حلّت في المركز الـ 15 عالمياً لمبادراتها في تعزيز الوعي بممارسات الاستخدام الآمن والمسؤول للتكنولوجيا

«زين» الأولى إقليمياً.. وضمن فئة «القادة» في مؤشر المنتدى العالمي للطفل

بدر الخرافي: نواصل توظيف التكنولوجيا لبناء بيئة رقمية أكثر أماناً ومسؤولية للأجيال القادمة

«زين» تدعم جهودها في حماية حقوق الطفل بمبادرات التعليم والسلامة على الإنترنت

تصدرت مجموعة زين شركات منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في مؤشر «واقع حقوق الطفل وقطاع الأعمال 2026» الصادر عن المنتدى العالمي للطفل Global Child Forum للعام الرابع على التوالي، وحلت في المرتبة 15عالميا بين الشركات المشمولة بالتقييم من مختلف القطاعات.

وكشفت زين أن تصنيفها العالمي جاء ضمن فئة «القادة» وبالتزامن مع اليوم العالمي للطفل الذي يوافق 20 نوفمبر، ليؤكد التزامها الراسخ بحماية حقوق الأطفال وتعزيز رفاههم وتمكينهم، والمساهمة في بناء بيئة رقمية أكثر أمانا وشمولا في عالم يشهد تسارعا متزايدا في التحول الرقمي.

وأطلقت زين مؤخرا المرحلة الثالثة من حملتها التوعوية «وحوش الإنترنت» تجسيدا لالتزامها الراسخ بحماية الأطفال في الفضاء الرقمي، بهدف مواجهة المخاطر والتحديات المتزايدة التي يتعرض لها الأطفال مع تنامي حضور منصات التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية وتقنيات الذكاء الاصطناعي في حياتهم اليومية، وترسيخ الوعي بممارسات الاستخدام الآمن والمسؤول للتكنولوجيا.

وسجلت زين أداء استثنائيا في مؤشر واقع حقوق الطفل وقطاع الأعمال عن العام 2026، محققة درجة إجمالية بلغت 9,2 من 10، مقارنة بـ 8,5 من 10 في العام 2025، في إنجاز يعكس التقدم النوعي الذي تواصله المجموعة، وقد توج هذا الأداء بتصدرها المرتبة الأولى إقليميا، وحلولها في المرتبة الـ 9 عالميا ضمن قطاع الاتصالات، والمرتبة الـ 15 عالميا على مستوى مختلف القطاعات، ويؤكد هذا التقدم نجاح المجموعة في دمج حقوق الطفل كعنصر محوري في منظومة الحوكمة وممارسات الأعمال والعمليات التشغيلية، ضمن استراتيجية عمل متكاملة ومبادرات وسياسات موحدة.

وأكدت زين ريادتها العالمية بتحقيقها 9,2 في التقييم، متفوقة بفارق كبير على جميع المؤشرات المرجعية ذات الصلة بين 1,802 شركة من كبرى الشركات العالمية المشاركة، وجاء هذا الأداء متقدما على متوسط قطاع الاتصالات البالغ 6,3، ومتوسط الصناعة الأشمل البالغ 5,9، والمتوسط العالمي البالغ 4,9، والمتوسط الإقليمي البالغ 3,4، في دلالة واضحة على نجاح نهجها المؤسسي في تبني حقوق الطفل وتحويلها إلى ممارسات وسياسات راسخة عبر مختلف أعمالها وعملياتها.

وقال نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي لمجموعة زين، بدر ناصر الخرافي: مع تنامي دور الذكاء الاصطناعي والتقنيات الرقمية في حياة الأطفال، أصبحت مسؤولية حماية حقوقهم وتعزيز سلامتهم الرقمية أكثر أهمية من أي وقت مضى.

وتابع الخرافي قائلا: الأطفال يشكلون اليوم أكثر من ثلث مستخدمي الإنترنت حول العالم، ومن المتوقع أن تتزايد هذه النسبة مع استمرار التوسع في خدمات النطاق العريض والاتصال الرقمي، وانطلاقا من موقعنا كمزود رائد للخدمات الرقمية، نحرص على أن تنعكس مبادئ حقوق الطفل في استراتيجياتنا وعملياتنا، بما يسهم في بناء بيئة رقمية أكثر أمانا وشمولا ومسؤولية للأجيال القادمة.

وأضاف قائلا: يعكس هذا التقدير العالمي نجاح نهجنا الاستراتيجي في تحويل التزامنا بحقوق الطفل إلى ممارسات مؤسسية قابلة للقياس، وهو ما ينسجم مع رؤيتنا في قيادة التحول الرقمي المسؤول في المنطقة، فنحن ننظر إلى حماية حقوق الطفل باعتبارها ركيزة أساسية من ركائز الاستدامة الرقمية، وعاملا أساسيا في بناء مجتمعات أكثر مرونة، وقدرة على الاستفادة من الفرص التي تتيحها التكنولوجيا.

وأفاد الخرافي: سنواصل في زين الاستثمار في المعرفة الرقمية والابتكار المسؤول وبناء الشراكات المؤثرة، بما يضمن مواكبة التطورات المتسارعة في مجالات الذكاء الاصطناعي والتقنيات الناشئة، فنجاح التحول الرقمي لا يقاس فقط بانتشار التكنولوجيا، بل بقدرتنا على توظيفها بصورة آمنة وأخلاقية وشاملة، تضع الإنسان في المقام الأول وتحمي حقوق الأجيال القادمة.

وقالت الرئيس التنفيذي للاستدامة في مجموعة زين جينيفر سليمان: يمثل تصنيف زين ضمن فئة (القادة) تأكيدا على فعالية نهجنا القائم على التعاون والشراكات متعددة الأطراف، الذي يجمع بين القطاع الخاص والمؤسسات الدولية والجهات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني، وسنواصل البناء على هذا التقدم من خلال الاستثمار في المبادرات والبرامج التي تعزز الثقافة الرقمية الآمنة، وتدعم حقوق الأطفال، تجسيدا لالتزامنا بالغاية 16,2 من أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة، التي تدعو إلى إنهاء جميع أشكال العنف ضد الأطفال بحلول 2030.

وقالت إيكين إرغون بيورستيدت الأمين العام للمنتدى العالمي للطفل: تمثل سلامة الأطفال الرقمية مسؤولية متزايدة على قطاع الاتصالات، ونشيد بالتزام زين وإجراءاتها العملية في هذا المجال، وندعو الشركات الأخرى إلى اتخاذ خطوات مماثلة لحماية الأطفال من المخاطر الرقمية.

ويعد تصنيف زين ضمن فئة «القادة» اعترافا بتقدم عمليات ومبادرات المجموعة في تجاوز الالتزامات المعلنة في السياسات نحو ترسيخ حقوق الطفل في ممارسات العمل اليومية، مدعومة بالرصد المستمر، الإفصاح الشفاف، والمبادرات الموجهة، وتجلى هذا الالتزام في فئات التقييم الـ4 جميعها، إذ نالت زين العلامة الكاملة 10 في فئتي «الحوكمة والتعاون» و«بيئة العمل»، إلى جانب تحقيقها مستوى 9 في فئة «السوق»، و7,4 في فئة «المجتمع والبيئة»، متفوقة بفارق كبير على متوسطات القطاع، الصناعة، والمنطقة في كل فئة.

وتسلط هذه النتائج الضوء على متانة نهج المجموعة على صعيد الحوكمة والمساءلة، ممارسات العمل، سلاسل الإمداد المسؤولة، سياسات بيئة العمل الداعمة للأسرة، التسويق الأخلاقي، والمسؤولية عن المنتجات، بما يعزز التزامها بالحفاظ على حقوق الطفل في جميع عملياتها وعلى امتداد سلسلة القيمة.

ويتجلى التزام زين بحقوق الطفل في طيف واسع من المبادرات التي تعالج عددا من أكثر التحديات إلحاحا أمام الجيل القادم في الشرق الأوسط وأفريقيا، ومنها الوصول إلى التعليم، الشمول الرقمي، السلامة على الإنترنت، والحماية من الإساءة، وتشكل هذه الجهود ركيزة محورية في استراتيجية المجموعة للاستدامة، وفي طموحها إلى تعزيز قدرة الأطفال والشباب على الصمود، وتمكينهم من بلوغ كامل إمكاناتهم.







حملة «وحوش الإنترنت» تنطلق من جديد

وتحت شعار «ليس كل ما يبدو حقيقيا»، انطلقت حملة «وحوش الإنترنت» من جديد بتقديم 5 حكايات خيالية مألوفة من خلال إنتاج إبداعي مدعوم بالذكاء الاصطناعي، الرسوم المتحركة، والفيديو، لتحول القصص الكلاسيكية إلى دروس شيقة في السلامة على الإنترنت، وباستلهام قصص يعرفها الأطفال مسبقا، تشجع الحملة الجمهور الصغير ومقدمي الرعاية لهم على التساؤل حول ما يصادفونه على الإنترنت، رصد التهديدات المحتملة، واكتساب عادات رقمية أكثر أمانا ومسؤولية.

وتتناول كل قصة خطرا رقميا بعينه، فقصة «ليلى والذئب» تكشف الهويات المزيفة على الإنترنت، فيما تبرز «هانسل وغريتل» كيف يمكن للمحتوى الرقمي المغري أن يخفي نوايا مؤذية، أما «سندريلا» فتشجع الأطفال على الإبلاغ عن التنمر الإلكتروني وطلب الدعم من الكبار الذين يثقون بهم، وتؤكد حكاية «الجميلة النائمة» أهمية حماية البيانات الشخصية وبيانات الدفع، بينما ترفع «بياض الثلج» الوعي بضرورة مراجعة أذونات التطبيقات قبل منحها صلاحية الوصول إلى البيانات الشخصية.

وتبرز هذه الحملة إمكانات الذكاء الاصطناعي كأداة للتعليم والتفاعل الإيجابي، مع التأكيد على أهمية استخدام التقنيات الناشئة استخداما نقديا، آمنا، ومسؤولا، وتضم الحملة 5 أفلام قصيرة باللغتين العربية والإنجليزية، يرافقها محتوى تعليمي، قصص تفاعلية، اختبارات، واستطلاعات رأي صممت لتحفيز الحوار بين الأطفال، الأهل، ومقدمي الرعاية، وتمتد الحملة حتى نهاية ديسمبر من العام 2026، لتعكس جهود زين في تزويد الأسر بالوعي والمعرفة اللازمين للتعامل مع بيئة إلكترونية تزداد تعقيدا.

ومن خلال شراكتها مع منظمة خطوط مساعدة الطفل الدولية، تواصل زين دعم الجهود الرامية إلى تعزيز خدمات حماية الطفل، وتوسيع الوعي بخدمات المساعدة المتاحة في أسواقها، ويركز هذا التعاون على تمكين الأطفال والأسر من الوصول إلى قنوات دعم موثوقة، تعزيز حقوق الطفل، وتشجيع المجتمعات على أداء دور فاعل في صون رفاه الأطفال.

حقوق الطفل

وتواصل زين تعزيز دمج حقوق الطفل في حوكمتها، عملياتها التجارية، وسلسلة القيمة، وضمن هذه الجهود، تجري زين تحليلا للفجوات في مجال حقوق الطفل باستخدام «أداة التقييم الذاتي لأثر مشغلي الهاتف النقال على حقوق الطفل» (MO_CRIA) الصادرة عن منظمة الأمم المتحدة للطفولة (يونيسف)، بهدف تحديد الفرص المتاحة لتعزيز تدابير حماية الطفل في مختلف أنشطة المجموعة.

وتطبق زين ضوابط صارمة لمنع عمالة الأطفال في عملياتها وسلسلة الإمداد، مدعومة بتقييمات الموردين، إجراءات العناية الواجبة، وعمليات التدقيق الميداني، ولم تسجل أي حالة لعمالة الأطفال على امتداد سلسلة القيمة في العام 2025، وتستكمل هذه التدابير بمعايير التسويق المسؤول، سياسات حماية البيانات، وآليات تظلم سهلة الوصول صممت لحماية حقوق الطفل وتعزيز المساءلة.

وإدراكا لأهمية رفاه الأسرة في دعم نمو الأطفال، اعتمدت زين كذلك سياسات عمل تقدمية توفر دعما ملموسا للآباء والأمهات العاملين، تشمل إجازات والدية معززة، ترتيبات عمل مرنة، وفرصا ممتدة لتوطيد الرابطة بين الوالدين والطفل.

«الخليج» يستعرض «مليونير الدانة» في «العاصمة مول»

يتواجد بنك الخليج على مدى ثلاثة أيام، خلال الفترة من 19 إلى 21 نوفمبر الجاري في العاصمة مول، بهدف تعريف الزوار بمزايا سحوبات حساب مليونير الدانة ومواعيد السحوبات المقبلة، إلى جانب نشر التوعية المالية في إطار دعمه المتواصل لحملة «لنكن على دراية». وشهد جناح بنك الخليج إقبالا لافتا من الزوار الراغبين في التعرف على تفاصيل حساب مليونير الدانة، حيث استعرض فريق البنك نظام السحوبات الجديد، الذي يشمل الجائزة الكبرى بقيمة 1,5 مليون دينار، وجائزة أخرى بقيمة مليون دينار كويتي، بالإضافة إلى خمس جوائز بقيمة 200 ألف دينار لكل فائز، تمنح عبر خمسة سحوبات مختلفة على مدار العام. وأشار الفريق إلى أن عملاء حساب مليونير الدانة على موعد مع سحب بقيمة 200 ألف دينار في 13 يناير 2027، فيما سيجرى السحب على الجائزة الكبرى البالغة 1,5 مليون دينار بتاريخ 4 فبراير 2027. علما أن 30 نوفمبر الجاري هو آخر موعد للإيداع والتأهل للمشاركة في السحب على الجائزة الكبرى. وانطلاقا من حرصه على تطبيق أعلى معايير الشفافية والمصداقية، ينظم بنك الخليج جميع سحوبات حساب مليونير الدانة تحت إشراف مكتبي التدقيق العالميين RSM و Grant Thornton، مع بث السحوبات مباشرة عبر قنوات البنك على منصات التواصل الاجتماعي.

ويعد حساب مليونير الدانة أحد أبرز المنتجات الادخارية التي يقدمها بنك الخليج، إذ يمنح العملاء فرصا استثنائية للفوز بجوائز نقدية تصل قيمتها إلى ملايين الدنانير، بما يعكس التزام البنك المستمر بتعزيز ثقافة الادخار وتقديم تجارب مصرفية متميزة.



جناح بنك الخليج في «العاصمة مول»

تعاون يجمع الابتكار والجودة والتصميم العصري

«عربي» ومجموعة جاكوار تعلنان شراكة لتوسيع حلول الأدوات الصحية في الكويت



إداريو «عربي» و«مجموعة جاكوار» في صورة جماعية (ريليش كومار)

أعلنت «عربي» عن شراكة جديدة مع مجموعة جاكوار في السوق الكويتي، تهدف إلى توسيع خيارات الأدوات الصحية وتقديم حلول عصرية تجمع بين جودة المنتجات والتقنيات المبتكرة والتصاميم المعاصرة، بما يلبي تطلعات العملاء ومتطلبات المشاريع السكنية والتجارية.

وجرى التعريف بالشراكة خلال ندوة بحضور ألوك غوبتا رئيس قطاع الأعمال العالمية في مجموعة جاكوار، وم. محمد خنفر مدير العمليات التشغيلية في «عربي»، إلى جانب مجموعة من المهندسين المعماريين والاستشاريين والمصممين.

وشهدت الندوة استعراض مجموعات جاكوار من الأدوات الصحية وتقنياتها المبتكرة، مع تسليط الضوء على حلول تجمع بين الأناقة والأداء العملي وتناسب احتياجات المشاريع المختلفة. كما أتاحت للحضور فرصة التواصل المباشر مع فريقي الشركتين، وتبادل الخبرات والرؤى حول توجهات القطاع، ومناقشة متطلبات مشاريعهم وسبل التعاون المستقبلية. وتستند الشراكة إلى رؤية مشتركة للارتقاء بتجربة العملاء، من خلال توفير خيارات متنوعة للمشاريع السكنية والتجارية وأصحاب المنازل، مع التركيز على المتانة والاستدامة والخدمة الموثوقة، ودعم العملاء والمتخصصين في اختيار الحلول المناسبة.

وتسعى عربي ومجموعة جاكوار، من خلال هذا التعاون، إلى تقديم قيمة مضافة للسوق الكويتي، وتعزيز علاقاتهما مع العملاء وشركاء القطاع، وبناء شراكة طويلة الأمد تدعم نمو أعمالهما وتواكب تطور احتياجات السوق.



جانب من استعراض مجموعات جاكوار من الأدوات الصحية وتقنياتها المبتكرة

مؤشر آراء بالتعاون مع «الأنباء»

ارتفاع الثقة بالوضع الاقتصادي في الكويت

أصدرت شركة آراء للبحوث والاستشارات التسويقية مؤشرها لثقة المستهلك في دولة الكويت لشهر أكتوبر 2026 بالتعاون مع جريدة «الأنباء».

وارتفع مؤشر آراء لثقة المستهلك خمس نقاط ليسجل المؤشر العام 117 نقطة في نهاية شهر أكتوبر، مستعيدا مستواه المسجل في أغسطس بعد التراجع الذي سجله في سبتمبر. وقد ارتفعت خمسة مؤشرات فرعية، فيما انخفض مؤشر واحد هو مؤشر شراء المنتجات المعمرة. وقاد المواطنون والنساء هذا التحسن بعدما كانوا وراء تراجع الشهر الفائت، إذ ارتفع المؤشر العام تسع نقاط بين الكويتيين ليسجل 118 نقطة، مقابل ارتفاعه نقطة واحدة بين المقيمين العرب مسجلا 115 نقطة. كما ارتفع سبع نقاط بين النساء ليعود إلى ما فوق عتبة الـ 100 نقطة مسجلا 106 نقاط، مقابل ارتفاعه ثلاث نقاط بين الرجال مسجلا 125 نقطة.

وارتفع مؤشر الوضع الاقتصادي الحالي ثلاث نقاط ليسجل 111 نقطة في نهاية أكتوبر، منهيا بذلك سلسلة من خمسة انخفاضات شهرية متتالية، وهو أعلى مستوى له منذ يوليو 2026. وقد ارتفعت الثقة 12 نقطة بين الكويتيين لتسجل 115 نقطة.

باقي التفاصيل على موقع «الأنباء» الإلكتروني
www.alanba.com.kw

من منطلق اهتمامها برصد الواقع الاقتصادي في دولة الكويت، تصدر شركة «آراء للبحوث والاستشارات» مؤشرا شهريا لثقة المستهلك بالتعاون مع جريدة «الأنباء». ويعتبر مؤشر «ثقة المستهلك» المؤشر الوحيد الذي يقيس العوامل النفسية للمستهلك، مرتكزا على آراء الناس وتصوراتهم عن الوضع الاقتصادي الحالي والمستقبلي، وتوقعاتهم بالنسبة لأوضاعهم المالية، وانعكاس ذلك على قدراتهم الشرائية.

ويتم إجراء البحث في آخر 5 أيام من كل شهر على عينة مؤلفة من 500 شخص مماثلة للتوزيع السكاني للمواطنين والمقيمين العرب في مختلف المحافظات عبر مقابلات هاتفية يتم انتقاؤها بشكل عشوائي.

ويستند تقييم المؤشر العام لثقة المستهلك إلى ست مؤشرات ثانوية اعتمدها الباحثون في شركة آراء وهي:

1ـ مؤشر الوضع الاقتصادي الحالي.

2ـ مؤشر الوضع الاقتصادي المتوقع مستقبلا.

3ـ مؤشر الدخل الفردي الحالي.

4ـ مؤشر الدخل الفردي المتوقع مستقبلا.

5ـ مؤشر فرص العمل الجديدة في سوق العمل حاليا.

6ـ مؤشر شراء المنتجات المعمرة.

وتبنى النتائج حسب إجابات أفراد العينة عن كل مؤشر من المؤشرات الست بين «إيجابي» أو «سلبي» أو «حيادي».

نتيجة النتائج الشهرية لكل مؤشر يتم مقارنتها مع نتائجها في شهر الأساس الموافق مارس 2007. وكلما تجاوز المؤشر 100 نقطة يكون أعلى من شهر الأساس.