



متابعة جماهيرية كبيرة لبرنامج السحوبات



سحوبات هلا فبراير أدخلت البهجة على الجميع



22 سيارة تم توزيعها خلال أيام المهرجان

أجمعت على دور الفعاليات في تنشيط الحركة التسويقية والتجارية وكالات الأنباء الخليجية والعربية والعالمية: هلا فبراير أظهر الوجه الحضاري للكويت

رويترز : علامة
مميزة في عالم
التسويق وأكبر
المهرجانات
التسويقية في الخليج



موقع غوغل شاركه البلاد احتفالاً



أطفال في انتظار السحب

الفرنسية
: الاحتفالات
كانت بمثابة
تظاهرة وطنية
في حب الوطن

التسويق في الدورة الرابعة عشر
شهد مشاركة 7 جمعيات تعاونية
من بينهم ثلاثة جمعيات تشارك
لأول مرة في المهرجان بالإضافة إلى
مشاركات شركات كبرى شاركت
في المهرجان من بينها شركة على
عبد الوهاب و صفاء الغانم بجميع
فروعها وشركة شققارات حسن
وشركة الأندلس التجارية.
وأعرب الحدران عن شكره لجهود
وزارة التجارة للمثلة في إدارة
حماية المستهلك برئاسة منصور
الزهران وكذلك مسئول السحوبات
بالوزارة عبد العزيز الشكتاني لدوره
المميز في تنظيم والمتابعة اليومية
لعملية السحب على الجوائز.
كما أشاد الحدران على جهود
وزارة الداخلية بجميع قطاعاتها
لجهودها وكذلك إدارة الطوارئ
الطبية وجمعيات التمتع العام
والسكك الديلووماسي والإدارة العامة
للأطفال لجهودهم في دعم مهرجان
هلا فبراير ليكون صورة عاكسة
لحضارة الكويت.

وتمنّى الحدران جهود إدارة
الطوارئ بوزارة الكهرباء والماء
لدعمها مهرجان هلا فبراير 2013
وخصوصاً جهود الوكيل المساعد
لتشؤون الشركات جاسم النقاوي
وكذلك جهود مدير إدارة الطوارئ
مجدل العصيمي. كما سجل أمين سر
عام الاتحاد الكويتي لألعاب القوى
محمد عايض العتيبي إعجابه بفكرة
وتطبيق وفعاليات مهرجان «هلا
فبراير 2013». وأصفاياه بالمهرجان
الوطني الذي يجمع شمل الكويتيين
والعرب. ويمنى روح المواطنة لدى
الشباب الصاعد.

وأشاد العتيبي في تصريح خاص
للجنة الإعلامية لمهرجان هلا فبراير
2013 بتنشيط السياحة والتجارة
في الكويت. مما يعد خطوة إيجابية
نحو تحويل الكويت إلى مركز مالي
وتجاري تشجيعاً لرغبة صاحب
السمو أمير البلاد المهدي الشيخ
صباح الأحمد الجابر الصباح حفلة
الله وراحة.

وتنمي العتيبي لوطننا الغالي
الكويت مزيداً من الازدهار والنجاح
للرياضة الكويتية مشيداً بدور
القائمين على الملف الرياضي في
البلاد ويسود لاعبي الكويت على
كافة المستويات الذين رفعوا اسم
الكويت عالياً.

مفاجآت مضيافة... والتي تتميز
على المجموعات التي استضافت
فعاليات برنامج السحوبات وفي
مقدمتها «سوق شرق» و«مجمع
كريتيف» التي سخرت كافة
إمكاناتها لإنجاح الفعالية المميزة ،
مشيداً بالحضور الجماهيري الكبير
الذي رافق برنامج السحوبات في
كل مكان ، مشيراً إلى أن برنامج
السحوبات هذا العام كان مختلفاً
عن الأعوام السابقة ، كما أن مستوى
السابقات والجوائز حازت إعجاب
كافة الحضور. ولتمنّى العتيبي دور
الجهات الراعية التي لم تالوا جهداً
لإنجاح المهرجان في دورته الرابعة
عشرة.

كما أكد نائب رئيس لجنة التسويق
في مهرجان هلا فبراير 2013 حسين
الحدران أن المهرجان التسويقي
لهذا العام حقق نجاح كبير على
مستوى الشركات والجمعيات
التعاونية حيث ساهم في تنشيط
قطاع تجارة التجزئة والأسواق
المحلية والتجارية ووضع الكويت
على خريطة السياحة التسويقية في
منطقة الخليج.

وقال الحدران أن مهرجان



حسين الحدران

محمد العتيبي:
خطوة إيجابية
نحو تحويل
الكويت إلى مركز
مالي وتجاري

«والتنادي العلمي» و«جريدة الأنباء»
والمتميز كانت لهما دور كبير في نجاح
المهرجان في دورته الرابعة عشر.
من جانبه أكد مسئول برنامج
السحوبات في مهرجان هلا فبراير
2013 صباح التميمي أن البرنامج
حقق أهدافه واستطاع أن يرسم
البسمة على وجوه المواطنين
والمقيمين ، لما تضمنه من فقرات
رائعة وسباقات شيقة ، وجوائز

حسين الحدران :
المهرجان التسويقي لهذا
العام حقق نجاحاً كبيراً
على مستوى الشركات
والجمعيات التعاونية



محمد العتيبي

وخريرتها بصورة مبهجة ، تؤكد
مشاركة المجتمع الدولي للكويتيين
فرانهم بالمناشيتين الوطنيتين
العظيمتين.

وكان من اللافت أيضاً اهتمام
وكالات الأنباء العالمية بتغطية
الحدث الأبرز بالكويت فقد
تابعت كلا من وكالات الأنباء
الأمريكية «United Press» و«International»
ووكالة الأنباء
الصينية «شينخوا» فضلاً عن
موسوعة ويكيبيديا الشهيرة ،
الذين أجمعوا على روعة الأجواء
الاحتفالية التي عاشتها الكويت
خلال شهر فبراير الماضي.

واهتمت وكالات الأنباء العربية
وخاصة الخليجية ووكالة الشرق
الأوسط المصرية، ووكالة الأنباء
الليبية بفعاليات المهرجان.
بالإضافة إلى المتابعة اليومية من
الصحف ، والمجلات العربية التي
ركزت على أهمية المهرجان في
التسويق الاقتصادي والترفيهي
والحالة التي عاشتها الكويت خلال
فعاليات المهرجان يذكر أن مهرجان
هلا فبراير 2013 استطاع طوال
فترة إقامته أن يوجد الفرحة بجميع

متابعيه، وحقق ما هو مأمول
منه، وساهم بجدارية في تحقيق
الانتعاش للأسواق الاقتصادية
والتجارية، كما دعم القطاعات
الرياضية والاجتماعية والترفيهية
والتربوية.

وبالأرقام والإحصاءات حقق
الجانب التسويقي للمهرجان أهدافه
بمشاركة الشركات الراعية وفي
مقدمتها شركة «زين» التي أصبحت

من شركاء النجاح في المهرجان
بالإضافة إلى باقي الرعاة وفي
مقدمتهم شركة يوسف أحمد الغانم
وأولاده، ومؤسسة الخطوط
الجوية الكويتية، واتحاد أصحاب
المتنادى الكويتية، والشركة
الكويتية للخدمات السياحية،
«سوق شرق» و«مجمع كريتيك»
و«فندق ميسوني» و«منتزه خليفة»
السياسي، وشركة سراي للعطور»

من مواطنين ومقيمين على حمل
أعلام الكويت ورسم ألوانها على
وجوههم، وغصت بهم الشوارع
الرئيسية لتتلون الكويت بالأخضر
والأبيض والأحمر والأسود فكانت
الاحتفالات بمثابة تظاهرة وطنية
في حب الوطن.

ومن جانبها اعتبرت وكالة أنباء
رويترز الأعياد الوطنية ومهرجان
«هلا فبراير 2013» الذي دشّن
نسخته الرابعة عشرة علامة مميزة
في عالم التسويق كأكبر المهرجانات
التسويقية في منطقة الخليج
العربي، بتميزه وتنوع أنشطته
الترفيهية والثقافية، والاجتماعية،
والرياضية.

وقالت وكالة الأنباء الألمانية أن
مهرجان هلا فبراير يأخذ طابعاً
خاصاً ومميزاً بالكويت كونه يترام
مع العيدين الوطني والتجاري ،
حيث ترتدي الكويت في شهر فبراير
ألوان الفرحة والبهجة ، وتخرج
عن بكرة أبيها معبرة عن التلاحم
الوطني والتوافق بين طوائف
الشعب المختلفة.

كما شارك موقع «غوغل» عملاق
البحث بالشبكة العنكبوتية العالمية
الكويت احتفالاً بمهرجان هلا
فبراير 2013 والعيدين الوطنيين
، حيث زين الموقع اللغو الخاص
بالكويت بالوان علم الكويت



العب مع المشاهير من إحدى مفاجآت المهرجان



المهرجان عزز من الروح الوطنية لدى الجميع

أكاديها

الجمعة 20:00
الأحد 12:00

أول قناة إخبارية كويتية

Nile Sat 11296 Horizontal-34 27500