معاون گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری خبر داد:

تدوین طرح شناسایی، ارزیابی و رتبه‌بندی روستاهای هدف گردشگری

■ **معاون گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی گفت: طرح شناسایی، ارزیابی و رتبه‌بندی روستاهای هدف گردشگری با هدف بازنگری شاخص‌های انتخاب روستاهای هدف به عنوان یکی از مقاصد مهم گردشگری کشور تدوین شد.**

گروه گردشگری – ولی تیموری (معاون گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی) پیرو برگزاری نشست مشترک با گروه تدوین پروژه شناسایی، ارزیابی و رتبه‌بندی روستاهای هدف گردشگری، گفت: «پروژه شناسایی، ارزیابی و رتبه‌بندی مقاصد گردشگری کشور در دو بخش جاذبه‌های روستایی و شهری در دستور کار است تا بر مبنای پژوهش علمی، ارزش و جایگاه هر یک از جاذبه‌ها تعیین و به عنوان زیرساختی قابل اتکا در عرصه تصمیم‌گیری‌های مختلف از جمله نرخ‌گذاری بسته‌های سفر به کار گرفته شود.»

تیموری افزود: «در این پروژه مرحله شناسایی، ارزیابی و رتبه‌بندی روستاهای هدف گردشگری انجام شده است تا بر مبنای این اقدام ابتدا ظرفیت همه روستاهای کشور احصاء و سپس طبق بررسی، انطباق با شاخصه‌ها و نیز الگوپذیری از مبنای علمی احصاء شده، به عنوان روستای هدف انتخاب شوند.»

او با اشاره به اینکه ساختار اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی روستا نیازمند مدلی انطباق‌یافته با ویژگی‌ها و ماهیت روستا است؛ یادآور شد: «با توجه به افزایش تمایل به سفرهای روستایی و به‌طور کل توسعه گردشگری روستایی ضروری بود تا با بازنگری در فرایند شناسایی، ارزیابی و رتبه‌بندی روستاهای هدف گردشگری زمینه مدیریت و هدایت مطلوب آن‌ها تامین شود؛ بر این اساس تدوین طرح شناسایی، ارزیابی و رتبه‌بندی روستاهای هدف محقق شد.»

تیموری با اشاره به اینکه متاسفانه به لحاظ فقدان مدل فراگیر و منطبق، نبود پایگاه آماری روزآمد و فرابخشی بودن گردشگری روستایی، چارچوب استانداردی برای تصمیم‌سازی مدیران در راهبری گردشگری روستایی وجود نداشته است، تاکید کرد: «بر این اساس و همچنین با توجه به اینکه قبلا کار علمی و قابل دفاعی در راستای انتخاب روستاهای هدف وجود نداشته است، تدوین طرح شناسایی، ارزیابی و رتبه‌بندی روستاهای هدف گردشگری در دستور کار قرار گرفت تا با تولید و به کار بستن مدل فراگیر و کارا توسعه گردشگری روستایی به‌صورت هدفمند و متعادل هدایت شود.»

معاون گردشگری در ادامه اهداف «طرح شناسایی، ارزیابی و رتبه‌بندی روستاهای هدف گردشگری» را برشمرد و گفت: «پیاده‌سازی مدلی فراگیر و پویا بر پایه معیارها و شاخص‌های علمی به‌منظور شناسایی، ارزیابی و رتبه‌بندی روستاهای هدف گردشگری کشور، ایجاد پایگاه داده و اطلاعات به هنگام، برای تصمیم‌سازی و اقدامات لازم توسعه و راهبری گردشگری روستایی، فرصت‌سازی به‌منظور الحاق و ایجاد ارزش افزوده در فعالیت‌های ذاتی روستا همچون کشاورزی و تولید صنایع‌دستی، درک، هدایت و ارتقای خواسته و سلیقه گردشگران روستایی از تجربه واقعی جاذبه‌ها و سبک زندگی روستایی، شبکه و منظومه‌سازی بین روستاهای هدف گردشگری همگن، ایجاد زمینه‌ای برای تجمیع، پردازش و انتقال بازخوردهای گردشگران و جامعه محلی به سازمان‌های مدیریت مقصد و نیز ایجاد فضای پویا و رقابتی میان مقاصد گردشگری روستایی به منظور ترغیب فعالیت‌های توسعه‌ای مستمر، بخشی از اهداف تدوین مذکور به شمار می‌آیند.»

او ادامه داد: «به کارگیری این مدل علاوه بر ایجاد مبنایی برای رتبه‌بندی کلی روستاهای کشور به صورت دوره‌ای، این امکان را فراهم می‌آورد تا رتبه و عملکرد روستا در هر یک از معیارها، شاخص‌ها و زیرشاخص‌های مدل با سایر روستاهای کشور که همسنگ هستند، مورد مقایسه قرار گیرد.»

تیموری خاطرنشان کرد: «همچنین یکی دیگر از دستاوردهایی که در پی اجرای طرح تدوین شده مذکور محقق خواهد شد، تحقق روستای دوستدار گردشگر خواهد بود که توانمندسازی گردشگران، مدیران روستا، جامعه روستایی و نهاد متولی مربوطه را سبب خواهد شد.»

معاون گردشگری تاکید کرد: «خروجی طرح شناسایی، ارزیابی و رتبه‌بندی روستاهای هدف گردشگری مبنای قابل اتکایی برای شناسایی نقاط قوت و ضعف مقصد و خودتنظیمی و خودارتقایی سازمان مدیریت مقصد است. در واقع این مدل با تلفیق رویکردهای عرضه و تقاضا محور، برآیند نظرات گروه‌های ذینفع شامل گردشگران داخلی و خارجی، جامعه محلی و سازمان مدیریت مقصد را مبنای رتبه‌بندی مقاصد گردشگری روستایی کشور قرار داده است.» معاون گردشگری افزود: «در تدوین طرح مذکور تلاش شده است تا هرم توسعه گردشگری در روستاهای هدف در پنج قالب روستای دوستدار گردشگر، روستای مقصد گردشگری، روستای گردشگرپذیر، روستای متعهد به توسعه گردشگری و روستای مستعد توسعه گردشگری مورد بررسی قرار گیرد تا از نظر میزان شناخته شده بودن به عنوان مقصد گردشگری روستایی یا شهری، تجربه گردشگران از سفر به روستا و ادراک گردشگران از ظرفیت‌های موجود و سایر شاخصه‌های استخراج شده از جمله مولفه‌های مهمان‌نوازی، فضا، چشم‌انداز، امنیت، دسترسی‌پذیری و غیره مورد ارزیابی و مقایسه قرار گیرند.»

تیموری با اشاره به اینکه متاسفانه به لحاظ فقدان مدل فراگیر و منطبق، نبود پایگاه آماری روزآمد و فرابخشی بودن گردشگری روستایی، چارچوب استانداردی برای تصمیم‌سازی مدیران در راهبری گردشگری روستایی وجود نداشته است، تاکید کرد: «بر این اساس و همچنین با توجه به اینکه قبلا کار علمی و قابل دفاعی در راستای انتخاب روستاهای هدف وجود نداشته است، تدوین طرح شناسایی، ارزیابی و رتبه‌بندی روستاهای هدف گردشگری در دستور کار قرار گرفت تا با تولید و به کار بستن مدل فراگیر و کارا توسعه گردشگری روستایی به‌صورت هدفمند و متعادل هدایت شود.»

لوگوی مشهورترین موزه‌های جهان را بشناسید

گروه گردشگری – سال‌هاست که انتخاب یک لوگو برای هر موسسه و نهادی از ملزومات شده است، آن هم زمانی که پای موسسات هنری همانند موزه‌ها به میان می‌آید. شاید به همین خاطر است که بسیاری از ما انتظار داریم، لوگوی موزه‌ها از هویت بصری زیبایی برخوردار باشند؛ هرچند تجربه ثابت کرده است که طراحان مشهور دنیا سادگی را به زیبایی ترجیح می‌دهند و باور دارند که سادگی در ذهن مخاطب رد پای پررنگ‌تری به جا می‌گذارد.

کافی است که نگاهی گذارا به لوگوی معروف‌ترین برندها و موسسه‌های معروف جهانی بیندازیم تا متوجه شویم که هر مقدار جهان اطرافمان به سمت پیچیدگی می‌رود، تبلیغات و طراحی و ارتباطات به سادگی نزدیک‌تر می‌شود؛ موضوعی که با سادگی می‌توان در لوگو یا آرم‌های معروف‌ترین موزه‌های جهان نیز مشاهده کرد.

موزه لوور

موزه «لوور» (louver museum)، یکی از مهم‌ترین و شلوغ‌ترین موزه‌های دنیا است که در شهر پاریس و در مجاورت رود سِن قرار دارد. این موزه که دستور ایجاد آن در سال ۱۹۰۰ برای یک نمایشگاه جهانی صادر شد، خودش یک اثر هنری معماری است که به آن کاخ هنرهای زیبا نیز می‌گویند.

لوگوی موزه «لوور» که به نوعی ترکیبی از رنگ‌های سیاه و سفید است با یک تصویر عکاسی‌شده از ابرها در پشت حروف، ترکیب عجیب و البته ساده‌ای شده است. برخی معتقدند که تصویر کلی این لوگو در ذهن مخاطبان یادآور فیلم‌های نوآر (یک اصطلاح سینمایی که برای توصیف درام‌های جنایی استفاده می‌شود) و قدیمی است. این درحالی است که در عین القای یک حس مبهم و نوستالژیک، از حروف ساده و سری شده و در واقع مدرن نیز بهره گرفته شده است. پیام این لوگو این است که «لوور» یک موزه جدی با آرزوهای بالا است.

موزه متروپولیتن نیویورک

متروپولیتن نیویورک از بزرگ‌ترین و مشهورترین موزه‌های جهان است که در منهتن نیویورک و در مجاورت ضلع شرقی سنترال پارک قرار دارد. این موزه حاوی مجموعه بزرگ و نادری از تاریخ اسلام و ایران باستان و در سال ۱۸۷۲ میلادی افتتاح شد.

موزه شهر نیویورک (Metropolitan Museum of Art) دارای یک لوگوی ساده است که طی سال‌ها بنا بر تغییرات جهان، با تغییراتی همراه شد. در توضیح این تغییر گفته شده است که دنیای فرهنگی به طرز چشمگیری تغییر کرده است. جهان شلوغ‌تر و پرهیاهوتر شده است و برای تأثیرگذاری باید به سمت ساده‌سازی پیش رفت. موزه متروپولین که از نام «The Met» در لوگوی خود استفاده کرده، یکی از قدرتمندترین دارایی‌های خود را در ارتباط با مخاطب، نام مستعارش عنوان کرده است.

موزه ویکتوریا و آلبرت

موزه ویکتوریا و آلبرت (The Victoria and Albert Museum) در لندن از برترین موزه‌های جهان است. این موزه در سال ۱۸۵۲ تأسیس و به نام ملکه ویکتوریا و پرنس آلبرت که در جوانی درگذشت نام‌گذاری شد.

لوگوی موزه ویکتوریا و آلبرت به عنوان یکی از معروف‌ترین لوگوهای موزه‌های جهان شناخته می‌شود. لوگویی که با بهره‌گیری از ویژگی سادگی توانسته است به خوبی در ذهن مخاطبان خود نقش ببندد. تلفظ این لوگو «vanda» که مخفف نام موزه و شامل دو حرف است که در امتداد یک خط مورب به هم می‌پیوندند. این دو حرف به طور هم‌زمان نمادی از تاثیر هر دو بخش، یعنی ویکتوریا و آلبرت است.

موسسه اسمیتسونین

موسسه اسمیتسونین سال ۱۸۴۶ با هدف افزایش و گسترش دانش، تاسیس و به افتخار جیمز اسمیتسون، دانشمند بریتانیایی که نخستین اهداکننده مالی و مؤسس آن بود، اینچنین نامگذاری شد. این موزه تا سال ۱۹۶۷ «موزه ملی ایالات متحده آمریکا» نامیده می‌شد.

اسمیتسونین (Smithsonian Institution) یکی از شناخته شده‌ترین و جامع‌ترین موزه‌های ایالات متحده آمریکا است که لوگوی آن نیز تلاش دارد تا این بزرگ و قدرمند بودن را نشان دهد. تصویر آرم که یک دایره بزرگ است که از فضای منفی ایجاد شده است. نمادی که نور دانش را نشان می دهد همراه با نمادی از وحدت، یک طرح آرم مناسب برای این موزه و هر موزه است.

موزه کودکان شیکاگو

این موزه (Chicago Children's Museum) که یکی از معروف‌ترین موزه‌های جهان برای کودکان و نوجوانان است و تلاش می‌کند فعالیت‌ها و نمایش‌های متعددی را برای جوانترین دوستداران هنر و علم در دنیا فراهم کند، لوگوی خود را نیز در همین راستا طراحی کرده است. آرم نیز این ویژگی را کاملاً بیان می کند. رنگ اصلی این طرح آبی است و تصویر کلیدی، اثر دستی کودک است که نشان می‌دهد این مرکز متعلق به کودکان است.

جامعه حرفه‌ای دفاتر خدمات مسافرتی تشکیل شد

گروه گردشگری – جامعه حرفه‌ای دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری کشور با برگزاری مجمع عمومی و انتخاب اعضای هیأت‌مدیره رسما تشکیل شد.

با تشکیل مجمع عمومی جامعه حرفه‌ای دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری کشور در وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، اساسنامه این تشکل نوپا تصویب شد و اعضای هیات‌مدیره و بازرسان آن انتخاب شدند. الیاس محبی، حرمت‌اله رفیعی، رشید رجب‌پور، امیرپویان رفیعی شاد، مسعود کرباسچی، محمود فخری و محمد بهمنش به عنوان اعضای هیات مدیره و محمدحسن سرداری و طاهر سبحانی به عنوان بازرسان این جامعه انتخاب شدند.

با وجود فعالیت انجمن‌های صنفی متعددِ دفاتر خدمات مسافرتی در کشور اما سازمان وقت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در سال ۱۳۹۴، با اصلاح آیین‌نامه ایجاد، اصلاح، تکمیل، درجه‌بندی و نرخ‌گذاری تأسیسات گردشگری، مصوبه را از هیأت وزیران گرفت که تشکل‌های جدیدی با عنوان جامعه حرفه‌ای گردشگری با مجوز و زیر نظر این سازمان تشکیل شوند و به فعالیت خود ادامه دهند. تشکل‌های قبلی که بیشتر آن‌ها با عنوان انجمن صنفی کارفرمایی مشغول به کار هستند از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی مجوز دارند. عمر برخی از این انجمن‌ها به بیش از ۶۰ سال می‌رسد.

ماده ۲۵ آیین‌نامه ایجاد، اصلاح، تکمیل، درجه‌بندی و نرخ‌گذاری تأسیسات گردشگری مصوب هیأت وزیران تکلیف کرده است: سازمان (وقت) میراث فرهنگی و گردشگری دستورالعمل نحوه تشکیل و فعالیت تشکل‌های تأسیسات گردشگری و نیز صدور مجوز برای اشخاص حقوقی برای فعالیت در تأسیسات گردشگری و سایر دستورالعمل‌های مورد نیاز در اجرای این آیین‌نامه را تهیه و با تأیید رییس سازمان ابلاغ می‌کند. مسعود سلطانی‌فر در آخرین روزهای ریاست در این سازمان، این دستورالعمل را به بهانه «ساماندهی و کوتاه کردن دست عوامل غیرمرتبط گردشگری» ابلاغ کرد. هرچند که این دستور اوایل با مقاومت تشکل‌های صنفی گردشگری مواجه شد اما بعد از پنج سال، تعدادی از فعالان گردشگری که صاحب تشکل نبودند از جمله بوم‌گردی‌ها، گردشگری سلامت و گردشگری الکترونیک با مجوز این سازمان که بعدها وزارتخانه شد، جامعه حرفه‌ای تشکیل دادند. برخی دیگر نیز درحال تبدیل و یا تغییر تشکل‌های صنفی خود هستند، درحالی که تشکل‌های صنفی قدیمی آن‌ها منحل نشده است. سازمان وقت میراث فرهنگی و گردشگری اعلام کرده بود برای واگذاری برخی از اختیارات و حقوق، تشکیل چنین جوامعی با نظر و مجوز این دستگاه ضرورت دارد.

معاون صنایع دستی کشور:

بانک اطلاعاتی برندهای فعال صنایع‌دستی ایران تشکیل می‌شود

گروه گردشگری – بانک اطلاعاتی برندهای فعال صنایع‌دستی و هنرهای سنتی کشور برای معرفی توانمندی‌های صنایع‌دستی و معرفی و حضور برندها در نمایشگاه‌های داخلی و رویدادهای خارجی تشکیل می‌شود.

معاون صنایع دستی ک ور با اعلام فراخوان برندهای فعال در حوزه صنایع‌دستی ایرانی گفت: برندسازی در جهان امروز یکی از اصول حیاتی و محوری توسعه تجارت و بازاریابی تولیدات محسوب می‌شود، به نحوی که اصطلاح برند به خودی خود حاوی مفاهیم کیفیت، اعتبار، خدمات، حیثیت و مانند آن‌ها است. پویا محمودیان افزود: برند مقبول با کسب و کار موفق ترادف معنایی یافته است. صنایع‌دستی نیز از این قاعده مستثنا نیست و تعدد و تنوع برندها در آن، نشانه رونق شبکه تولید، توزیع و فروش و حتی صادرات این هنر صنعت گران‌قدر تاریخی و فرهنگی ایران است.

محمودیان اضافه کرد: معاونت صنایع‌دستی و هنرهای سنتی وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی اقدام به انتشار فراخوان جذب برندهای فعال در صنایع‌دستی ایرانی کرده است تا با شناسایی و طراحی بانک اطلاعاتی برندهای این حوزه، زمینه و زیرساخت لازم را به‌منظور تعاملات بیشتر و استفاده از توان آنها برای معرفی توانمندی صنایع‌دستی ایران، دعوت در نمایشگاه‌های داخلی و همچنین معرفی برای حضور در رویدادهای خارجی مهیا کند. معاون صنایع‌دستی و هنرهای سنتی کشور افزود: از تمام افرادی که دارای برند هستند و در یک یا همه موارد تولید، توزیع و فروش صنایع‌دستی فعالیت می کنند، دعوت می‌شود اطلاعات برند خود را با قید معرفی برند در بخش موضوع ایمیل، به نشانی الکترونیکی ichtotarvij@gmail.com ارسال کنند. محمودیان تاکید کرد: اطلاعات و مشخصات برندهای فعال در حوزه صنایع‌دستی ایرانی در قالب یک جدول ارسال شود که در این جدول باید نام و نام خانوادگی، رشته‌های فعالیتی، حوزه فعالیت (تولید، توزیع، فروش و صادرات)، گسترده فعالیت (استانی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی) تعداد شعبه نمایندگی (داخل، خارج)، محل فعالیت، آدرس وب‌سایت، پست الکترونکی و شماره‌های تماس به‌طور دقیق ثبت شود.

آیا واقعاً شهر سوخته آتش گرفته است؟

گروه گردشگری – شهر سوخته به ظاهر نام جدیدی است، اما قدمت آن به ۵۰۰۰ سال می‌رسد. شهر سوخته در ۴۵ کیلومتری شهرستان زابل و در جاده زابل به زاهدان مابین رود هیرمند و دریاچه هامون واقع شده است. این شهر با تمدنی به قدمت ۵۰۰۰ سال از پیشرفته‌ترین شهرهای باستانی با علوم نوین به شمار می رود. به شهر سوخته «شهر اولین‌ها» نیز گفته می شود؛ چرا که باستان شناسان در هر حفاری به کشف گوشه‌ای جدید از ماهیت و تاریخ این شهر باستانی رسیدند. علت نامگذاری این شهر در واقع ربطی به آتش گرفتن شهر ندارد و کاوشگران معتقدند که این شهر در تاریخ خود آتش سوزی گسترده‌ای را تجربه نکرده و خاکستر در منطقه مسکونی این شهر ناشی از فعالیت کوره‌های صنعتگران در اطراف شهر بوده و نابودی این تمدن ناشی از تغییرات آب و هوایی و از بین رفتن دام و محصولات بوده که به تدریج شهر را خالی از سکنه کرد. مساحت کلی شهر ۲۸۰ هکتار است. این شهر نه فقط به علت وسعت بلکه در موارد دیگر در کمال تعجب سرآمد بوده؛ به طور مثال اولین جراحی مغز ۴۸۰۰ سال پیش و علاوه بر آن ساخت چشم مصنوعی برای یک خانم در این شهر انجام شده است. شهر سوخته ساکنان شهر سوخته در تولید صنعت کفش فعالیت می کنند و علاوه بر آن اولین خط کش با دقت نیم میل را داشتند. این شهر در یکی از کم آب‌ترین نقاط ایران واقع شده و موجب تابستان‌های گرم و زمستان‌های سرد آن می‌شود. بنابراین بهترین فصل بازدید از این شهر اوایل پاییز است. در این شهر برای اقامت گزینه‌های بسیار محدودی وجود دارد؛ چراکه فقط یک هتل در مرکز شهر زابل و چند اقامتگاه بومگردی هم برای طرفداران این نوع سفرها موجود است. همچنین در کنار بازدید از این شهر جاذبه‌های دیگری از جمله قلعه سه کوه، آتشکده کرکویه، قلعه رستم و دهانه غلامان در انتظار شماست.

آگهی دعوت به مجمع عمومی عادی سالیانه
شرکت بیمه اتکائی امین (سهامی عام) شناسه ملی ۱۰۸۶۱۵۳۳۱۲۶
ثبت شده به شماره ۱۶۷۲ – جزیره کیش

Amin Reinsurance Company
بیمه اتکائی امین پشتوانه صنعت بیمه

از کلیه سهامداران محترم و یا نمایندگان قانونی آنان دعوت به عمل می آید در جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه که روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۳۰ ساعت ۱۴:۰۰ در محل جزیره کیش، میدان ساحل، بلوار ساحل، مرکز همایش های بین المللی کیش سالن رازی تشکیل می گردد، شرکت فرمایند.

دستور جلسه:
۱-استماع گزارش هیأت مدیره برای سال مالی منتهی به ۱۳۹۹/۰۶/۳۱
۲-استماع گزارش حسابرس مستقل و بازرس قانونی برای سال مالی منتهی به ۱۳۹۹/۰۶/۳۱
۳-بررسی و تصویب صورتهای مالی برای سال مالی منتهی به ۱۳۹۹/۰۶/۳۱
۴-اتخاذ تصمیم در خصوص تقسیم سود
۵-تعیین حق حضور اعضای غیر موظف هیات مدیره برای سال مالی منتهی به ۱۳۹۹/۰۶/۳۱ و پاداش هیأت مدیره
۶-انتخاب حسابرس مستقل و بازرس قانونی و تعیین حق الزحمه برای سال مالی منتهی به ۱۴۰۰/۰۶/۳۱
۷-تعیین روزنامه کثیرالانتشار جهت درج آگهی شرکت
۸-سایر مواردی که در صلاحیت مجمع عمومی عادی سالیانه می باشد.
از تمامی سهامداران محترم و یا نمایندگان قانونی آنان دعوت می شود جهت صدور کارت ورود به جلسه، حسب مورد تصویر کارت ملی، وکالتنامه معتبر و یا معرفی نامه رسمی سهامداران حقوقی از تاریخ انتشار آگهی تا پایان وقت اداری مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۲۷ به واحد مالی شرکت واقع در تهران، بلوار آفریقا، بالاتر از پل میرداماد، کوچه قبادیان شرقی، پلاک ۱ ارسال نمایند.

هیأت مدیره شرکت بیمه اتکایی امین (سهامی عام)

آگهی دعوت به مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده
شرکت بیمه اتکائی امین (سهامی عام) شناسه ملی ۱۰۸۶۱۵۳۳۱۲۶
ثبت شده به شماره ۱۶۷۲ – جزیره کیش

Amin Reinsurance Company
بیمه اتکائی امین پشتوانه صنعت بیمه

از کلیه سهامداران محترم و یا نمایندگان قانونی آنان دعوت به عمل می آید در جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده که روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۳۰ ساعت ۱۶:۰۰ در محل جزیره کیش، میدان ساحل، بلوار ساحل، مرکز همایش های بین المللی کیش سالن رازی تشکیل می گردد، شرکت فرمایند.

دستور جلسه:
۱-انتخاب اعضای اصلی و علی البدل هیأت مدیره
۲-سایر مواردی که در صلاحیت مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده می باشد.
از تمامی سهامداران محترم و یا نمایندگان قانونی آنان دعوت می شود جهت صدور کارت ورود به جلسه، حسب مورد تصویر کارت ملی، وکالتنامه معتبر و یا معرفی نامه رسمی سهامداران حقوقی از تاریخ انتشار آگهی تا پایان وقت اداری مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۲۷ به واحد مالی شرکت واقع در تهران، بلوار آفریقا، بالاتر از پل میرداماد، کوچه قبادیان شرقی، پلاک ۱ ارسال نمایند.

هیأت مدیره شرکت بیمه اتکایی امین (سهامی عام)

خدمات تأسیسات، آب، برق، فاضلاب و تعمیرات ساختمان
(کلی و جزئی)
با سابقه سال ها امور تأسیساتی در جزیره کیش
کمالی ۰۹۳۴۷۶۸۲۰۵۴