحاب الثروات.

يتزايد تركّز رأس المال العالمي لدى شريحتين تتميّزان بنمو سريع وإمكانات عالية: شريحة أصحاب الملايين من الطبقة المتوسطة (MTMs) الذين تتراوح أصولهم القابلة للاستثمار بين 5 و30 مليون دولار، وشريحة أصحاب الثروات الطائلة الذين تتجاوز ثرواتهم 30 مليون دولار. وتشير التقديرات إلى أن شريحة أصحاب الملايين من الطبقة المتوسطة وحدها تمتلك ما يقارب 55 تريليون دولار من الثروة العالمية، وتنمو بمعدلات تتخطى نمو شريحة أصحاب الملاءة المالية العالية عموماً. وتتميّز هذه الفئة بكون معظم أفرادها عصاميين ويتمتعون بمرونة عالية في التنقل على المستوى العالمي، كما يتمركزون في مرتبة متوسطة بين الشريحة العليا من أصحاب الثروات والشرائح ذات الثروات الضخمة، مما يستدعي اتباع نهج أكثر تخصيصاً وتطوراً من النماذج التقليدية المتبعة لإدارة الثروات. في المقابل، من المتوقع أن ترتفع أعداد أصحاب الثروات الطائلة بنسبة 38% خلال السنوات الخمس المقبلة، وتسجل آسيا ومنطقة الشرق الأوسط أعلى معدلات النمو عالمياً.

تستفيد "ويلث بريكس" من الزخم المتصاعد في مشهد إدارة الثروات، وتستند إلى نموذج متميز يقوده الشركاء ويغطي مجالات الثروات الخاصة، وإدارة الأصول، والاستشارات المالية للشركات. وباعتبارها شركة مرخّصة من قبل سلطة دبي للخدمات المالية وتتخذ من مركز دبي المالي العالمي مقراً لها، تهدف "ويلث بريكس" إلى تعزيز منظومة إدارة الثروات الحالية والارتقاء بها من خلال تقديم استشارات مخصصة ومحايدة تستند إلى انضباط مؤسسي راسخ، وتستفيد من أحدث التقنيات المتطورة.

وبهذه المناسبة، قال عارف أميري، الرئيس التنفيذي لسلطة مركز دبي المالي العالمي: "نرحب بانضمام 'ويلث بريكس' إلى المنظومة المتنامية لمركز دبي المالي العالمي، والتي تضم شركات رائدة تساهم في رسم ملامح مستقبل إدارة الثروات والأصول. ومع احتضان دبي لأكبر مخزون من الثروات في المنطقة، يواصل مركز دبي المالي العالمي استقطاب شركات إدارة الأصول التي تعزز الثقة وتحفز الابتكار وتُقدم رؤى متنوعة تُثري القطاع. ونتطلع إلى دعم نمو 'ويلث بريكس' وتعزيز مساهمتها في تطوير قطاع إدارة الثروات في المنطقة".

من جانبه، قال راجيش خانا، الرئيس التنفيذي لشركة "ويلث بريكس كابيتال بارتنرز المحدودة": "نعيش مرحلة استثنائية نعيد فيها تعريف مفهوم إدارة الثروات في المنطقة. وتوفر دبي مزيجاً فريداً من الوضوح التنظيمي والكفاءات العالمية والمنظومة المتقدمة لريادة الأعمال، مما يجعلها المقرّ المثالي لشركة محلية تمتلك طموحات جريئة ورؤية عالمية.

ووفقاً لنموذجها المستقل، تجمع "ويلث بريكس" بين قدراتها المحلية الخاصة وإمكانية الوصول إلى نخبة من أفضل مديري الأصول، مع التركيز بشكل رئيسي على ملاءمة الخدمات لاحتياجات كل عميل، والقدرة على اغتنام الفرص في مختلف الأسواق العالمية. وتتبنى "ويلث بريكس" نموذج عمل هجيناً يوازن بكفاءة بين التفاعل البشري والتقنيات الرقمية، مما يضمن تقديم تجربة عميل سلسة ومتكاملة. وتُتيح منصتها السحابية الآمنة توحيد محافظ العملاء عبر مختلف البنوك وفئات الأصول، مما يوفر رؤية دورية شاملة للأداء وإدارة المخاطر.