«تي اف كي» تستحوذ على «أوبيو» لتُشّكل مجموعة «ذا فاشون كينجدوم»

وضعت الشركة خططاً للتوسّع في منطقة الشرق الأوسط والخليج

يمثل الاستحواذ فرصة ذهبية لكلًا من الجانبين لتقديم الخدمات إلى فئات جديدة من العملاء

القاهرة، مصر 21 يونيو 2023 - أعلنت شركة «تي اف كي»، المنصة المصرية الرائدة في التجارة الإلكترونية للأزياء، استحواذها على شركة «أوبيو»، منصة الموضة الرائدة في المنطقة والتي تبيع للمستهلك بشكل مباشر ليُشكلان مجموعة «ذا فاشون كينجدوم». سيقوم هذا الاستحواذ بتوحيد جهود «تي اف كي» و«أوبيو» وتوسيع بيئة «ذا فاشون كينجدوم» الإلكترونية حيث إنها تضم تحتها الشركتين ومعهما خبراتهم التشغيلية ومواردهم مما يهدف إلى تقديم التنوع في المنتجات والخدمات المتعلقة بالموضة.

ويمثل هذا الاستحواذ الاستراتيجي خطوة فارقة في رحلة «تي اف كي» في تأسيس مجموعة «ذا فاشون كينجدوم»، والتي ستقوم بدور هام في إنشاء العلامات التجارية التي تهدف إلى إحداث ثورة غير مسبوقة في صناعة الأزياء والموضة في المنطقة. وستكون مهمة «ذا فاشون كينجدوم» الأولى هي تأسيس مشاريع تركز على خلق علامات تجارية متنوعة للأزياء سواء على المنصات الإلكترونية أو متاجر البيع بالتجزئة واستحواذهم وتنميتهم في السوق المحلية وداخل منطقة الشرق الأوسط والتي تعتبر من أكثر الأسواق نمواً ونشاطاً.

وفي سياق تعليقه على نجاح الاستحواذ، قال فادي أنطاكي، الرئيس التنفيذي ومؤسس شركة «تي اف كي»:

"يعتبر الاستحواذ على «أوبيو» خطوة استراتيجية مهمة لإكمال منصتنا التجارية المتكاملة للأزياء." وأكمل قائلًا: "حيث سنضم خبرات أوبيو في التصنيع والبيع المباشر للمستهلكين مع خبرة «تي اف كي» الواسعة في كل ما يتعلق بسوق التجارة الإلكترونية".

و أهم ما يُميز «ذا فاشون كينجدوم» عن غيرها من الشركات في نفس المجال هو التزامها بتمهيد الطريق للماركات المحلية التي لا تزال في مراحلها المبكرة والشركات الناشئة في مجال صناعة الأزياء في السوق المصري. على عكس شركات الأزياء الأخرى في المنطقة والذين يعتمدون بشكل أساسي على سلاسل علامات تجارية عالمية. ولهذا، تهدف «ذا فاشون كينجدوم» إلى سد هذه الفجوة من خلال تأسيس علامات تجارية من نفس النشاط تتناسب ثقافيًا مع المستهلك المحلي في المنطقة. ولهذا ستضم «ذا فاشون كينجدوم» مجموعة متنوعة من العلامات التجارية في الموضة، بما في ذلك «أوبيو» و «فيتس إيفريداي» و «بوديكشن»، بالإضافة إلى «سولتووتر سيركل» و «نو أبولوجيز»، وهما ماركتان جديدتان سيتم إطلاقهما قريبًا.

وأضاف أنطاكي قائلًا: "تستحق منطقة الشرق الأوسط وجود ماركات أزياء تتماشى مع تنوع سكان المنطقة واختلاف أذواقهم". "ومن خلال عمليات تأسيس ماركات جديدة والاستحواذ على علامات تجارية محلية في المنطقة، يمكننا توفير خيارات أزياء متقنة وفريدة تتناسب مع أذواق ورغبات عملائنا في منطقة الشرق الأوسط".

وفي هذا الإطار، أعرب شادي مختار، الشريك المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة «أوبيو» عن حماسه فيما يتعلق بعملية الاستحواذ قائلاً: "إن توحيد الجهود مع «تي اف كي» والانضمام تحت مظلة «ذا فاشون كينجدوم» يمثل فرصة استثنائية لـ «أوبيو» ويمهد الطريق لإطلاق قدرات نمو تجارية غير مسبوقة بالإضافة إلى توسيع وجودنا في أنحاء منطقة الشرق الأوسط. وبالتعاون مع «تي اف كي» سنعمل على تخطي الحدود ورفع تأثير علامتنا التجارية وإعادة تشكيل صناعة الأزياء في مصر".

بالإضافة إلى مجموعة الشركات التي تندرج تحت محفظة علامتها التجارية، تُقدم «ذا فاشون كينجدوم» منصة متكاملة من الخدمات بما في ذلك التصنيع والخدمات اللوجيستية والتسويق وإنشاء المحتوى الإلكتروني، وكل هذا مدعوم بمجموعة أدوات وبرامج تكنولوجية. وفي هذا الصدد، تقدم «ذا فاشون كينجدوم» أفضل بنية تحتية للعلامات التجارية التي تبيع إلى المستهلك بشكل مباشر في مجال صناعة الأزياء.

يدعم «ذا فاشون كينجدوم» مجموعة من أبرز المستثمرين، بما في ذلك «إيه 15» و «رابا بارتنرشب» و «فاونديشن فينتشرز» و «البنك التجاري الدولي سي آي بي» و «أكاسيا فنتشرز» و «صني ساید فنتشرز بارتنرز» و«فلات 6 لابز» و «عقال آنجل- مجموعة عقال للمستثمرين الملائكيين» و « أثال آنجل- مجموعة أثال للمستثمرين الملائكيين» «إيه يو سي آنجل- مجموعة الجامعة الأمريكي في القاهرة للمستثمرين الملائكيين» والشركات العائلية. وبالتالي، يقوم هذا الدعم بتعزيز مكانة «ذا فاشون كينجدوم» ويوفر فرصًا للنمو والتوسع.

تركز « ذا فاشون كينجدوم » بشكل أساسي على السوق المصري والسعودي، وذلك نظرًا للقوة الشرائية الهائلة وحجم السوق الضخم في تلك المناطق. ووفقًا لموقع ecommercedb.com، تمتلك مصر سوقًا للتجارة الإلكترونية للأزياء بقيمة 1.6 مليار دولار، وستصل إلى 3 مليارات دولار بحلول عام 2027. بينما تبلغ قيمة سوق التجارة الإلكترونية للأزياء في المملكة العربية السعودية 4 مليارات دولار، لتصل إلى 7 مليارات دولار في عام 2027.