

السعودية تبقى السوق الأكبر للشركة في الشرق الأوسط وشرق وشمال أفريقيا

«شاحنات يودي» تسجل 30 في المئة زيادة بالمبيعات في المنطقة

بالنسبة للناس والكوكب على حد سواء. وتعكس هذه الاستراتيجية هدف 'شاحنات يو دي' بأن تصبح شركة يابانية رائدة في مجال الاستدامة بقطاعها.

وقال مراد هدنة، رئيس 'شاحنات يو دي' في الشرق الأوسط وشرق وشمال أفريقيا: "إن المنافسة التي أظهرتها علامتنا التجارية في عام 2020، والتي قامت على استراتيجية متماسكة وشاملة ومدعومة عبر شبكتنا القوية من الوكلاء الإقليميين، قد وفرت منصة مثالية لنا لارتكاز عليها في 2021. وتسجل زيادة في المبيعات بنحو 30 بالمئة في ستة واحدة هو إنجاز كبير. وأنا ممتن فعلا لفريق عمل 'شاحنات يو دي' في الشرق الأوسط وشرق وشمال أفريقيا، إضافة للعملاء والشركاء وكافة الأفراد المعنيين في مختلف أنحاء المنطقة لما أظهروه من جهد والتزام كبيرين. ومعا، نتطلع لسنة إيجابية أخرى مع مضيئنا سويا على المسار لأن تصبح روادا في مجال الاستدامة."

عامل هام ضمن عملية توسع العلامة التجارية اليابانية، ألا وهو إطلاق طرازات محدثة متوافقة مع معايير Euro 3 بالإضافة إلى مجموعة Euro 5 الجديدة من العلامة التجارية عبر طرازات 'كويستر' (Quester) و'كرونر' (Croner) المعروفة. ويُعد إطلاق طرازات Euro 5 نتيجة لرؤية 'شاحنات يو دي' الاستراتيجية وهدفها الرامي لضمان راحة بال العملاء عبر تمكينهم من التهيؤ لتشغيل أساطيل أكثر رفقا بالبيئة في ظل طرح نظميات جديدة ضمن هذه المنطقة سريعة التطور والنمو. وتتميز المجموعة الجديدة بكونها تخفض انبعاثات أكسيد النيتروجين بنحو 43 بالمئة مقارنة مع طرازات Euro 4، بينما توفر تجربة قيادة وسلامة معززة. أما التحديثات التي خضعت لها شاحنات Euro 3، فتركزت على توليد تجربة متمحورة أكثر حول السائق، ولقد شهدت التحديثات نفسها مثل مجموعة Euro 5، بما في ذلك لوحة



مراد هدنة

المهام الثقيلة وشاحنات المهام المتوسطة. ولقد جرى تطوير المجموعة لتلبية احتياجات السوق عبر تغطية كل النواحي الأساسية ضمن هذا القطاع. وكان تركيز 'شاحنات يو دي' على طرح شاحنات جديدة من شأنها تعزيز الربحية للعملاء عبر تخفيض التكلفة الإجمالية للملكية أمراً حيوياً جداً ضمن هذا الإطار. كما كان هناك

أنحاء المنطقة، إلى جانب التركيز المشترك على توفير الدعم اللازم لعملاء 'شاحنات يو دي'. ولقد لعبت مجموعة من العوامل أدواراً بارزة في تمكين الشركة من تحقيق النجاح، ويشمل هذا المنتجات القوية وعالية الجودة من العلامة التجارية، وطرح مجموعة الشاحنات المتوافقة مع معايير Euro 5، وإجراء تحديثات لمجموعة

المملكة. وتمتعت الشركة بزيادة المبيعات في قطر بنحو 30 بالمئة. كما ارتفعت المبيعات في السعودية، التي تعتبر السوق الأكبر لدى 'شاحنات يو دي' من ناحية الحجم، وتم تحقيق زيادة بنسبة 24 بالمئة، بدورها، سجلت الإمارات العربية المتحدة، التي استضافت الإطلاق الإقليمي للطرازات المتوافقة مع معايير Euro 5 من العلامة التجارية، زيادة مقدارها 22 بالمئة بالمقارنة مع 2020. أما خارج الشرق الأوسط، فقد كسبت 'شاحنات يو دي' زخماً إيجابياً في باكستان حيث استمعت بنسبة 6 بالمئة في السنة التي سبقتها. ولقد سجل المصنع الياباني للمركبات التجارية زيادة بالمبيعات في معظم الأسواق، شاملة المملكة العربية السعودية، الإمارات العربية المتحدة، قطر، باكستان وعدد من الدول في شرق أفريقيا. شهدت البحرين التي تشكل سوقاً بارزاً لدى 'شاحنات يو دي' نمو بنسبة 40 بالمئة تقريباً، مما عزز الموقع الأول للعلامة التجارية في

«ساكسو بنك»: العالم يتجه نحو أزمة طاقة حادة

فقد شهدنا في عام 2021 ارتفاعاً في أسعار الطاقة والكهرباء لم يكن له مثيل منذ سبعينيات القرن الماضي، حيث بلغت أسعار الكهرباء في أوروبا عشرة أضعاف المتوسط طويل الأجل، وذلك بسبب اضطرابات سلاسل الإمداد من الخارج، ونقص إنتاج الحمل الأساسي من الكهرباء من جراء إغلاق ثمانية لمعامل إنتاج الطاقة النووية من جهة، وقصور مصادر الطاقة البديلة عن إنتاج حمل أساسي بديل من الكهرباء من جهة أخرى. التحول إلى الطاقة النظيفة يساهم في تعميق أزمة الطاقة وأوضح جاكوبسن: "باختصار، اتخذنا من عملية التحول إلى الطاقة النظيفة أولوية سياسية، وأغفلنا دورها

الاقتصاد الحقيقي الصغير عاجز عن تلبية طموحات الأجندات الاقتصادية والمالية للحكومات والمصارف المركزية وجهود التحول الأخضر". وأضاف: "تمثل أزمة الطاقة، التي نشهدها حالياً، العقبة الأساسية أمام تنمية الاقتصاد الحقيقي، والتي يُتوقع أن تستمر نتيجة لعقود من ضعف الاستثمار في قطاع الفضاء، والنقص المستمر في تمويل قطاع الطاقة المعتمدة على الوقود الأحفوري، والذي ما زال مسؤولاً عن تزويد الاقتصاد بمعظم احتياجاته من الطاقة" وتابع جاكوبسن: "تعد أزمة الطاقة أزمة مركزية في الرؤية السائدة بتحول العالم إلى قرية صغيرة،

أصدر ساكسو بنك، المنصة المختصة في مجالات التداول والاستثمار الإلكتروني، توقعاته الفصلية حول أداء الأسواق العالمية خلال الربع الأول من عام 2022، بما في ذلك الأفكار التجارية التي تغطي الأسهم والفوركس والعملات والسلع والسندات، فضلاً عن مجموعة من العوامل الكلية التي تؤثر على المستثمرين والأسواق. وتعليقاً على هذا الموضوع، تحدث ستين جاكوبسن، كبير الاقتصاديين والرئيس التنفيذي لشؤون الاستثمار لدى ساكسو بنك، عن التوقعات الفصلية للربع الأول من العام قائلًا: "نرى، منذ أواخر عام 2020، أن

ست خلطات مبتكرة تميز بين التقنية والحسية

«أمواج» تطلق جيلاً جديداً من الإبداعات العطرية



الخلطات العطرية الجديدة من أمواج

تخليداً وتكريماً للإمبراطوريات التي منحت العطور أول عصورها الذهبية، أطلقت أمواج ست خلطات مبتكرة معلنة من خلالها عن ميلاد جيل جديد من الإبداعات العطرية التي تميز فيها بين اثنين من أبرز مدارس هذه الصناعة ألا وهي التقنية والحسية. وقد صاغ هذه الخلطات كل من سيسيل زاروكيان، وجوليان راسكيني، ودومينيك روبيون لتعبر بكل نغماتها عن جمال سلطنة عمان وتقاليدها العريقة وكنوزها الطبيعية النادرة وشغفها بإبتكار العطور الفاخرة. وطالما قدمت الدار تشكيلة متنوعة من الخلطات العطرية التي حظيت بقبول وإعجاب محبي العطور ولكنها كانت تتوفر في سلطنة عُمان فقط؛ حيث قال عنها قال لوكا تورين، الكاتب والعالم الشهير في مجال العطور: "إنني أشعر فريد ومتناقض في نفسٍ مع هذه الخلطات شيئاً فثميناً لا يتشاركه معي سوى عدد قليل من الأفراد". واليوم، أصبحت هذه الخلطات المبتكرة في متناول العالم أجمع حيث تواصل أمواج إرساء معايير جديدة كلياً في فنون وصناعة العطور تحت الإشراف الإبداعي لرينو سالون. وقال رينو: "يسعدنا أن نسافر بخلطاتنا العطرية إلى أنحاء العالم لنتيح الفرصة أمام محبي الإبداعات العطرية للانغماس في تجربة حسية جديدة كلياً تتجلى في كل تفاصيلها شخصية أمواج. فإن قوة هذه الخلطات وصداها هو ما قادنا إلى إعادة ابتكارها في مشهد عطري فريد يبرز هويتها الحقيقية وتاريخها". وأضاف: "نادرة وثمينة وفريدة من نوعها... هي جميعاً خصائص تنسج بها هذه الخلطات إلى جانب كونها عصرية وفي نفس الوقت تحمل ملامح التراث والتقاليد الأصيلة. فجورها المزدان بالمكونات الطبيعية يجعلها أكثر من مجرد عطر بل تجربة حسية متكاملة وفواحة تثير مرئيتها وتمنحه الحرية للتعبير عن شخصيته". ومع هذه الخلطات العطرية الفواحة، يبدأ تدليل الذات عند مسح القليل منها بلطف على نقاط النبض على المرفقين والمعصمين أو خلف الرقبة أو أسفل الأذن في صندوق فاخر.

تخليداً وتكريماً للإمبراطوريات التي منحت العطور أول عصورها الذهبية، أطلقت أمواج ست خلطات مبتكرة معلنة من خلالها عن ميلاد جيل جديد من الإبداعات العطرية التي تميز فيها بين اثنين من أبرز مدارس هذه الصناعة ألا وهي التقنية والحسية. وقد صاغ هذه الخلطات كل من سيسيل زاروكيان، وجوليان راسكيني، ودومينيك روبيون لتعبر بكل نغماتها عن جمال سلطنة عمان وتقاليدها العريقة وكنوزها الطبيعية النادرة وشغفها بإبتكار العطور الفاخرة. وطالما قدمت الدار تشكيلة متنوعة من الخلطات العطرية التي حظيت بقبول وإعجاب محبي العطور ولكنها كانت تتوفر في سلطنة عُمان فقط؛ حيث قال عنها قال لوكا تورين، الكاتب والعالم الشهير في مجال العطور: "إنني أشعر فريد ومتناقض في نفسٍ مع هذه الخلطات شيئاً فثميناً لا يتشاركه معي سوى عدد قليل من الأفراد". واليوم، أصبحت هذه الخلطات المبتكرة في متناول العالم أجمع حيث تواصل أمواج إرساء معايير جديدة كلياً في فنون وصناعة العطور تحت الإشراف الإبداعي لرينو سالون. وقال رينو: "يسعدنا أن نسافر بخلطاتنا العطرية إلى أنحاء العالم لنتيح الفرصة أمام محبي الإبداعات العطرية للانغماس في تجربة حسية جديدة كلياً تتجلى في كل تفاصيلها شخصية أمواج. فإن قوة هذه الخلطات وصداها هو ما قادنا إلى إعادة ابتكارها في مشهد عطري فريد يبرز هويتها الحقيقية وتاريخها". وأضاف: "نادرة وثمينة وفريدة من نوعها... هي جميعاً خصائص تنسج بها هذه الخلطات إلى جانب كونها عصرية وفي نفس الوقت تحمل ملامح التراث والتقاليد الأصيلة. فجورها المزدان بالمكونات الطبيعية يجعلها أكثر من مجرد عطر بل تجربة حسية متكاملة وفواحة تثير مرئيتها وتمنحه الحرية للتعبير عن شخصيته". ومع هذه الخلطات العطرية الفواحة، يبدأ تدليل الذات عند مسح القليل منها بلطف على نقاط النبض على المرفقين والمعصمين أو خلف الرقبة أو أسفل الأذن في صندوق فاخر.

السرطان. وسناقش ذلك بالإضافة إلى جوانب أخرى مع الأعضاء المحترمين المشاركين في الندوة".

ويقدم تقرير المعهد السعودي لعلم اقتصاد الصحة حملة الاتحاد الدولي لمكافحة السرطان التي تستمر ثلاث سنوات للاحتفال باليوم العالمي للسرطان والذي ينطلق هذا العام تحت شعار "إدراك المشكلة". وتركز الحملة في عامها الأول على الاعتراف بعدم السرطان في رعاية مرضى السرطان في جميع أنحاء العالم وزيادة الوعي بأن هذا التفاوت يؤدي إلى فقدان المزيد من الأرواح.

تهدف حملة الاتحاد الدولي لمكافحة السرطان إلى إظهار وجود حواجز ومعوقات أمام الأشخاص الذين يسعون للحصول على العلاج والرعاية من مرض السرطان. وأن عوامل الدخل والتعليم والموقع تؤثر في إمكانية الوصول إلى علاج السرطان، وأن التمييز على أساس العرق والجنس والعمر والإعاقة ونمط الحياة ليست سوى عدد قليل من العوامل التي يمكن أن تؤثر سلباً على رعاية مرضى السرطان. ويمثل الهدف النهائي للحملة في إظهار أن هذه المعوقات ليست ثابتة ويمكن تغييرها من خلال توافر الإرادة السياسية ودعم كافة الأطراف المعنية على اختلاف تخصصاتهم المتعددة.



سمير خليل



توماس هوفمارشر

البلدان التسعة في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا الذين شملتهم دراسة المعهد السعودي لعلم اقتصاد الصحة. تأثيراً كبيراً ومتزايداً، حيث كان المرض يمثل السبب الرئيسي الثالث للوفيات من جانبه، قال توماس هوفمارشر، المدير التنفيذي للمعهد الألماني للصحة في أمراض القلب والأوعية الدموية في ست دول من أصل الدول التسع بحلول عام 2016. ويشمل تقرير المعهد السعودي جميع جوانب مكافحة السرطان المتمثلة في طرق الوقاية والفحص والتشخيص والعلاج والنجاح من المرض، كما يقدم توصيات خاصة بكل بلد حول كيفية تحسين الحالة الراهنة لرعاية مرضى السرطان في البلدان المعنية بالدراسة.

أعلن المعهد السعودي لعلم اقتصاد الصحة، المؤسسة البحثية العالمية في مجال الرعاية الصحية، عن إصدار تقرير رئيسي حول حالة رعاية مرضى السرطان في تسعة بلدان في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا. وجاء إطلاق الدراسة لتزامن مع اليوم العالمي للسرطان لهذا العام.

ويبحث التقرير، الذي تم تجميعه بدعم من مجموعة البحوث الدوائية ومصنعي أمريكا PhRMA، نطاق رعاية مرضى السرطان من خلال تحليل مقارنة لرعاية مرضى السرطان في الجزائر ومصر والأردن والكويت ولبنان والمغرب والسعودية وجنوب أفريقيا والإمارات، بهدف زيادة الوعي بحجم عبء هذا المرض وضرورة علاجه بشكل شامل.

وسيصدر التقرير بالتزامن مع الاحتفال باليوم العالمي للسرطان الذي يصادف الرابع من فبراير، وسيكون موضوع ندوة تعقد عبر الإنترنت في الأول من فبراير 2022 لمناقشة النتائج الرئيسية التي توصل إليها الشخصيات التي تتصدر الأضواء في الجهود المبذولة لمكافحة المرض. وسيكون من بين المتحدثين المشاركين في الندوة الأميرة دينا مرعد من الأردن، والرئيسة السابقة للاتحاد الدولي