



بهدف المحافظة على عجلة الاقتصاد الكويتي

«الوطني» يقدم القروض الميسرة لدعم الشركات والمشاريع المتضررة من أزمة «كورونا»



أحمد بورسلي

التزاماً منه بتقديم كل الدعم للعملاء والحرص على توفير أفضل الخدمات المصرفية لهم في مختلف الظروف، سعى بنك الكويت الوطني منذ بداية أزمة فيروس كورونا المستجد (Covid 19) إلى اتخاذ العديد من التدابير والإجراءات التي تهدف إلى حماية حقوق العملاء وتسهيل معاملاتهم المصرفية المختلفة بلا انقطاع، وذلك تماشياً مع توجيهات وإرشادات بنك الكويت المركزي.

من هذا المنطلق، أعلن البنك عن تقديم قروض ميسرة لدعم عملائه المتضررين من الأزمة الحالية والتي تشمل: عملاء الخدمات المصرفية للأعمال - SME وعملاء الصندوق الوطني (KNF)، عملاء الخدمات المصرفية للشركات وعملاء الخدمات المصرفية الخاصة، والتي كانت تعمل بكفاءة تشغيلية ولها قيمة مضافة للاقتصاد الوطني وقدرات على خلق فرص للعملاء

كيفية التقدم للحصول على القروض الميسرة من «الوطني»:

- الدخول إلى: nbk.com/elc_ar
- تحميل الشروط والأحكام والإطلاع عليها جيداً.
- تحديد مجال الأعمال التي تنتمي إليه ومن ثم الضغط على «قدم طلبك الآن» في الركن المخصص لذلك.
- تعبئة البيانات المطلوبة.
- سوف يصلك بريد إلكتروني يتضمن رابطاً بلائحة المستندات المطلوبة.
- إرفاق جميع المستندات المطلوبة وإرسالها عبر البريد الإلكتروني المحدد.

بعد نشر وتداول فيديو مسيء يتضمن افتراءات ومغالطات عن أحد منتجات الشركة

«المواشي»: السلامة الغذائية أولى أولوياتنا



أكدت شركة نقل وتجارة المواشي، أكبر ناقل في العالم للماشية الحية، أنها ولأكثر من 45 سنة من أعمالها حرصت على وضع «السلامة الغذائية» ضمن أول أولوياتها في العمل، وذلك من خلال تطبيق أحدث إجراءات الجودة في جميع المرافق والعمليات التابعة لها. وأوضحت الشركة في بيان، أن هذا التأكيد جاء بعد نشر وتداول فيديو مسيء يتضمن الكثير من الافتراءات والمغالطات عن أحد منتجات الشركة، و«المواشي» إذ تحفظ بحقها في اتخاذ كافة الإجراءات القانونية ضد مصدر هذا الفيديو المسيء، تود أن تبين النقاط التالية:

حرصت شركة نقل وتجارة المواشي منذ تأسيسها على اعتماد وتطبيق جميع أنظمة وإجراءات الجودة في جميع عملياتها، ابتداءً من شراء الماشية من بلدان المنشأ إلى

حين وصولها إلى يد العميل، وقد حصلت «المواشي» على أكثر من 6 شهادات للجودة من ضمنها شهادة HACCP للسلامة الغذائية، ولم يأت ذلك إلا بعد جهود جبار من قبل الشركة وقيادتها الوطنية. وأضاف: إن التوقيت والأسلوب الذي تم به بث هذا الفيديو المسيء اساء

تقديم منتجاتها وخدماتها وفق أعلى معايير الجودة. وأوضح «المواشي» أن عملية ذبح الماشية في مسلخ العاصمة وسوق الماشية المركزي الجديد تتم تحت مراقبة دقيقة من أطباء متخصصين تابعين لهيئة العامة للغذاء والتغذية بصفة يومية، ولا يتم الأضراج إلا عن الذبائح التي تجتاز الفحص المباشر من قبلهم، كما أن الذبائح تمر بثلاث مراحل لفحص الجودة أولها عند استقبالها من قبل إدارة التجهيز، وثانها بعد تجهيزها للعميل والثالثة قبل تحميلها إلى سيارات التوصيل إلى مراكز البيع والمنازل. وبيّنت «المواشي» أن جميع فروع الشركة تعرض للحوم والمنتجات للعميل بمنتهى الشفافية، حيث يقوم العميل بمعاينة النبيحة قبل تقطيعها واستلامها، ومن ثم يتم تقطيعها وتجهيزها

وتغليفها حسب رغبة العميل، بعدها ينبغي على العميل الالتزام بنقل اللحوم وتخزينها بالطرق السليمة تفادياً لتلفها، وأنه وفي حال وجود أي شكوى أو ملاحظة لدى العملاء الكرام فإنه بإمكانهم التواصل مع الشركة عبر مركز الاتصال الذي يعمل على مدار الساعة أو عبر خدمة الواتساب، ويقوم فريق متخصص بإشراف مباشر من قيادات الشركة بمتابعة شكاوهم وملاحظاتهم بمهنية واحترافية والتواصل مع العميل. وتود «المواشي» أن تشكر الثقة الغالية التي لمستها من عملائها الكرام، من خلال دفاعهم وتوضيحاتهم وردمهم على ما ورد من مغالطات على هذا الفيديو المسيء، مما يحملها المسؤولية الكبيرة تجاه عملائها الكرام في تقديم منتجاتها وخدماتها بما يحقق رضا العملاء.

«كي جي ال» قدمت معداتها لدعم المنظومة الأمنية في الكويت



أعلنت شركة رابطة الكويت والخليج للنقل «كي جي ال» عن توافر احتياجات وزارة الداخلية من خدمات نقل الركاب وخدمات «الرواش» في رفع وسحب المركبات على الطرق مدعوماً بفريق تشغيل مختص، وذلك استمراراً لتسخير كل إمكانياتها ومعادنها لمجلس

الوزراء منذ بداية الوضع الاستثنائي الذي تمر به البلاد في مواجهة فيروس كورونا. وأوضحت الشركة في بيان صحافي أمس، أنها وزعت الأليات لتغطية احتياج أجهزة الأمن العام في جميع المحافظات بخصوص الإجراءات الاحترازية وتزويد السائقين

والفنيين بوسائل الوقاية وارتداء القفازات الواقية والكمامات واستخدام محاليل التعقيم والتطهير الخاصة لضمان عدم انتقال العدوى. ومن هذا المنطلق أعلنت «كي جي ال» أن المجموعة مستمرة في تسخير مواردها ومعداتها في خدمة الوطن والمواطن، ولن تدخر جهوداً في خدمة

المجتمع الكويتي والمساهمة في إجراءات حمايته، لاسيما أن سلسلة المبادرات التي أطلقتها منبثقة من إيمان المجموعة بالدور المجتمعي والمسؤولية الوطنية التي تتبناها، وتلبية واستجابة لأمر صاحب السمو الأمير الشيخ صباح الأحمد بفرقة كويتية عامة.

5.8 ملايين دينار قيمة الصفقة

«الخير العالمية» تباع 5%

من «الخليج للكايلات» بسعر 560 فلساً للسهم

وأوضح البيان أن سعر العرض الذي تمت الموافقة عليه يبلغ 560 فلساً للسهم الواحد، بما يعني أن قيمة الصفقة تقدر بنحو 5.88 ملايين دينار. وقالت «الخير العالمية» لباع وشراء الأسهم، إن تنفيذ عملية البيع سيتم من خلال صفقة ذات طبيعة خاصة وفق القواعد والأنظمة المتبعة لدى شركة بورصة الكويت وهيئة أسواق المال.

أعلنت شركة الخير العالمية لباع وشراء الأسهم عن موافقتها أمس، على العرض المقدم من مستثمر أجنبي لشراء حصة في شركة الخليج للكايلات والصناعات الكهربائية. وبحسب بيان للبورصة، وافقت «الخير العالمية» على بيع عدد 10,49 ملايين سهم تقريبا تمثل نحو 7.5 من رأس المال المصدر والدفع لشركة «الخليج للكايلات».

تفاعل عالمي مع رسالة «لن ينسانا الله» في محنة «كورونا»

إعلان «مواسة زين» في رمضان تخطى 12 مليون مشاهدة



تصدر إعلان «زين» الذي أطلقته مؤخراً مع بداية شهر رمضان المبارك محركات البحث على نطاق إقليمي وعالمي واسع، ليحتل قائمة الأكثر بحثاً ومشاهدة على منصات Google وشبكات التواصل الاجتماعي، وتخطى الإعلان الذي يستغرق 2.35 دقيقة 12 مليون مشاهدة خلال مدة قصيرة.

ونالت فكرة إعلان «مواسة زين» استحساناً واسعاً، عكسه التفاعل العالمي الإيجابي مع الرسالة التي طرحتها الشركة في هذه الظروف الاستثنائية، فالصمة التي أحدثتها جائحة فيروس كورونا المستجد لكل الدول والبلدان دون استثناء، جعلت كلمات الإعلان تصل إلى القلب قبل العقل، فجاءت كلمات «لن ينسانا الله»، و«وسيفيننا به عن سواه»، لتكشف حالة الرجاء والأمل التي تمر بها شعوب العالم، وهي تتصدى لشراسة هذه الجائحة. وذكرت الشركة في بيان صحافي أنه في الوقت الذي يقف العالم فيه حائراً في كيفية التعامل مع هذا الوباء، والسيطرة على انتشار المرض، تبدأ كلمات الإعلان بعبارة «إلى أن يرى اللقاح النور.. كونوا لقااح بعض.. وتأخروا فكلنا أبناء الأرض»، لإشاعة أجواء من التفاؤل والدود والدعوة إلى التقرب من الله في هذه المحنة.

وأوضحت «زين» أنها ركزت في الإعلان على المصداقية التي يشهدها الجميع، وعلى وجه الخصوص العاملين في المجال الطبي والأمني، وتأثر العلاقات الأسرية، وعبرت الكلمات عن ذلك بتساؤل «سألت ماما ما الخبر؟ أين اختفى كل البشر؟»، كما ركزت على المشاعر الإيمانية التي لا يملك العالم غيرها الآن، والتي أبرزها مشهد رؤية الأطفال للعبة المشرفة، وما تشهده حالياً من غياب للطواف، والتساؤل عن موعد اللقاء، وعبر الإعلان عنها بكلمات «والآن أعين الأطفال على الكعبة، وفي القلب سؤال في بيت الله متى اللقاء؟».

وكشفت الشركة أنها حاولت أن تبث في رسالتها الإنسانية حالة من الطمأنينة والشفقة وعدم اليأس بأن الله سيرفع البلاء، وستفتح بيوت العباد من جديد، وسيتلاقى الأهل والأحبة، وهو ما عبرت عنه كلمات الإعلان في النهاية بعبارة «حتى تمتلئ بنا المدن الخالية ويعود كل غال إلى غاليه».

وبيّنت الشركة أن هذا العمل يعبر عن نهجها الاستراتيجي في الإعلانات التي تقدمها في شهر رمضان المبارك تحديداً، حيث تسعى

إلى أن تقدم كل عام رسالة جديدة، ومسار أكثر واقعية يلامس القضايا والموضوعات التي تؤثر في الحياة، حيث دعت في إعلانات سابقة إلى نشر التسامح والسلام، وسلط الضوء على معاناة اللاجئين والمهاجرين، وتأثير الصراعات والنزاعات في المنطقة، وكثيراً ما تعاونت «زين» مع الهيئات والمنظمات التابعة للأمم المتحدة لتحقيق أهدافها الاجتماعية والإنسانية، مثل المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، وصندوق الأمم المتحدة للسكان، وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، وغيرها الكثير.

وأفادت بأنها كانت حرصة دائماً على أن يعكس الخط الزمني لإعلاناتها قيم علامتها التجارية، حيث تعتبر أن أهدافها تمتد إلى ما هو أبعد من تقديم خدمات اتصالات فقط، فكان دائماً الطموح بأن ينظر إليها كعلامة تجارية تخدم كل جوانب الحياة، وتشارك مع مجتمعاتها الأحداث والمناسبات والقضايا الأكثر تأثيراً في كل الأوقات.

الجدير بالذكر أن إعلان «مواسة زين» كما يطلق عليه البعض «لن ينسانا الله» شهد الصعاب والتحديات حتى يرى النور، فما تمر به دول العالم من حالة الإغلاق الكبير أعاق كثيراً من طواقم العمل خلال عمليات التواصل والسفر والتجهيز. وشهد طاقم العمل اغتزازات كثيرة بسبب التخوف من انتشار فيروس كورونا المستجد، إلا أن فريق العمل في الشركة نجح في التغلب على هذه التحديات، لاستكمال هذه الرسالة الإنسانية، خصوصاً أن الأوضاع الاستثنائية التي يمر بها الجميع، كانت الحافز الذي استند إليه فريق العمل في الشركة للمساهمة في تخفيف المعاناة في هذه الأزمة.

وتتميز طاقم العمل بالتنوع والتعدد في خبرات صناعة المحتوى في هذا الإعلان، حيث جاءت فكرة الإعلان من فريق العمل في شركة زين الكويت، وأفرد طاقم التصوير من مصر، بينما مخرج العمل سمير عيود من لبنان، وكان الإعلان من إنتاج وكالة Joy للإنتاج، والكلمات للكاتبة هبة حمادة، وتلحين بشار الشطبي، والتوزيع الموسيقي ميشال فاضل رباط. ومن التفاعلات الإيجابية التي سجلتها المشاهدات على منصة YouTube والشبكات الاجتماعية جاء هذا التعليق «إعلانات زين دائماً تفوز.. تشعرونا إعلاناتها بطعم رمضان والعيد وأشياء كثيرة..»

أسعار الخام المحلي ترتفع إلى الضعف في شهر تقريباً

النفط الكويتي يعود إلى «العشرينات» من جديد

بدء سريان اتفاق خفض الإنتاج وتخفيف إجراءات العزل من «كورونا» يصب في مصلحة النفط

أحمد مغربي

قفزة كبيرة تشهدها أسعار النفط الكويتي وذلك في أعقاب سريان قرار خفض إنتاج النفط الذي اتخذته منظمة الدول المصدرة للبترول «أوبك» وحلفاؤها المستقلون المعروفة باسم «أوبك+» منذ بداية الشهر الجاري، حيث شهد سعر برميل النفط الكويتي العودة إلى حاجز العشرين دولاراً للبرميل وذلك للمرة الأولى من شهر تقريباً، وبلغ سعر البرميل في تداولات أمس الأول نحو 20,31 دولاراً للبرميل مرتفعاً بـ 1,9 دولار وذلك وفقاً للسعر المعلن من قبل مؤسسة البترول الكويتية أمس.

ويأتي تحسن سعر النفط الكويتي بالتزامن مع ارتفاع أسعار النفط العالمي

والتي شهدت قفزات خلال الأيام الماضية وذلك للمرة الأولى منذ مطلع شهر أبريل الماضي، في الوقت الذي بدأت فيه تدابير رفع العزل في مؤشر مشجع لاستئناف استهلاك الذهب الأسود الذي تضرر بشدة جراء تفشي فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19). وقال خبراء نفط إن إجراءات رفع العزل في الولايات المتحدة وأوروبا تفسر تحسن أسعار النفط العالمي، وبدأت حوالي 15 دولة أوروبية الإثنين تخفيف إجراءات العزل التي فرضتها منذ أسابيع على سكانها، مع تدابير وقائية كثيرة. وبدأت الاحتياطات بالانخفاض سريعاً مع مؤشرات تحسن في الطلب خلال شهر مايو الجاري، بالتزامن مع خفض الإنتاج بواقع 9,7 ملايين برميل في 22 أبريل الماضي.

