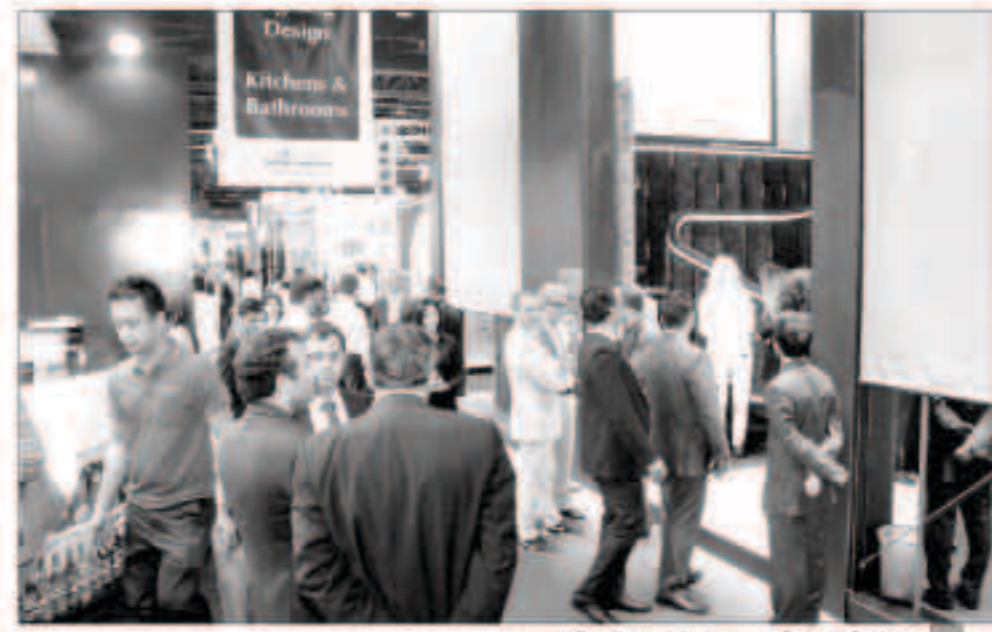


«دي. إم. جي. للفعاليات» تطلق العلامة التجارية «معرض الفنادق» في الهند

الخبراء يتوقعون أن تصبح جنوب آسيا المنطقة الأسرع نمواً في مجال السفر والسياحة على مستوى العالم

المجموعة، قسم الضيافة لدى «دي. إم. جي. للفعاليات»، وفقاً لما تذكره التقارير، فإنه يتبعى زيادة الـ 200.000 غرفة فندقية في السوق الهندي بنحو 50% من أجل تلبية الطلب. ولذلك ترى أن هذا هو الوقت المناسب لتنظيم منتدى دولي ناجح للمشاريع وصناع القرار في قطاع الضيافة بحيث يتاح لهم الحصول على أحدث المنتجات في هذا القطاع، واكتساب المعلومات الأساسية من خلال برنامجاً «مؤتمر الرؤية» والتواصل مع المعنيين. وبعد «معرض الفنادق» الذي يقام بتجارت في دبي منذ 16 عاماً، فعالية الضيافة الأكبر والأكثر شمولاً في الشرق الأوسط والبريغيا، حيث يشتمل على منتجات تتعلق بالتكنولوجيا والأمن والتصميم والديكورات الداخلية والأغذية والمشروبات وإدارة العطلات والإضاءة والمفروشات والعديد من الأنشطة الأخرى.



العلامة التجارية «معرض الفنادق» تتسلسل في الهند

اطلقت «دي. إم. جي. للفعاليات»، إحدى الشركات الدولية الرائدة في مجال تنظيم المعارض، علامتها التجارية «معرض الفنادق» (Hotel Show) في الهند في ظل توقعات بنمو قطاع السياحة والضيافة في هذه الدولة بوتيرة متسارعة. وتسهم الاستثمارات الحكومية الهائلة في مواقع الجذب السياحي والبنية التحتية، بالإضافة إلى صعود وجهات سياحية مثل «غوا» و«جايبور» وإطلاق الفيزا السياحية الإلكترونية، في ارتفاع معدلات الطلب على زيارة الهند. ويرى المجلس العالمي للسفر والسياحة (WTTC) أن الهند لديها الإمكانات لتصبح الوجهة السياحية الأولى على مستوى العالم، كما يتوقع أن يسهم قطاع السياحة والسفر فيها في تحقيق إيرادات بنحو 42.8 مليار دولار بحلول العام المقبل، في حين يرى صندوق النقد الدولي (IMF) أن الهند ستحافظ على مكانتها باعتبارها الاقتصاد الأسرع نمواً في العالم خلال العام الجاري. وسيقام معرض «المطاعم والفنادق في نيودلهي 2016» (Food & Hotel Show New Delhi 2016) في الفترة من 3 إلى 5 نوفمبر المقبل في فندق «براغاتي ميدان» في العاصمة الهندية، في الوقت الذي أشارت فيه «شوب اونيل بروجكتس» إلى أن هناك 34.076 غرفة فندقية قيد الإنشاء في الهند حالياً، فيما يشير اتحاد جمعيات الفنادق والمطاعم في الهند (FHRAI) إلى أن هناك حاجة إلى 100.000

«الاتحاد للطيران» تنظم ورشة عمل لأعضاء «صندوق خليفة»



جانب من ورشة العمل التي نظمها الاتحاد

التشركات بمؤسسة محمد بن راشد للتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة، الاتحاد للطيران على مبادرة الشركة في تنظيم ورشة عمل «التغيير إلى الأفضل» حيث أشادت بذلك المبادرة قائلة: «لا ريب أن استضافة الشركة لورشة العمل كان لها بالغ الأثر في إثراء معرفة أعضاء مؤسسة محمد بن راشد للتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة وإطلاعهم على أهم نظم الشراء المعتمدة لدى الاتحاد للطيران، والتي تسهم بشكل كبير في رفع كفاءة منتجاتهم وخدماتهم لتعزيز مكانتهم كموردين رئيسيين لشركة الاتحاد للطيران. أشار إلى أن اللقاء يهدف إلى تعزيز التواصل والتفاعل بين أصحاب المشاريع الصغيرة وللدعوة من صندوق خليفة ومؤسسة محمد بن راشد وتمكين أصحابها من بناء شبكة من العلاقات التي من شأنها أن تزيد من كفاءة تلك المشاريع وتعزز تكاملها ونشاطها بما يساعد على ضمان فرص استثمارية وتطوير حجم أعمالها».

قامت الاتحاد للطيران، الخلق الوطني لدولة الإمارات العربية المتحدة، بتنظيم ورشة عمل تحت عنوان «التغيير إلى الأفضل» لكل من صندوق خليفة لتطوير المشاريع ومؤسسة محمد بن راشد لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة بهدف تعزيز بيئة الأعمال المستدامة لتلك المشاريع وتمكينها من تطوير خدماتها ومنتجاتها بالشكل الذي يضمن لها الاستقرار والنجاح من جهته، أكد عادل الملا، نائب الرئيس لشؤون إدارة المشاريع والسورسد في الاتحاد للطيران، «بصفتنا الناقل الوطني لدولة تلتزم بالاتحاد للطيران بدورها كجهة فاعلة في المجتمع وذلك من خلال إطلاق وإشراك القطاعين الحكومي والخاص لما وصلت إليه الاتحاد للطيران من أفضل الممارسات التطبيقية في مجال إدارة المشاريع».

وأضاف قائلاً: «إن تعاوننا مع صندوق خليفة ومؤسسة محمد بن راشد يهدف إلى والمولدين للسجلين والمعتمدين

125 عارضاً في معرض «عالم الجلود» في الشرق الأوسط» أبريل المقبل



أحمد بواليس

أعلنت ميسي فرانكفورت الشرق الأوسط عن إقامة النسخة الثانية لمعرض عالم الجلود التجاري في مركز دبي الدولي للمؤتمرات والمعارض في أبريل للعام الجاري، خاصة مع نمو حجم الصناعة في المنطقة، فقد بلغ حجم صناعة الجلود في دول مجلس التعاون الخليجي 6 مليارات دولار، وأوضح أحمد بواليس الرئيس التنفيذي في ميسي فرانكفورت الشرق الأوسط، الشركة المنظمة للمعرض، أوضح قائلاً: «بعد ثلاثة أيام من التواصل وتبادل الرؤية والرؤى حول أحدث توجهات الجلود العالمية وضع عالم الجلود في الشرق الأوسط 2016 بصته بقوة على سوق الجلود الإقليمي والدولي».

وفي مقدمة العارضين الجدد في دورة 2016 تأتي شركة Conceria من إيطاليا، يحرص جميع العارضين على الاستفادة من جناح المعرض الكبير في دورته الافتتاحية التي استقطبت ما يقرب من 2.400 تاجراً من 66 دولة وشارك فيها 86 عارض من 16 دولة استعرضوا أحدث معداتهم، من مئات الشركات المتنوعة من جلود الحيوانات، ماكينات الإنتاج اليد، الأحذية، الأكسسوارات والملابس الجلدية. يستمتع عالم الجلود في الشرق الأوسط 2016 بلزمة فاعلة متميزة ترتبط بكل المنتجات الجلدية كما ينتظر أن يشهد المعرض إبرام تحالفات تجارية جديدة حيث يغني عبق الجلود المميز لكل أرجاء المعرض الذي تجذب فعاليات كثيرة من الإهتمام

حيث يعود المعرض عقب تفاعل الصناعة للثمر مع دورته الافتتاحية التي أقيمت في مايو 2015 ويتوقع أن يشارك في معرض الأيام الثلاث في 2016 أكثر من 125 عارض بهدف الاستفادة من تجارة الجلود في منطقة الخليج التي بلغ حجمها 4.09 مليار دولار في 2014 حسب تقارير يورومونيتر إنترناشيونال للأبحاث التحليلية، ويتضمن هذا الرقم واردات وصادرات المنتجات الجلدية، الأكسسوارات، سلع السفر، حقائب اليد والأحذية للصناعة ونصف المصنعة. يعود الكثير من العارضين للمشاركة في 2016 بعد مشاركتهم الناجحة في دورة 2015 بتقديم شركة «داني» للسودا الإيطالية للجلود المسماة، الشركات الهندية Hidesign و CE و Hidesign و Afriwest، الجلود من الإمارات

الاجتماعي، وأضافت أماني السورع أن البنك قد داب على الاحتفال بهذه المناسبة الوطنية مع موظفيه وكذلك من خلال برنامج اجتماعي يترافق مع هذه المناسبة يشتمل على العديد من الفعاليات والتشاشطات والمسبورات الإنسانية ذات الطابع الوطني يكون المقاسم المشترك فيها هو المشاركة الفاعلة في كل ما يهم المجتمع ويهدف إلى تعزيز روح الانتماء، مبنية أن شهر فبراير لم يكن شهراً عادياً في تاريخ الكويت لما يميزه من احتفالات وطنية تشكل علامة فارقة في تاريخ الكويت يجب الوقوف عندها والتذكير بأحداثها ودور العمل الأول وتضحياته من أجل استقلال الوطن. والبنك التجاري الكويتي إذ ينهز هذه المناسبة ليرفع أسمى آيات التهنية والتبريكات إلى مقام حضرة صاحب السمو أمير البلاد الشيخ / صباح الأحمد الجابر الصباح وولي العهد سمو الشيخ / نواف الأحمد الجابر الصباح (حفظهما الله) والشعب الكويتي وجميع القيمين على أرض الكويت الحبيبة، وأن يدوم على كويتنا الحبيبة نعمة الأمن والأمان والاستقرار.

«التجاري» يزين مبناه بلوحاته التراثية

من جهتها، قالت كريستين ديفيدسون، مدير فعاليات السفر والسياحة، فإن الهند لديها الإمكانات اللازمة لأن تصبح الوجهة السياحية الأولى على مستوى العالم مع نمو حجم الطلب الكلي بنسبة 10.1% سنوياً، وفي تسخنها للحدث، تتوقع دراسة التأثير الاقتصادي التي صدرها المجلس العالمي للسفر والسياحة أن تصبح جنوب آسيا هي المنطقة الأسرع نمواً في مجال السفر والسياحة على مستوى العالم، حيث بلغت نسبة النمو في هذا القطاع 7.7% خلال العام الماضي؛ «ماترة» بشكل كبير في النمو في الهند، وتم تصنيف الهند في المرتبة 11 عالمياً بالنسبة لعدد السياح الدوليين القادمين إليها والمرتبة الرابعة بالنسبة للوجهات



مبنى البنك التجاري

هذا من خلال التعليقات التي تم تدوينها على صفحات البنك بالعديد من مواقع التواصل الاجتماعي. وتضمنت التعليقات التي أطلقت في يناير الماضي ثلاث سحوبات، كان أولها في 6 يناير 2016 والثاني في 3 فبراير على أن يكون السحب الأخير في 2 مارس 2016، وعلى صعيد متصل، فإن لبنك وربة بصمات واضحة في تبني التطبيقات التكنولوجية في المعاملات المصرفية، حيث قدم لعملائه في وقت سابق باقة جديدة من الخدمات المصرفية عبر الإنترنت Online Banking، وتطبيقاته الخاصة للهواتف الذكية التي تعمل

بمناسبة مرور خمسة وخمسين عاماً على ذكرى الاستقلال ومرور خمسة وعشرين عاماً على ذكرى تحرير الكويت، قام البنك التجاري الكويتي احتفالاً بيهانين الثمانينين بزيين وإضاءة المبنى الرئيسي بلوحات فنية مختارة من رزنامته السنوية وعلم الكويت، ويأتي هذا الاحتفال كتقليد سنوي يحرص التجاري على القيام به تعبيراً عن روح الانتماء والوفاء للكويت. وبهذه المناسبة قالت مساعد المدير العام - إدارة الإعلان والعلاقات العامة - أماني السورع « في شهر فبراير من كل عام ترتدي البلاد ثوب الفرح والسرور إيماناً بيده الاحتفالات الخاصة بالأعياد الوطنية ويحرص «التجاري» على المشاركة في احتفالات الكويت الوطنية وتنعكس هذه المشاركة في عدة طرق منها تزيين مبناه الرئيسي وفروعه المنتشرة في الكويت بشكل متناسق مع هذه المناسبة الوطنية». وبيتت أماني السورع أن تزيين مبنى التجاري هذا العام جاء بشكل مبتكر ومتجدد وبإطلالة وزينة مشعة تعبر عن معاني الاحتفال بهذا العرس الوطني من خلال صور حية من التراث

بنك وربة يقدم حملة ريادية لعملائه تحت شعار «ادفع وأربح»

بنظامي أندرويد و iOS، وذلك في سعيه المستمر لتعزيز تجربة العملاء المصرفية، حيث تلحق باقة الخدمات الجديدة إجراء عدد من العمليات المالية التي كانت في السابق تتطلب حضور العميل إلى أحد فروع البنك، مجاناً ووفق أعلى معايير الجودة والسرعة والأمان. يسعى بنك وربة من خلال طرحه للعديد من الخدمات الإلكترونية الجديدة دفعة واحدة وتحديث وتطوير خدمات أخرى، إلى تأكيد دوره الريادي في سوق الخدمات المصرفية الإلكترونية بما يجعلها أكثر راحة وسهولة وأهمية مع ضمان معايير عالية للجودة والسرعة والأمان أيضاً.

فرص لدخول السحب الشهري بمعدل فرصة واحدة لكل عميل مقابل كل عملية دفع لغاتورة الهاتف أو إعادة التعبئة بمبلغ 5 دنانير أو أكثر. وتتضمن الحملة التي أطلقت في يناير الماضي ثلاث سحوبات، كان أولها في 6 يناير 2016 والثاني في 3 فبراير على أن يكون السحب الأخير في 2 مارس 2016، وعلى صعيد متصل، فإن لبنك وربة بصمات واضحة في تبني التطبيقات التكنولوجية في المعاملات المصرفية، حيث قدم لعملائه في وقت سابق باقة جديدة من الخدمات المصرفية عبر الإنترنت Online Banking، وتطبيقاته الخاصة للهواتف الذكية التي تعمل

حيث تعد هذه الحملة من سلسلة الحملات التي تم طرحها وإبتكارها بعناية لتلبية متطلبات العملاء وحرص البنك على تعزيز خبراته في ظل التقدم التكنولوجي الذي تشهده الصناعة المصرفية، لا سيما وأنه قد أصبح اليوم مطلباً أساسياً وضرورة يسعى البنك بدأب إلى وضعها في متصرف عملائه وفقاً لمعايير الجودة العالية. إلى ذلك، فإن باب المشاركة في السحب متاح أمام جميع عملاء بنك وربة حيث أن كل عميل يدفع فاتورة هاتفه النقال أو يعيد تعبئة الرصيد خلال مدة الحملة عبر خدمة «تسديد فواتير النقال» سوف يحصل على

حرصاً منه على مواكبة التكنولوجيا وتطبيقها في كافة معاملاته لتسهيل حياة العملاء وإغناء خبراتهم بالمعاملات المصرفية عبر الوسائل الإلكترونية، أطلق بنك وربة، الذي يعتبر أحد البنوك الرائدة في دولة الكويت ويقدم مجموعة متنوعة وكاملة من الخدمات المصرفية والاستثمارية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية على مستوى محلي وعالمي، حملة مصرفية لعملائه، «ادفع وأربح» والتي تخولهم لدخول سحب شهري عند تسديدهم لفواتير هواتفهم النقال أو إعادة التعبئة، لمحصلوا على إمكانية ربح لغاية 100% من مبلغ السداد للفاتورة أو مبلغ تعبئة الرصيد.