

بسبب حلولها المتعلقة بضمان سلامة الغذاء

«إيكولاب» تحصل على شهادة الحلال من «هيئة الإمارات للمواصفات والمقاييس»



جانب من التكريم

حصلت «إيكولاب» الشركة الرائدة عالمياً في مجال خدمات المياه والتطبيقات وتكنولوجيا الطاقة، على شهادة «حلال» التي تصدرها هيئة الإمارات للمواصفات والمقاييس للشركات العاملة في الدولة، نظير حلولها ومنتجاتها المتعلقة بضمان سلامة الأغذية والمشروبات والتي يستخدمها منتجو المواد الغذائية المحليين.

وتحرص إيكولاب على الالتزام التام بالأطر والمعايير التنظيمية الصارمة التي تفرضها هيئة الإمارات للمواصفات والمقاييس على منتجات وحلول التعقيم التي قد تتلامس مع المكونات والمنتجات الغذائية. وللحصول على شهادة الحلال، كان لابد من استيفاء جميع الشروط المتعلقة بالمكونات الكيميائية، وبيانات السلامة المعتمدة، واستخدام المصفاة ثنائية اللغة على كل منتج.

ومع مطالبة هيئة الإمارات للمواصفات والمقاييس بأن تكون جميع المنتجات المصنعة محلياً متوافقة مع معايير المنتجات المسؤولة المعتمدة، تمكنت إيكولاب من إنجاز كافة الإجراءات الدقيقة خلال أربعة أشهر فقط، وتجهت في الحصول على شهادة الحلال

المستلة بمجموعة متكاملة من المنتجات الكيميائية التي قد يكون لها استخدامات في قطاع الغذاء. وقالت نادية محمود، مديرة الشؤون التنظيمية في إيكولاب لمنطقة الشرق الأوسط وأفريقيا: «بصفتنا إحدى الشركات التي توفر حلولاً وخدمات تضمن سلامة الغذاء داخل دولة الإمارات

العربية المتحدة، فقد تقدمنا بطلب للحصول على شهادة حلال من قبل هيئة الإمارات للمواصفات والمقاييس. وتود إيكولاب أن تشيد بالهيئة والعاملين في قطاع إنتاج الأغذية لوعيهم التام بأهمية الالتزام بأعلى معايير أمن وسلامة إنتاج الغذاء والتي تعزز ثقة المستهلكين. وتخطي منتجات إيكولاب

باستخدام على نطاق واسع عبر العشرات من رواد منتجي الأغذية والمشروبات في دولة الإمارات، ومع حيازتها لشهادة الحلال، أصبحت تلك المنتجات والحلول تشكل ركناً مهماً أساسياً في تعقيم خطوط إنتاج الغذاء كافة. وأضافت نادية محمود: «مع تزايد الطلب العالمي على الأغذية الحلال، يواجه قطاع

الصناعات الغذائية تحديات تشغيلية بسبب الافتقار إلى معيار عالمي موحد للحلال، وتواجه هيئة الإمارات للمواصفات والمقاييس هذا التحدي من خلال اعتماد أنظمة موحدة لإصدار الشهادات للسلع الحلال وقواعد امتثال واضحة جداً لبعض المنتجات المستخدمة في دورة تصنيع الأغذية والمشروبات».

مسجلة زيادة بنسبة 28.1 في المئة مقارنة مع العام الماضي

«هواوي كونسيومر» تحقق 7.3 مليارات دولار صافي أرباح خلال 2017

بمشاركة أكثر من 800 شركة تمثل نحو 40 دولة

معرض الحلال الدولي الـ15 ينطلق في ماليزيا

انطلقت بالعاصمة الماليزية كوالالمبور أمس الأربعاء أعمال معرض الحلال الدولي الـ15 بمشاركة أكثر من 800 شركة تمثل حوالي 40 دولة تعرض آخر الابتكارات في مجال صناعة ومنتجات الحلال. وقال نائب رئيس الوزراء الماليزي زاهد حميدي في افتتاح المعرض إن بلاده تسعى لإنشاء هيئة دولية لصناعة الحلال وأكاديمية دولية لبحوث الحلال مضيفاً: «نعزز جمع المنظمات والهيئات التنفيذية لصناعة الحلال من العالم كافة لتنسيق الإجراءات المرتبطة بإصدار شهادات الحلال».

وأوضح حميدي أن ماليزيا تقود مراكز الحلال الدولية بصدارات سنوية قيمتها 11 مليار دولار من منتجات الحلال كما جذبت استثمارات قيمتها 3.4 مليار دولار في قطاعات الحلال مؤكداً في المدة من نمو الناتج المحلي للعام الماضي.

وأفاد أن بلاده تصدر أيضاً مؤشر الاقتصاد الإسلامي العالي للعام الخامس على التوالي قائلا: «هذه الصدارة انعكست على قوة النظام البيئي للاقتصاد الإسلامي في ماليزيا مع تمتع البلاد بصدارة مستدامة في المالية الإسلامية والأطعمة الحلال».

من جهته قال الرئيس التنفيذي لهيئة تنمية التجارة الخارجية الماليزية محمد شهربن على هامش المعرض إن المعرض شمل قطاعات الأغذية والمشروبات والأدوية الطبية ومستحضرات التجميل

أعلنت مجموعة أعمال هواوي كونسيومر لأجهزة المستهلك عن نتائجها المالية المبدئية للعام 2017. وقد حققت نمواً ثابتاً بحيث بلغت إيراداتها السنوية 603.6 مليار يوان صيني (92.5 مليار دولار أميركي) ولغا معايير الصرف المعتمدة في نهاية العام، أي بزيادة نسبتها 15.7% مقارنة مع العام 2016. وقد ارتفعت الأرباح الصافية للمجموعة إلى 47.5 مليار يوان صيني (7.3 مليار دولار أميركي) مسجلة زيادة بنسبة 28.1% مقارنة مع العام الماضي.

أما في مجال أعمال أجهزة المستهلك، فقد انطلقت أعمالها هواوي وهونر بمنتجات متنوعة متسارعة محققين نمواً سريعاً في الأسواق. كما نجحت هواوي بشحن 153 مليون هاتف ذكي (بما فيها هواتف هونر) في العام 2017، ووصلت قيمة إيراداتها السنوية إلى 237.2 مليار يوان صيني (36.4 مليار دولار أميركي)، محققة زيادة نسبتها 31.9% مقارنة بالعام الماضي.

خلق تعاون وانسجام بين علامتي هواوي وهونر في العالم 2017. اجتاحت علامتا هواوي وهونر الأسواق، وقد مرحت كل واحدة منهما محفظة كاملة من المنتجات الرئيسية. وقد نجحت علامتا هواوي في توفير المزيد من الابتكارات وطرح تقنيات غير مسبوقة في أسواق الهواتف الفاخرة، كما قامت بخدمة قاعدة أوسع من المستهلكين وبذلت قصارى جهدها لتتيح لهم تجربة استثنائية وفريدة من جهتها. عملت هونر على طرح منتجات تكنولوجيا عصرية جديدة، وذلك انطلاقاً من سعيها لتعزيز مكانتها كعلامة إلكترونية تستهوي جيل الشباب. وقد حققت هواوي الإنجازات التالية في العام 2017:

لاقت سلسلة هواتف P وماتر نجاحاً باهراً بين المستهلكين حول العالم، ما عزز تواجد هواوي وتأثيرها في أسواق الفئة العالية للهواتف. وقد تجاوزت شحنات هواتف HUAWEI P10 وهواوي ماتر 9 إلى 20 مليون وحدة. عززت سلسلات هواتف V وسلسلة هواتف الرئيسية (رقمية) تواجدها في الأسواق. مع ما تقدمه من مزيج رائع بين الرزايا التكنولوجية المبتكرة وجماليات التصميم الأنيق.

شهد عدد المستهلكين في الأسواق غير الصينية الذين يعنونون هواتف هواوي تزايداً بنسبة 100%

بالقارنة مع العام الماضي، ما عزز مركز هواوي للمرة الأولى كثالث أكبر مصنع للهواتف من هذه الفئة. حققت المنتجات الرئيسية للشركة أعلى نسبة مبيعات حتى بعد إطلاقها، ما زاد حصة هواوي بنسبة تتراوح بين 10% في أسواق الفئة العالية للهواتف، والتي يبلغ سعرها أكثر من 500 دولار أميركي. لاقت هواتف هواوي الذكية الفبالا من 500 دولار أميركي. ارتفعت التوعية بعلامة هواوي التجارية والاعتراف بها وسمعتها بشكل لافت بين المستهلكين، كما أن حصة هواوي من السوق تمت بشكل مطرد، وقد تضمنت الإنجازات المهمة التي تم تحقيقها في العام 2017، فهي التالية:

حصلت هواوي (بما فيها هواتف هونر) أكبر حصة في سوق الهواتف الذكية في السوق الصينية، وقد أصبحت العلامة التجارية الموصى بها في صناعة الهواتف الجوال في الصين، ما يمثل إنجازاً فريداً من نوعه بالنسبة لعلامة تجارية صينية. وقد حصلت على هذه الجائزة في أول حصة لها في السوق الصينية، فقد ارتفعت حصة العلامة التجارية من 64% إلى 74%.

شهد عدد المستهلكين في الأسواق غير الصينية الذين يعنونون هواتف هواوي تزايداً بنسبة 100%

الماليزيا وفيلندا والبنمارك وأستراليا وإيطاليا، ما عزز حصة الشركة وسمعتها في الأسواق. وقد احتلت هواوي المرتبة الثانية لأكثر العلامات التجارية التي يعتمدها المستهلكون في مجموعة من هذه البلدان. في منطقة دول آسيا والمحيط الهادئ، اختارت هواوي الأسواق اليابانية والماليزية والتايلاندية، حيث عززت حصتها في الأسواق. أما في الأسواق الرئيسية كالإيران، فقد ضاعفت هواوي أهمية علامتها التجارية.

في أسواق أمريكا اللاتينية والشرق الأوسط وأفريقيا، شهدت أعمال هواوي في مجال الهواتف الذكية نمواً ثابتاً مع حصة سوقية بلغت أكثر من 15%. وفي الأسواق الرئيسية كالإمارات العربية المتحدة والمملكة السعودية وجنوب أفريقيا والمكسيك وكولومبيا، فقد برزت هواوي بين العلامات التجارية الثلاث التي يوصى بها المستهلكون، وقد تقلصت الفجوة ما بينها وبين العلامتين الرائدتين.

الإرتقاء بتجربة المستهلكين عززت مجموعة أعمال هواوي

كونسيومر لأجهزة المستهلك جهودها في عام 2017 على تحسين تجربة استخدام الهواتف، مع النمو الثابت للوعي بعلامة هواوي التجارية وحصتها في السوق، وقد ركزت الشركة اهتمامها على الابتكار في المنتجات وخدمات الهواتف الجوال وتحسين القنوات وخدمة الزبائن لتعزيز تجربة المستخدم وترسيخ مكانة هواوي كعلامة تجارية رائدة عالمياً.

في مجال الابتكار في المنتجات، ركزت هواوي على احتياجات المستهلكين وسيناريوهات الاستخدام موفقة تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لتعزيز أداء الأجهزة وتصميم هواتف ذكية مدعومة بالذكاء لمهم سلوك المستهلكين. وفي تشرين الأول من العام 2017، حققت هواوي إنجازاً كبيراً في عالم صناعة الهواتف الذكية من خلال إطلاق سلسلة هواتف ماتر 10، التي شكلت نقلة نوعية في مسيرة التحول من الهواتف الذكية إلى الهواتف المدعومة بالذكاء الاصطناعي.

تأتي سلسلة هواتف هواوي ماتر 10 مزودة بكاميرا شاملة معززة بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي

«كانون» تعين رئيساً ومديراً تنفيذياً جديداً في أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا



يوشي إيشيزوكا

أعلنت «كانون أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا»، الشركة الرائدة عالمياً في مجال تقنيات وخدمات التصوير، عن تعيين يوشي إيشيزوكا رئيساً ومديراً تنفيذياً جديداً للشركة خلفاً لتفليد السابقي روكوس فان إيبيرين الذي سينقاع بعد 6 سنوات من توليه لهذا المنصب.

وكان روكوس فان إيبيرين يشغل سابقاً منصب المدير التنفيذي وكبير المسؤولين التنفيذيين لدى شركة «كانون» في أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا، وتم تعيينه بمنصب الرئيس والمدير التنفيذي لشركة «كانون أوروبا» في عام 2012 بعد مسيرة مهنية ممتدة لدى «أوسيه إن سي»، حيث تم تكليفه بداية بضممان الاندماج السلس للأخيرة في «كانون». وقد نجح في إدارة العديد من عمليات الاستحواذ المهمة الأخرى لتمكين استراتيجية الرقمنة في الشركة. وتم تكليف إيبيرين أيضاً ببناء محفظة تركز على الحلول وإرساء أسس أعمال جديدة في مجالات عالية النمو مثل حلول الشبكات البصرية (NVS).

ويشغل يوشي إيشيزوكا سابقاً منصب الرئيس والمدير التنفيذي للعمليات في «كانون الولايات المتحدة»، وسيتولى مسؤوليات منصبه الجديد كرئيس ومدير تنفيذي لشركة «كانون أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا» اعتباراً من 1 أبريل 2018.

وبذلك يضطلع إيشيزوكا بإدارة شركة تنتشر عملياتها في 120 بلداً، ويعمل لديها 18 ألف موظف تقريباً، وتساهم بنحو ربع الإيرادات العالمية السنوية لشركة «كانون». وسيعمل إيشيزوكا، الذي يشغل أيضاً منصب المدير التنفيذي للشركة «كانون»، على دعم وتنمية الأعمال الرئيسية الحالية واستثمار خبرات العلامة في قطاع التصوير بمجالات جديدة مثل حلول الشبكات البصرية، والمعدات الصناعية، والطباعة التجارية. ويملك إيشيزوكا رصيداً كبيراً من الخبرات والتجارب الدولية بحكم المناصب الرفيعة التي شغلها سابقاً في محفظة أعمال «كانون» عبر

أمريكا الشمالية والوسطى والجنوبية بالإضافة إلى اليابان، وسيكون المنصب الجديد الأول له في القارة الأوروبية. وبهذه المناسبة، قال إيشيزوكا: ««كانون» هي شركة رائدة في مجال حلول التصوير المخصصة للأفراد والشركات، ولديها ملايين العملاء في جميع أنحاء منطقة أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا التي احتفلنا العام الماضي بمرور 60 عاماً على إطلاق عملياتنا فيها. وإنه لشرف كبير لي أن أكون على رأس هذا الفريق المتميز في المرحلة المقبلة من النمو والابتكار، وخلال فترة ديناميكية مهمة بالنسبة لشركة».

وخاصة إدارة البطارية المدعومة بإمكانات الذكاء الاصطناعي HiTouch، وساعد ذلك ووظيفة HitTouch لتوفير تجارب إيجابية وتخصيصية والبدء بحدود الهواتف الذكية التقليدية.

وقلت واجهة الاستخدام EMUI 8.0 تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي للحد من تباطؤ نظام أندرويد ودعم الهواتف التي تولد سريعاً وتبلى سريعاً.

قدمت هواوي خدمات هواتف محمولة عالية الجودة وأخيراً، ما أدى إلى توسيع قاعدة المستخدمين، وفي الربع الرابع من العام 2017، بلغ عدد مستخدمي هواتف هواوي المحمولة أكثر من 340 مليون مستخدم، من بينهم 30 مليون مستخدم في أسواق خارج الصين. أما في مجال التجزئة وتطوير القنوات، فأنارت هواوي أكثر من 45,000 متجرًا حول العالم، ما شغل زيادة بنسبة 10% مقارنة بالعام الماضي، وقد ركزت الشركة على اعتمادها على توفير تجارب بسيطة ومميزة ولحاضرة للمستهلكين، مراعاة على الجودة أكثر من الكمية.

وتضمن الإنجازات ما يلي: التمتع بالقيادة في تجربة العملاء، في إيطاليا والولايات المتحدة والماليزيا واليابان والهند، ما ارتقى بعدد متاجر «تجربة العملاء» لتبلغ 3000 في كافة أنحاء العالم، مسجلة زيادة أكثر من 200% مقارنة بالعام الماضي في مجال خدمة الزبائن، تعمل هواوي باستمرار على توسيع خدماتها لتغطي عدداً أكبر من المناطق وتطوّر حلولاً جديدة لخدمة المستهلكين وتوفير تجارب أكثر ملاءمة وتخصيصاً لهم.

خدمات متاجر خدمة الزبائن: في الربع الرابع من العام 2017، أدت مجموعة أعمال هواوي كونسيومر لأجهزة المستهلك 1400 متجراً لخدمة الزبائن في 105 بلد ومنطقة بما فيها 800 متجراً معتمداً للهواوي. وتوفر متاجر هواوي مجموعة من خدمات صيانتها الهواتف الذكية، إذ يمكن للمستهلكين زيارتها لأصلاح هواتفهم. كذلك يمكنهم أخذ الهواتف وتلقي خدمة التوصيل المنزلي أو إرسال هواتفهم عبر البريد. كما توفر هذه المتاجر خدمات ذات قيمة مضافة كحماية شاشة الهاتف وخدمة تمديد فترة الضمان وخدمة الاستلام والتسليم.



هواوي كونسيومر، تواصل التمدد بخطوات ثابتة