



الأرباح قد تتراجع 63% سنوياً مقارنة بـ 1,1 مليار دولار حققتها العام الماضي 400 مليون دولار أرباح شركات الطيران بالمنطقة في 2017

بيئة الطلب القوي: حققت بيئة الطلب أداء قويا فاق جميع التوقعات، إذ من المرجح للناجح الإجمالي المحلي أن يسجل نمواً في عام 2017 بنسبة 2,9%. وفي حال تحقق ذلك، فإن هذا العام سيشهد أقوى أداء اقتصادي عالمي منذ عام 2011.

● من المتوقع للطلب على السفر الجوي أن يشهد نمواً بنسبة 7,4% خلال عام 2017. ويشكل ذلك نفس معدل النمو الذي تم إحرازه في عام 2016، وارتقاعاً بمقدار 2,3 نقطة مئوية عن التوقعات السابقة. ويشير هذا الطلب القوي عن تحقيق زيادة تبلغ 275 مليون مسافر (خلال عام 2016) ليرتفع إجمالي عدد المسافرين المتوقع لهذا العام إلى 4,1 مليارات مسافر. وإذا ما تحقق ذلك، فإنه سيشكل أضعف معدل نمو سنوي تحققه أعداد المسافرين على الإطلاق.

● والأهم من ذلك بالنسبة للأداء المالي الخاص بالقطاع هو أن هذه الزيادة الكبيرة في الطلب المتوقع ستعزز نمو حركة المرور بما يفوق نمو القدرة الاستيعابية المخطط لها. ونتيجة لذلك، فمن المتوقع للمتوسط عامل حمولة المسافر أن يصل على 80,6% (مستجلاً زيادة بسيطة عن نسبة 80,3% التي تحققت خلال عام 2016)، ما يساعد على تعزيز إيرادات الوحدات.

● من المتوقع للطلب على الشحن الجوي أن يشهد نمواً بنسبة 7,5% خلال عام 2017. ويشكل ذلك أكثر من ضعف نسبة النمو التي تحققت في عام 2016 والتي بلغت 3,6%، وارتقاعاً بمقدار 4,0 نقاط مئوية عن التوقعات السابقة لهذا العام. ومن المرجح لإجمالي الحمولة التي سيتم نقلها أن تصل إلى 58,2 مليون طن لتتحقق بذلك زيادة عن التوقعات السابقة (بمقدار 2,5 مليون طن) 3,9 ملايين طن عن مستويات العام 2016. شهدت التكاليف الخاصة بالوقود والعمالة والصيانة زيادة ملحوظة خلال الربع الأول من العام الحالي. ومن المتوقع أن ترتفع النفقات الإجمالية للقطاع لتبلغ 687 مليار دولار أميركي، بزيادة قدرها 44 مليار دولار عن عام 2016. وتشير التوقعات أيضاً إلى إمكانية ارتفاع إيرادات القطاع إلى 743 مليار دولار أميركي، لتحقق بذلك زيادة قدرها 38 مليار دولار بالمقارنة مع عام 2016.

● باقي التفاصيل على موقع 'الانباء' www.alanba.com.kw

توقع الاتحاد الدولي للطيران (الياتا) أن تتراجع أرباح شركات الطيران الشرق أوسطية بنسبة 63% سنوياً خلال العام الحالي على أن تحقق أرباحاً قدرها 400 مليون دولار منخفضة بذلك عن أرباحها البالغة 1,1 مليار دولار في عام 2016 وبذلك تصل ربحية شركات الطيران ما يعادل 1,78 دولار أميركي لكل مسافر. وأرجعت المنظمة العالمية ذلك التراجع إلى مجموعة من العوامل وهي:

● ظروف الأعمال الخاصة بشركات النقل الشرق أوسطية والتي شهدت تراجعاً حاداً خلال الأشهر الستة الماضية.

● انخفاض معدلات الربحية وعوامل الحمولة بشكل ملحوظ، حيث زحزت حركة المرور وبعض نماذج الأعمال تحت ضغوط كبيرة.

● ثمة أئلة متزايدة على أن الحظر المفروض على نقل الأجهزة الإلكترونية كبيرة الحجم ضمن مقصورات الامتعة، بالإضافة إلى انعدام اليقين حول حظر السفر المحتمل إلى الولايات المتحدة، يمكن أن يؤثر بشكل كبير على عدد من مسارات الرحلات الرئيسية.

● تبدل المنطقة جهوداً حثيئة للتغلب على تأثير ارتفاع الضرائب/ الرسوم الخاصة بالبنى التحتية، وازدياد حركة المرور الجوية.

وفي إطار تقريره عن توقعات الأداء التشغيلي والأرباح التي يمكن لشركات الطيران العالمية تحقيقها أكد الاتحاد الدولي للطيران أنه من المرجح نمو الطلب على السفر الجوي بمنطقة الشرق الأوسط بنسبة 7,0%، وهو ما يزيد بشكل طفيف عن النمو المتوقع للسعة والبالغة نسبته 6,9% لشركات الطيران العاملة بالمنطقة. وعالمياً، رفع الاتحاد الدولي للنقل الجوي سقف توقعاته الخاصة بأرباح قطاع الطيران العالمي لعام 2017. وتشير

ترجيحات الاتحاد إلى أن شركات الطيران ستحقق أرباحاً بقيمة 31,4 مليار دولار مرتفعة بذلك عن التوقعات السابقة التي بلغت 29,8 مليار دولار. في حين ستسجل إيرادات القطاع 743 مليار دولار بالمقارنة مع التوقعات السابقة التي بلغت 736 مليار دولار.

وخلال عام 2017، من المتوقع لشركات الطيران تحقيق أرباح صافية تبلغ 7,69 دولارات عن كل مسافر، منخفضة بذلك عن 9,13 دولارات في عام 2016 و10,08 دولارات في عام 2015.

ويلعب متوسط هامش الربح الصافي 4,2% منخفضاً عن 4,9% التي حققتها في عام 2016.

● 100 شركة عالمياً وأكثر من 3% خلال السنة المالية 2015 واستمرت إيطاليا رائدة في قطاع السلع الفاخرة من حيث عدد الشركات، في حين تملك فرنسا أعلى حصة من المبيعات - مع وجود 26 شركة إيطالية ضمن أكبر 100 شركة للسلع الفاخرة وأكد التقرير زيادة نمو مبيعات الشركات في قطاع السلع الفاخرة المتعددة إلى ما يقارب الضعف - مقارنة بالعام السابق ما أدى إلى زيادة الأرباح، في حين لا تزال سلع الحقب والاكسسوارات أسرع القطاعات نموًا.

وأضاف جايمس باب:

«يستمر السوق في الشرق الأوسط باستقطاب العلامات التجارية الفاخرة، وقد تبوتت كل من أسواق أبوظبي ودبي مراكز مهمة على لائحة وجهات التسوق المرغوبة التي يقصدها السياح. كما حققت العلامات التجارية ذات الأسماء اللامعة نمواً جيداً في المنطقة، في وقت شكلت السياحة المحرك الرئيسي للمبيعات في دبي. رغم ذلك، شهد السوق الشرق الأوسط تباطؤاً كبيراً في عام 2016 بسبب انخفاض أسعار النفط وارتفاع أسعار الذهب وزيادة تكلفة المعيشة. ومن المرجح أن تتأثر المنطقة بالأضطرابات السياسية، وعدم استقرار الاقتصاد العالمي، على أن يستمر النمو بالرغم من ذلك مع استمرار دبي وأبوظبي في جذب السياح المتسوقين». واستناداً للمعلومات المنشورة من قبل الشركات، حققت أكبر 100 شركة للسلع الفاخرة مبيعات بقيمة 212 مليار دولار في السنة المالية 2015. ويبلغ متوسط مبيعات السلع الفاخرة السنوي لهذه الشركات حالياً ما يقارب 2,1 مليار دولار. وأشار التقرير لنمو مبيعات السلع الفاخرة لأكثر

من 100 شركة عالمياً وأكثر من 3% خلال السنة المالية 2015 واستمرت إيطاليا رائدة في قطاع السلع الفاخرة من حيث عدد الشركات، في حين تملك فرنسا أعلى حصة من المبيعات - مع وجود 26 شركة إيطالية ضمن أكبر 100 شركة للسلع الفاخرة وأكد التقرير زيادة نمو مبيعات الشركات في قطاع السلع الفاخرة المتعددة إلى ما يقارب الضعف - مقارنة بالعام السابق ما أدى إلى زيادة الأرباح، في حين لا تزال سلع الحقب والاكسسوارات أسرع القطاعات نموًا.

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

في هذا الإطار، صرح جايمس باب، الشريك المسؤول عن العملاء والقطاعات في دبيوليت الشرق الأوسط قائلاً: «لا يزال قطاع السياحة والسفر يشكل فرصة نمو مهمة لنمو سوق السلع الفاخرة. إذ أن نصف مشتري السلع الفاخرة يعود إلى المسافرين خارج بلادهم (31%) أو خلال تواجدهم في المطار (16%)، مما يزيد من نسبة شراء المستهلكين لتصل إلى 60% في الأسواق الناشئة، إذ إنهم غالباً ما لا تتوافر لهم نفس المنتجات والعلامات التجارية في الأسواق الأكثر نضجاً».

صناديق السيادية تنهات على الاستثمار التكنولوجي

أصبح «خزانة ناسيونال» الماليزي واحداً من أكثر صناديق الثروة السيادية نشاطاً حول العالم في الاستثمار التكنولوجي، بالاستثمار في الصناديق التكنولوجية، وتتمثل حصة الاستثمارات في الصناديق التكنولوجية والاعلام والاتصالات حوالي 25% من حجم محفظته. وفي الوقت ذاته، ما زالت قيم الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا أخذت في الارتفاع الصاروخي، وترى صناديق الثروة السيادية فرصاً متزايدة لنجاح استثماراتها بهذه الأعمال. وتبلغ حصة «خزانة» في شركة «علي بابا» ما نسبته 0,2%، بينما اشترى «تيماسيك» و«جي آي سي» في يونيو حصة بقيمة إجمالية تبلغ مليار دولار.

أصبح «خزانة ناسيونال» الماليزي واحداً من أكثر صناديق الثروة السيادية نشاطاً حول العالم في الاستثمار التكنولوجي، بالاستثمار في الصناديق التكنولوجية، وتتمثل حصة الاستثمارات في الصناديق التكنولوجية والاعلام والاتصالات حوالي 25% من حجم محفظته. وفي الوقت ذاته، ما زالت قيم الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا أخذت في الارتفاع الصاروخي، وترى صناديق الثروة السيادية فرصاً متزايدة لنجاح استثماراتها بهذه الأعمال. وتبلغ حصة «خزانة» في شركة «علي بابا» ما نسبته 0,2%، بينما اشترى «تيماسيك» و«جي آي سي» في يونيو حصة بقيمة إجمالية تبلغ مليار دولار.

أصبح «خزانة ناسيونال» الماليزي واحداً من أكثر صناديق الثروة السيادية نشاطاً حول العالم في الاستثمار التكنولوجي، بالاستثمار في الصناديق التكنولوجية، وتتمثل حصة الاستثمارات في الصناديق التكنولوجية والاعلام والاتصالات حوالي 25% من حجم محفظته. وفي الوقت ذاته، ما زالت قيم الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا أخذت في الارتفاع الصاروخي، وترى صناديق الثروة السيادية فرصاً متزايدة لنجاح استثماراتها بهذه الأعمال. وتبلغ حصة «خزانة» في شركة «علي بابا» ما نسبته 0,2%، بينما اشترى «تيماسيك» و«جي آي سي» في يونيو حصة بقيمة إجمالية تبلغ مليار دولار.

أصبح «خزانة ناسيونال» الماليزي واحداً من أكثر صناديق الثروة السيادية نشاطاً حول العالم في الاستثمار التكنولوجي، بالاستثمار في الصناديق التكنولوجية، وتتمثل حصة الاستثمارات في الصناديق التكنولوجية والاعلام والاتصالات حوالي 25% من حجم محفظته. وفي الوقت ذاته، ما زالت قيم الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا أخذت في الارتفاع الصاروخي، وترى صناديق الثروة السيادية فرصاً متزايدة لنجاح استثماراتها بهذه الأعمال. وتبلغ حصة «خزانة» في شركة «علي بابا» ما نسبته 0,2%، بينما اشترى «تيماسيك» و«جي آي سي» في يونيو حصة بقيمة إجمالية تبلغ مليار دولار.

الشركة الوطنية للخدمات البترولية (ش.م.ك.)
نابيسكو

إعلان تذكيري

لحضور إجتماع الجمعية العمومية غير العادية (المؤجلة)

يسر مجلس إدارة الشركة الوطنية للخدمات البترولية (ش.م.ك.) دعوة كافة المساهمين الكرام لحضور إجتماع الجمعية العمومية غير العادية (المؤجلة) للشركة والمقرر عقده في تمام الساعة 12:30 ظهراً يوم الأربعاء الموافق 2017/06/14 بمقر الهيئة العامة للصناعة - جنوب السرة - القاعة الرئيسية 2 ، وذلك للنظر في التالي:

- جدول أعمال الجمعية العمومية غير العادية (المؤجلة).

ملاحظة: يرجى من السادة المساهمين الكرام الراغبين في الحضور أو من ينوب عنهم مراجعة الشركة الكويتية للمقاصة - الكائنة في برج أحمد - شارع الخليج العربي - بجانب المستشفى الأميري - الدور الخامس، وذلك لإستلام بطاقات الحضور مرفق بها جدول الأعمال.

للاستفسار يرجى الاتصال على:

22464579 - 22464585

أصبح «خزانة ناسيونال» الماليزي واحداً من أكثر صناديق الثروة السيادية نشاطاً حول العالم في الاستثمار التكنولوجي، بالاستثمار في الصناديق التكنولوجية، وتتمثل حصة الاستثمارات في الصناديق التكنولوجية والاعلام والاتصالات حوالي 25% من حجم محفظته. وفي الوقت ذاته، ما زالت قيم الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا أخذت في الارتفاع الصاروخي، وترى صناديق الثروة السيادية فرصاً متزايدة لنجاح استثماراتها بهذه الأعمال. وتبلغ حصة «خزانة» في شركة «علي بابا» ما نسبته 0,2%، بينما اشترى «تيماسيك» و«جي آي سي» في يونيو حصة بقيمة إجمالية تبلغ مليار دولار.

الشركة الوطنية العقارية
ش.م.ك. عامة

إعلان تذكيري

لحضور إجتماع الجمعية العامة الغير العادية:

حضرات المساهمين الكرام

عفاً على الإعلان التذكيري بتاريخ 2017/5/31 بشأن انعقاد إجتماع الجمعية العامة الغير العادية في إجتماعها الأول بتاريخ 2017/6/1 وتحديد تاريخ الإجتماع الثاني للجمعية العامة الغير العادية في يوم 2017/6/8، يسر مجلس إدارة الشركة الوطنية العقارية ش.م.ك. عامة إعلان تأجيل الإجتماع الثاني للجمعية العامة الغير العادية من 2017/6/8 إلى يوم الخميس الموافق في 2017/6/22 في تمام الساعة الحادية عشر والنصف صباحاً بمقر الهيئة العامة للصناعة - القاعة الرئيسية رقم (2) وذلك لمناقشة الموضوعات المدرجة على جدول الأعمال التالي:

جدول أعمال إجتماع الجمعية العامة غير العادية

زيادة رأس المال المصرح به للشركة من مبلغ وقدره 98,965,918.400 دينار كويتي ليكون مبلغاً وقدره 150 مليون دينار كويتي بمقدار 1,500,000,000 سهماً، القيمة الاسمية لكل سهم منها 100 فلس (مائة فلس)، وتقويض مجلس الإدارة في وضع الضوابط والشروط لإستدعاء رأس المال.

• الموافقة على تعديل المادة السادسة من عقد التأسيس والمادة الخامسة من النظام الأساسي للشركة:

النص الأصلي

مقدار رأس مال الشركة 98,965,918.400 د.ك (ثمانية وتسعون مليون وتسعمائة وخمسة وستون ألف وتسعمائة وثمانية عشر دينار كويتي وأربعمائة فلس) موزعاً على 989,659,184 (تسعمائة وتسعة وثمانون مليون وستمائة وتسعة وخمسون ألف ومائة وأربعة وثمانون) سهماً قيمة كل سهم 100 (مائة) فلس كويتي.

النص المعدل

زيادة رأس مال الشركة المصرح به من مبلغ وقدره 98,965,918.400 دينار كويتي ليكون مبلغاً وقدره 150 مليون دينار كويتي بمقدار 1,500,000,000 سهم (واحد مليار وخمسمائة مليون سهم)، وتقويض مجلس الإدارة في وضع الضوابط والشروط لإستدعاء رأس المال.

• الموافقة على تعديل نص المادة الثالثة عشر من النظام الأساسي للشركة:

النص الأصلي

يجوز زيادة رأس مال الشركة، مرة واحدة أو أكثر بإصدار أسهم جديدة، تكون زيادة رأس المال بقرار من الجمعية العامة غير العادية يحدد فيها شروط الأسهم الجديدة ، ولا يجوز إصدار الأسهم بأقل من قيمتها الاسمية ، إذا أصدرت بأكثر من ذلك أضيف الفرق حتماً إلى الاحتياطي القانوني بعد وفاء مصروفات الإصدار . ولكل مساهم الأولوية في الاكتتاب في عدد من الأسهم الجديدة تتناسب مع عدد أسهمه. وتمنح لممارسة حق الأولوية مدة خمسة عشر يوماً من تاريخ نشر دعوة المساهمين لتلك الأسهم الجديدة.

النص المعدل

يجوز بقرار يصدر من الجمعية العامة غير العادية زيادة رأس مال الشركة المصرح به ، وذلك بناءً على اقتراح مسيّب من مجلس الإدارة على أن يتضمن القرار الصادر بزيادة رأس المال مقدار وطرق الزيادة. ولا يجوز زيادة رأس المال المصرح به إلا إذا كانت قيمة الأسهم الأصلية قد دفعت كاملة، ويجوز للجمعية العامة غير العادية أن تقوض مجلس الإدارة في تحديد تاريخ تنفيذ. ويجوز بقرار من مجلس إدارة الشركة زيادة رأس المال المصدر في حدود رأس المال المصرح به، على أن يكون رأس المال المصدر قد تم سداده بالكامل . تكون القيمة الاسمية لأسهم الزيادة مساوية لقيمة الاسمية للأسهم الأصلية. ويجوز للجمعية العامة غير العادية إضافة علاوة إصدار إلى القيمة الاسمية لأسهم الزيادة عند الاكتتاب فيها، ولها أن تقوض مجلس الإدارة في ذلك. ولكل مساهم الأولوية في الاكتتاب بحصة من الأسهم الجديدة متناسبة مع عدد أسهمه وتمنح لممارسة حق الأولوية مدة خمسة عشر يوماً من تاريخ نشر دعوة المساهمين لتلك الأسهم الجديدة. ويجوز للجمعية العامة أن تقرر تنازل المساهمين عن حق الأولوية أو تقبده بأي قيد ويجوز تنازل المساهمين مقدماً عن قفهم في الأولوية لمساهم آخر أو للغير بمقابل مادي أو بدون مقابل وفقاً لما يتم الاتفاق عليه بين المساهم والمتنازل إليه وتنتهي من أحكام هذه الفقرة زيادة رأس مال الشركة بغرض تطبيق نظام خيار شراء أسهمها لموظفيها بعد موافقة الجمعية العمومية غير العادية، إذ تكون أولوية الاكتتاب في أسهم زيادة رأس المال - في هذه الحالة - لهؤلاء الموظفين. وتسري على الاكتتاب في زيادة رأس المال، وعلى علاوة الإصدار ، الأحكام التي ينص عليها القانون واللوائح والتعليمات وقرارات الجهات الرقابية.

على السادة المساهمين الراغبين بحضور إجتماع الجمعية العامة الغير العادية الثاني مراجعة السادة/ الشركة الكويتية للمقاصة في مقرها الكائن بمبنى برج أحمد - الدور الخامس - شارع الخليج العربي سجل المساهمين لاستلام بطاقات الحضور واستمارات التوكيل وذلك خلال الدوام الرسمي - للاستفسار الاتصال على هاتف رقم: 22464585 أو 22464565 +965 .

1804 404
WWW.NREC.COM.KW