

بحسب تقرير المركز الأميركي والمستقل لتعقب ومراقبة الرحلات «فلايت ستاتس»

92,93% نسبة التزام «الجزيرة» بمواعيد السفر في يناير

كما ارتفع عدد المسافرين على الخطوط التي تخدم هذه الوجهات في شهر يناير 2013 مقارنة بشهر يناير 2012، حيث ارتفع عدد المسافرين بنسبة 6,8% على خط الكويت-بيروت، وبنسبة 17,3% على خط الكويت-البحرين، وبنسبة 8,3% على خط الكويت-دبي. وأظهر التقرير أن «طيران الجزيرة» واصلت تحقيق أعلى نسبة التزام بمواعيد السفر مقارنة بالشركات الأخرى في الشرق الأوسط خلال شهر يناير 2013، بلغت نسبتها 92,93%، وذلك بحسب تقرير المركز الأميركي والمستقل لتعقب ومراقبة الرحلات «فلايت ستاتس».

والأقصر، وبنسبة 15,4% على خط الكويت - سوهاج. وارتفع عدد المسافرين في شهر يناير 2013 مقارنة بشهر يناير 2012 بنسبة 42,1%، على خط الكويت - أسبوط، وبنسبة 27,4% على خط الكويت - الأقصر، وبنسبة 33,9% على خط الكويت - سوهاج. وبنسبة 63% على خط الكويت - الإسكندرية، وبنسبة 39% على خط الكويت - عمان، وبنسبة 21% على خط الكويت - أسبوط، وبنسبة 17% على خط الكويت - البحرين، وبنسبة 17% على خط الكويت - دبي، وبنسبة 17,6% على خط الكويت - الإسكندرية.

الخط	حصة طيران الجزيرة في يناير 2013 من الوجهات التي تخدمها في يناير 2013
خط الكويت - الخجف	100%
خط الكويت - الإسكندرية	21%
خط الكويت - عمان	39%
خط الكويت - أسبوط	63%
خط الكويت - البحرين	11%
خط الكويت - بيروت	39%
خط الكويت - القاهرة	24%
خط الكويت - دبي	17%
خط الكويت - جدة	17%
خط الكويت - الأقصر	72%
خط الكويت - مشهد	18%
خط الكويت - الرياض	10%
خط الكويت - سوهاج	50%

المصدر: تقرير الإدارة العامة للطيران المدني الكويتي لحركة المسافرين خلال شهر يناير 2013

وبالمقارنة مع يناير 2012، ارتفعت الحصة السوقية لطيران الجزيرة بنسبة 17,6% على خط الكويت - أسبوط، وبنسبة 1,9% على خط الكويت - الإسكندرية.

وبالنسبة للوجهات المصرية التي تخدمها «طيران الجزيرة»، كانت الشركة أكبر ناقلية على خط الكويت - أسبوط بحصة سوقية بلغت 63%، وعلى خط الكويت - البحرين، وبنسبة 72%، وعلى خط الكويت - أسبوط بحصة سوقية بلغت 50%.



طائرات «طيران الجزيرة»

والمقارنة مع يناير 2012، ارتفعت الحصة السوقية لطيران الجزيرة بنسبة 17,6% على خط الكويت - أسبوط بحصة سوقية بلغت 63%، وعلى خط الكويت - البحرين، وبنسبة 72%، وعلى خط الكويت - أسبوط بحصة سوقية بلغت 50%.

كما شهدت ارتفاعا في عدد المسافرين على هذا الخط خلال شهر يناير 2013 بنسبة بلغت 27,5% مقارنة بشهر يناير 2012.

«بيتك» يعين زياد العمر مديرا عاما للموارد البشرية والخدمات العامة

في شركة الوطنية للاتصالات التي وصلت خبرته فيها الى 10 سنوات ثم شركة زين. وتعد إدارة الموارد البشرية من الإدارات المهمة في أي مؤسسة وذلك لأهمية العنصر البشري ومدى تأثيره على الكفاءة الإنتاجية من جهة ولأنها تقوم على تنمية وتطوير الموظفين عبر برامج تدريبية متقدمة من جهة أخرى.

«أفضل قائد» في عام 1999 من شركة البترول الوطنية الكويتية، مما يؤهله لتولي مهام إدارة الموارد البشرية ويمكن الاستفادة من مهاراته وخبراته التي أضافت الكثير لقطاعات وشركات كبيرة. وشغل زياد العمر مناصب مهمة في شركات عدة، حيث امتدت خبرته في شركة البترول الوطنية الكويتية لتصل إلى 16 سنة ومن ثم



زياد العمر

ذكر بيت التمويل الكويتي «بيتك» أنه تم تعيين زياد عبدالله العمر بمصاحب مدير عام الموارد البشرية والخدمات العامة حيث يباشر عمله من بداية مارس الحالي. ويتمتع زياد العمر الذي تخرج سنة 1986 في جامعة الكويت بخبرة طويلة وتجربة عميقة في مجال الموارد البشرية، وحصد العديد من الجوائز والأوسمة ومنها جائزة

«بيان»: إلى متى ستستمر سياسة ضعف الإنفاق الحكومي الرأسمالي؟

استثمارها في مشروعات تنموية تخدم المجتمع، ولكن المسؤولين في الكويت للأسف يفضلون إيداع تلك الفوائض في البنوك المحلية والأجنبية بعوائد ضعيفة جدا قياسا بالعوائد التي ستجنيها إذا تم استثمار تلك الأموال في المشروعات الكبرى التي تصب في مصلحة الاقتصاد الوطني، لذا فمن المأمول أن تعيد الحكومة التفكير في سياستها المالية، وأن تتبنى سياسات تحسن البيئة الاقتصادية في الدولة.

وتأتي تعيينات «بيتك» هذه تنفيذاً لخطة إعادة الهيكلة التي بدأها «بيتك» في العام الماضي والتي ساهمت في زيادة معظم مؤشرات «بيتك» المالية بنهاية 2012 وحسنت في أهم أبرز نتائجها السنوية حيث ان مشروع إعادة الهيكلة أنتج تغييرا وتطويرا كبيرين في أسلوب العمل وتحقيق الأهداف.

وتأتي تعيينات «بيتك» هذه تنفيذاً لخطة إعادة الهيكلة التي بدأها «بيتك» في العام الماضي والتي ساهمت في زيادة معظم مؤشرات «بيتك» المالية بنهاية 2012 وحسنت في أهم أبرز نتائجها السنوية حيث ان مشروع إعادة الهيكلة أنتج تغييرا وتطويرا كبيرين في أسلوب العمل وتحقيق الأهداف.

من جهة أخرى، لوحظ ظهور نشاط شرائي على بعض الأسهم القيادية، لاسيما في قطاع البنوك، الأمر الذي أدى إلى تقليص خسائر السوق بشكل عام. هذا وتزامنت خسائر السوق خلال الأسبوع الماضي مع مخاوف جزء من المتداولين من إيقاف بعض الأسهم التي لم تعلن عن بياناتها المالية عن العام الماضي، خاصة وأن المهلة القانونية الممنوحة للشركات لتعلن عن نتائجها السنوية بنهاية شهر مارس الجاري.

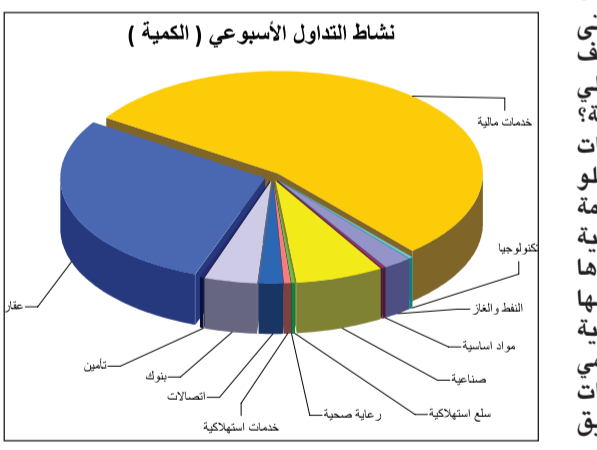
من جهة أخرى، لوحظ ظهور نشاط شرائي على بعض الأسهم القيادية، لاسيما في قطاع البنوك، الأمر الذي أدى إلى تقليص خسائر السوق بشكل عام. هذا وتزامنت خسائر السوق خلال الأسبوع الماضي مع مخاوف جزء من المتداولين من إيقاف بعض الأسهم التي لم تعلن عن بياناتها المالية عن العام الماضي، خاصة وأن المهلة القانونية الممنوحة للشركات لتعلن عن نتائجها السنوية بنهاية شهر مارس الجاري.

من جهة أخرى، لوحظ ظهور نشاط شرائي على بعض الأسهم القيادية، لاسيما في قطاع البنوك، الأمر الذي أدى إلى تقليص خسائر السوق بشكل عام. هذا وتزامنت خسائر السوق خلال الأسبوع الماضي مع مخاوف جزء من المتداولين من إيقاف بعض الأسهم التي لم تعلن عن بياناتها المالية عن العام الماضي، خاصة وأن المهلة القانونية الممنوحة للشركات لتعلن عن نتائجها السنوية بنهاية شهر مارس الجاري.

من جهة أخرى، لوحظ ظهور نشاط شرائي على بعض الأسهم القيادية، لاسيما في قطاع البنوك، الأمر الذي أدى إلى تقليص خسائر السوق بشكل عام. هذا وتزامنت خسائر السوق خلال الأسبوع الماضي مع مخاوف جزء من المتداولين من إيقاف بعض الأسهم التي لم تعلن عن بياناتها المالية عن العام الماضي، خاصة وأن المهلة القانونية الممنوحة للشركات لتعلن عن نتائجها السنوية بنهاية شهر مارس الجاري.

من جهة أخرى، لوحظ ظهور نشاط شرائي على بعض الأسهم القيادية، لاسيما في قطاع البنوك، الأمر الذي أدى إلى تقليص خسائر السوق بشكل عام. هذا وتزامنت خسائر السوق خلال الأسبوع الماضي مع مخاوف جزء من المتداولين من إيقاف بعض الأسهم التي لم تعلن عن بياناتها المالية عن العام الماضي، خاصة وأن المهلة القانونية الممنوحة للشركات لتعلن عن نتائجها السنوية بنهاية شهر مارس الجاري.

من جهة أخرى، لوحظ ظهور نشاط شرائي على بعض الأسهم القيادية، لاسيما في قطاع البنوك، الأمر الذي أدى إلى تقليص خسائر السوق بشكل عام. هذا وتزامنت خسائر السوق خلال الأسبوع الماضي مع مخاوف جزء من المتداولين من إيقاف بعض الأسهم التي لم تعلن عن بياناتها المالية عن العام الماضي، خاصة وأن المهلة القانونية الممنوحة للشركات لتعلن عن نتائجها السنوية بنهاية شهر مارس الجاري.



شركة مروة العالمية العقارية م.م. ك.م.

International Real Estate Co. S.K.K.

إعلان تذكيري

حضور اجتماع الجمعية العامة العادية

يسر مجلس إدارة شركة مروة العالمية العقارية م.م. ك.م. دعوة السادة المساهمين لحضور إجتماع الجمعية العامة العادية عن السنة المالية المنتهية في 31/12/2012 وذلك يوم الأحد الموافق 7/4/2013 في تمام الساعة 11:00 صباحاً في مجمع الوزرات بمقر وزارة التجارة والصناعة - بلوك (2) - الدور (1) - قاعة (ب).

أولاً - جدول أعمال الجمعية العامة العادية السنوية لشركة مروة العالمية العقارية م.م. ك.م.

1. معاق تقرير مجلس الإدارة عن نشاط الشركة للسنة المالية المنتهية في 31/12/2012 والتصديق عليه.
2. معاق تقرير مراقب هيئة الرقابة الشرعية عن السنة المالية المنتهية في 31/12/2012 والتصديق عليه.
3. معاق تقرير مراقب حسابات الشركة عن السنة المالية المنتهية في 31/12/2012 والتصديق عليه.
4. مناقشة الميزانية العمومية وحساب الأرباح والخسائر عن السنة المالية المنتهية في 31/12/2012 والتصديق عليها وكذلك توصية مجلس الإدارة بعدم توزيع أرباح على المساهمين عن عام 2012.
5. التصديق على مكافأة السادة أعضاء مجلس الإدارة عن العام 2012.
6. الموافقة على تحويل نسبة 10% من ربح السنة إلى حساب الاحتياطي الاختياري والتعادل مبلغ - 18.450.000 د.ك.
7. تجديد الموافقة على التعامل مع أطراف ذات صلة.
8. إقرار طرف السادة أعضاء مجلس الإدارة وإبراء ذمتهم عن كل ما يتعلق بتصرفاتهم المالية والقانونية عن السنة المالية المنتهية في 31/12/2012.
9. تعيين أو إعادة تعيين هيئة الرقابة الشرعية للسنة المالية المنتهية في 31/12/2013 وتحويل مجلس الإدارة بتحديد أتعابهم.
10. تعيين أو إعادة تعيين مراقب حسابات الشركة عن السنة المالية المنتهية في 31/12/2013 وتحويل مجلس الإدارة بتحديد أتعابهم.

لذا يرجى من السادة المساهمين الراغبين في استلام دعوة الحضور والتوكيل والتقرير السنوي للشركة مراجعة مقر الشركة الكائن في الكويت - شارع فهد السالم - برج السلام - الدور 19 - وذلك خلال أوقات العمل الرسمية ت 2/2796512247

مجلس الإدارة



حسين دوشي

«الأمرء العقارية»: إقبال كبير على مشروع أراضي في كرويدن لندن

بمساحات تبدأ من 250 متراً، في حين أن المساحات المخصصة للزراعية تبدأ من 400 متر مربع. مشيراً إلى أن الأراضي السكنية في كرويدن (لندن) ذات وثيقة حرة، بينما تبعد عن منطقة وارلينجهام عن الهاید بارك 13 متراً، لافتاً في الوقت نفسه إلى أن الأراضي تبعد عن محطة القطر نحو 6 دقائق. مشيراً إلى أن الشركة قامت بعرض المشروع خلال الشهر الماضي، وتتوقع الشركة أن تصل نسبة مبيعاتها إلى 50% خلال الأشهر الثلاثة المقبلة.

بمساحات تبدأ من 250 متراً، في حين أن المساحات المخصصة للزراعية تبدأ من 400 متر مربع. مشيراً إلى أن الأراضي السكنية في كرويدن (لندن) ذات وثيقة حرة، بينما تبعد عن منطقة وارلينجهام عن الهاید بارك 13 متراً، لافتاً في الوقت نفسه إلى أن الأراضي تبعد عن محطة القطر نحو 6 دقائق. مشيراً إلى أن الشركة قامت بعرض المشروع خلال الشهر الماضي، وتتوقع الشركة أن تصل نسبة مبيعاتها إلى 50% خلال الأشهر الثلاثة المقبلة.

بمساحات تبدأ من 250 متراً، في حين أن المساحات المخصصة للزراعية تبدأ من 400 متر مربع. مشيراً إلى أن الأراضي السكنية في كرويدن (لندن) ذات وثيقة حرة، بينما تبعد عن منطقة وارلينجهام عن الهاید بارك 13 متراً، لافتاً في الوقت نفسه إلى أن الأراضي تبعد عن محطة القطر نحو 6 دقائق. مشيراً إلى أن الشركة قامت بعرض المشروع خلال الشهر الماضي، وتتوقع الشركة أن تصل نسبة مبيعاتها إلى 50% خلال الأشهر الثلاثة المقبلة.

بمساحات تبدأ من 250 متراً، في حين أن المساحات المخصصة للزراعية تبدأ من 400 متر مربع. مشيراً إلى أن الأراضي السكنية في كرويدن (لندن) ذات وثيقة حرة، بينما تبعد عن منطقة وارلينجهام عن الهاید بارك 13 متراً، لافتاً في الوقت نفسه إلى أن الأراضي تبعد عن محطة القطر نحو 6 دقائق. مشيراً إلى أن الشركة قامت بعرض المشروع خلال الشهر الماضي، وتتوقع الشركة أن تصل نسبة مبيعاتها إلى 50% خلال الأشهر الثلاثة المقبلة.

«منا وفينا» في سوق شرق لإقامة المعرض الترويجي الثالث

بالمنتج الوطني واستهداف أكبر شريحة ممكنة من الجمهور لتتواصل كلمة منتج وطني في أذهانهم. وأضافت حسين أن في معرض سوق شرق توافد مجموعة من تلميذات إحدى المدارس المتوسطة على المعرض معتبرة أنها كانت في قصة جيدة في وجود جيل النشء الذين استفسروا عن الحملة ومعناها وعن المنتج الوطني وبالتالي عرفوا أهمية شراء المنتجات الوطنية. وأكدت حسين أن الفعاليات مستمرة في مجتمعات أخرى خلال الفترة القادمة وأن الإعلام عن الحملة مستمر أيضا لافتة إلى أن الهيئة العامة للصناعة لا تالو جهدا في تنظيم أي فعالية من شأنها إنجاح تلك الحملة التي تحرص على أن تتم بنجاح وتكون حقت الهدف المرجو منها. وأشارت إلى أنه من خلال كل الفعاليات السابقة للمعرض لاحظت أن أول ما بلغت نظر الجمهور هو شعار الحملة «منا وفينا» ومن خلال هذا الشعار يبدأ بالتساؤل، متمنية من كل من يرى شعار الحملة أو يقرأ عنها أو يشاهد أي فعالية لها أن يعي أهمية دعم المنتج الوطني سواء من المواطن أو من المقيم وأن ذلك يكون من خلال شرائه الذي يمثل في النهاية دعما للاقتصاد الوطني، ووجهت الشكر للصحف الكويتية على دعمها المستمر للحملة وحرصها على نشر كل الفعاليات، متمنية أن يستمر التعاون.

بالمنتج الوطني واستهداف أكبر شريحة ممكنة من الجمهور لتتواصل كلمة منتج وطني في أذهانهم. وأضافت حسين أن في معرض سوق شرق توافد مجموعة من تلميذات إحدى المدارس المتوسطة على المعرض معتبرة أنها كانت في قصة جيدة في وجود جيل النشء الذين استفسروا عن الحملة ومعناها وعن المنتج الوطني وبالتالي عرفوا أهمية شراء المنتجات الوطنية. وأكدت حسين أن الفعاليات مستمرة في مجتمعات أخرى خلال الفترة القادمة وأن الإعلام عن الحملة مستمر أيضا لافتة إلى أن الهيئة العامة للصناعة لا تالو جهدا في تنظيم أي فعالية من شأنها إنجاح تلك الحملة التي تحرص على أن تتم بنجاح وتكون حقت الهدف المرجو منها. وأشارت إلى أنه من خلال كل الفعاليات السابقة للمعرض لاحظت أن أول ما بلغت نظر الجمهور هو شعار الحملة «منا وفينا» ومن خلال هذا الشعار يبدأ بالتساؤل، متمنية من كل من يرى شعار الحملة أو يقرأ عنها أو يشاهد أي فعالية لها أن يعي أهمية دعم المنتج الوطني سواء من المواطن أو من المقيم وأن ذلك يكون من خلال شرائه الذي يمثل في النهاية دعما للاقتصاد الوطني، ووجهت الشكر للصحف الكويتية على دعمها المستمر للحملة وحرصها على نشر كل الفعاليات، متمنية أن يستمر التعاون.

بالمنتج الوطني واستهداف أكبر شريحة ممكنة من الجمهور لتتواصل كلمة منتج وطني في أذهانهم. وأضافت حسين أن في معرض سوق شرق توافد مجموعة من تلميذات إحدى المدارس المتوسطة على المعرض معتبرة أنها كانت في قصة جيدة في وجود جيل النشء الذين استفسروا عن الحملة ومعناها وعن المنتج الوطني وبالتالي عرفوا أهمية شراء المنتجات الوطنية. وأكدت حسين أن الفعاليات مستمرة في مجتمعات أخرى خلال الفترة القادمة وأن الإعلام عن الحملة مستمر أيضا لافتة إلى أن الهيئة العامة للصناعة لا تالو جهدا في تنظيم أي فعالية من شأنها إنجاح تلك الحملة التي تحرص على أن تتم بنجاح وتكون حقت الهدف المرجو منها. وأشارت إلى أنه من خلال كل الفعاليات السابقة للمعرض لاحظت أن أول ما بلغت نظر الجمهور هو شعار الحملة «منا وفينا» ومن خلال هذا الشعار يبدأ بالتساؤل، متمنية من كل من يرى شعار الحملة أو يقرأ عنها أو يشاهد أي فعالية لها أن يعي أهمية دعم المنتج الوطني سواء من المواطن أو من المقيم وأن ذلك يكون من خلال شرائه الذي يمثل في النهاية دعما للاقتصاد الوطني، ووجهت الشكر للصحف الكويتية على دعمها المستمر للحملة وحرصها على نشر كل الفعاليات، متمنية أن يستمر التعاون.

بالمنتج الوطني واستهداف أكبر شريحة ممكنة من الجمهور لتتواصل كلمة منتج وطني في أذهانهم. وأضافت حسين أن في معرض سوق شرق توافد مجموعة من تلميذات إحدى المدارس المتوسطة على المعرض معتبرة أنها كانت في قصة جيدة في وجود جيل النشء الذين استفسروا عن الحملة ومعناها وعن المنتج الوطني وبالتالي عرفوا أهمية شراء المنتجات الوطنية. وأكدت حسين أن الفعاليات مستمرة في مجتمعات أخرى خلال الفترة القادمة وأن الإعلام عن الحملة مستمر أيضا لافتة إلى أن الهيئة العامة للصناعة لا تالو جهدا في تنظيم أي فعالية من شأنها إنجاح تلك الحملة التي تحرص على أن تتم بنجاح وتكون حقت الهدف المرجو منها. وأشارت إلى أنه من خلال كل الفعاليات السابقة للمعرض لاحظت أن أول ما بلغت نظر الجمهور هو شعار الحملة «منا وفينا» ومن خلال هذا الشعار يبدأ بالتساؤل، متمنية من كل من يرى شعار الحملة أو يقرأ عنها أو يشاهد أي فعالية لها أن يعي أهمية دعم المنتج الوطني سواء من المواطن أو من المقيم وأن ذلك يكون من خلال شرائه الذي يمثل في النهاية دعما للاقتصاد الوطني، ووجهت الشكر للصحف الكويتية على دعمها المستمر للحملة وحرصها على نشر كل الفعاليات، متمنية أن يستمر التعاون.

بالمنتج الوطني واستهداف أكبر شريحة ممكنة من الجمهور لتتواصل كلمة منتج وطني في أذهانهم. وأضافت حسين أن في معرض سوق شرق توافد مجموعة من تلميذات إحدى المدارس المتوسطة على المعرض معتبرة أنها كانت في قصة جيدة في وجود جيل النشء الذين استفسروا عن الحملة ومعناها وعن المنتج الوطني وبالتالي عرفوا أهمية شراء المنتجات الوطنية. وأكدت حسين أن الفعاليات مستمرة في مجتمعات أخرى خلال الفترة القادمة وأن الإعلام عن الحملة مستمر أيضا لافتة إلى أن الهيئة العامة للصناعة لا تالو جهدا في تنظيم أي فعالية من شأنها إنجاح تلك الحملة التي تحرص على أن تتم بنجاح وتكون حقت الهدف المرجو منها. وأشارت إلى أنه من خلال كل الفعاليات السابقة للمعرض لاحظت أن أول ما بلغت نظر الجمهور هو شعار الحملة «منا وفينا» ومن خلال هذا الشعار يبدأ بالتساؤل، متمنية من كل من يرى شعار الحملة أو يقرأ عنها أو يشاهد أي فعالية لها أن يعي أهمية دعم المنتج الوطني سواء من المواطن أو من المقيم وأن ذلك يكون من خلال شرائه الذي يمثل في النهاية دعما للاقتصاد الوطني، ووجهت الشكر للصحف الكويتية على دعمها المستمر للحملة وحرصها على نشر كل الفعاليات، متمنية أن يستمر التعاون.

بالمنتج الوطني واستهداف أكبر شريحة ممكنة من الجمهور لتتواصل كلمة منتج وطني في أذهانهم. وأضافت حسين أن في معرض سوق شرق توافد مجموعة من تلميذات إحدى المدارس المتوسطة على المعرض معتبرة أنها كانت في قصة جيدة في وجود جيل النشء الذين استفسروا عن الحملة ومعناها وعن المنتج الوطني وبالتالي عرفوا أهمية شراء المنتجات الوطنية. وأكدت حسين أن الفعاليات مستمرة في مجتمعات أخرى خلال الفترة القادمة وأن الإعلام عن الحملة مستمر أيضا لافتة إلى أن الهيئة العامة للصناعة لا تالو جهدا في تنظيم أي فعالية من شأنها إنجاح تلك الحملة التي تحرص على أن تتم بنجاح وتكون حقت الهدف المرجو منها. وأشارت إلى أنه من خلال كل الفعاليات السابقة للمعرض لاحظت أن أول ما بلغت نظر الجمهور هو شعار الحملة «منا وفينا» ومن خلال هذا الشعار يبدأ بالتساؤل، متمنية من كل من يرى شعار الحملة أو يقرأ عنها أو يشاهد أي فعالية لها أن يعي أهمية دعم المنتج الوطني سواء من المواطن أو من المقيم وأن ذلك يكون من خلال شرائه الذي يمثل في النهاية دعما للاقتصاد الوطني، ووجهت الشكر للصحف الكويتية على دعمها المستمر للحملة وحرصها على نشر كل الفعاليات، متمنية أن يستمر التعاون.

بالمنتج الوطني واستهداف أكبر شريحة ممكنة من الجمهور لتتواصل كلمة منتج وطني في أذهانهم. وأضافت حسين أن في معرض سوق شرق توافد مجموعة من تلميذات إحدى المدارس المتوسطة على المعرض معتبرة أنها كانت في قصة جيدة في وجود جيل النشء الذين استفسروا عن الحملة ومعناها وعن المنتج الوطني وبالتالي عرفوا أهمية شراء المنتجات الوطنية. وأكدت حسين أن الفعاليات مستمرة في مجتمعات أخرى خلال الفترة القادمة وأن الإعلام عن الحملة مستمر أيضا لافتة إلى أن الهيئة العامة للصناعة لا تالو جهدا في تنظيم أي فعالية من شأنها إنجاح تلك الحملة التي تحرص على أن تتم بنجاح وتكون حقت الهدف المرجو منها. وأشارت إلى أنه من خلال كل الفعاليات السابقة للمعرض لاحظت أن أول ما بلغت نظر الجمهور هو شعار الحملة «منا وفينا» ومن خلال هذا الشعار يبدأ بالتساؤل، متمنية من كل من يرى شعار الحملة أو يقرأ عنها أو يشاهد أي فعالية لها أن يعي أهمية دعم المنتج الوطني سواء من المواطن أو من المقيم وأن ذلك يكون من خلال شرائه الذي يمثل في النهاية دعما للاقتصاد الوطني، ووجهت الشكر للصحف الكويتية على دعمها المستمر للحملة وحرصها على نشر كل الفعاليات، متمنية أن يستمر التعاون.

بالمنتج الوطني واستهداف أكبر شريحة ممكنة من الجمهور لتتواصل كلمة منتج وطني في أذهانهم. وأضافت حسين أن في معرض سوق شرق توافد مجموعة من تلميذات إحدى المدارس المتوسطة على المعرض معتبرة أنها كانت في قصة جيدة في وجود جيل النشء الذين استفسروا عن الحملة ومعناها وعن المنتج الوطني وبالتالي عرفوا أهمية شراء المنتجات الوطنية. وأكدت حسين أن الفعاليات مستمرة في مجتمعات أخرى خلال الفترة القادمة وأن الإعلام عن الحملة مستمر أيضا لافتة إلى أن الهيئة العامة للصناعة لا تالو جهدا في تنظيم أي فعالية من شأنها إنجاح تلك الحملة التي تحرص على أن تتم بنجاح وتكون حقت الهدف المرجو منها. وأشارت إلى أنه من خلال كل الفعاليات السابقة للمعرض لاحظت أن أول ما بلغت نظر الجمهور هو شعار الحملة «منا وفينا» ومن خلال هذا الشعار يبدأ بالتساؤل، متمنية من كل من يرى شعار الحملة أو يقرأ عنها أو يشاهد أي فعالية لها أن يعي أهمية دعم المنتج الوطني سواء من المواطن أو من المقيم وأن ذلك يكون من خلال شرائه الذي يمثل في النهاية دعما للاقتصاد الوطني، ووجهت الشكر للصحف الكويتية على دعمها المستمر للحملة وحرصها على نشر كل الفعاليات، متمنية أن يستمر التعاون.

جانب من الحملة الترويجية في سوق شرق