



KEI
Wires & Cables



Issue: Oct-Dec, 2020

EMPOWER

STAYUPDATED

Quarterly Newsletter of KEI Industries Limited

CHAIRMAN'S MESSAGE

Let me begin by wishing you & your family a happy, healthy and fruitful new year ahead. 2020 has brought us many unforeseen circumstances & challenges for which we neither as individual / family / company nor as society were prepared for.

While the pressure is on us to successfully navigate as the market evolves, we need to imbibe a new mindset to secure business in changing markets.

These would include:

- Innovating the ways to increase value for our existing customers and stakeholders
- Exploring new businesses by embedding ourselves in new market trends to capture opportunities outside our traditional business

In 2021 we would be turning 53 and I am very proud with what our team has achieved. Many of you have been on this long journey together with the company through which we have weathered business cycles and overcome invincible challenges.

Today, we have expanded into the Middle East, out of Asia, into Africa & Australia. Getting our foot into these new markets has been no easy.

In addition to strengthening our relationship with clients and partners, and rebranding efforts, we are also conscious about improving the environmental footprint in our operational activities. We will continue to support corporate social causes in the communities in which we operate.

Lastly, we are constantly reviewing our safety processes and practices to ensure that there are no lapses, and that the highest safety standards are upheld in every project that we execute.

To conclude I would like to quote Roy T. Bennett, “Challenge and adversity are meant to help you know who you are. Storms hit your weakness, but unlock your true strength.”

Let's all come together to pour in our undivided focus & perseverance in achieving the 10,000 Crore milestone for KEI.

I believe that together we can do wonders!

Anil Gupta

KEI Industries Limited

EMPOWER UNFOLDS

Section 1: Shiksha Jyoti – A CSR Initiative

Section 2: Extensive TV Campaign

Section 3: Brand Visibility Activities

Section 4: Media Highlights

Section 1: Shiksha Jyoti

A CSR Initiative to support girl child education.



Amidst pandemic this Diwali, KEI endeavour bringing to life our strategy 'Be Empathetic' with the initiative -'Shiksha jyoti – to support Girl Education. The campaign supports education for girls during the pandemic by providing them with "Study More kit" and "Siksha Jyoti Website " that is dedicated to online learning for students of classes 6th to 12th. The Campaign started on 1st September and till now over 1 lakh families have joined this campaign.

The objective behind this is to reduce the digital gap, given the digital divide that exists in the country among the children of the underprivileged class. Shiksha Jyoti Campaign is reaching out to girl-child belonging to the underprivileged class and is aimed to facilitate the continuity of their education. “Study More kit” is an education hamper to address the lack of guidance to access online education, accessories, data & a dedicated website for this new class of online learners, who are attending online classes.

The website <https://www.kei-ind.com/shikshajyoti/> provides one stop solution for online classes from 6th to 12th. Wherein students will be able to get all the e-textbooks, syllabus, study materials & free online classes.

Section 2: Brand Visibility Activities

UP Outdoor Campaign



We have taken over 100 sites across all major cities of Uttar Pradesh for our outdoor campaign. The campaign started before the festival season at all culturally rich cities of the state, such as Varanasi, Ayodhya, Prayagraj, Lucknow, Kanpur, Gorakhpur, Agra, Kushinagar, Moradabad, Aligarh, Mathura, Vrindavan etc.

Hoarding at South Delhi



Auto Branding in Maharashtra



An extensive auto branding done in Nashik, Aurangabad & Nagpur.

Counter Visibility



Retail activation across PAN India.

Section 3: Extensive TV Campaign

An extensive TV campaign was planned during festive season.
Covered all high impactful properties on all premium news channels.





Presence on Taaza Khabar
(headlines)



L bands in prime time



Fast News



R. भारत

L Bands
through
out the
Day



NEWS
LIVE

Laptop
Branding



TV Commercial in Top Rated
News Channels



Shironam- e- Muhotre
Headlines Branding



Batmayacha Ardhshatak:
Headline Branding



L bands



Integrated Logo Unit



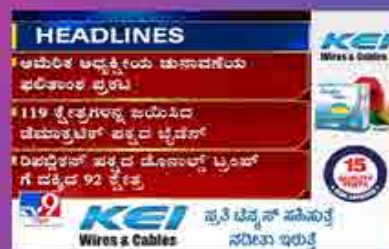
Tag



L bands



Headline Branding



L bands



L bands



Section 4: Media Highlights

KEI Industries Ltd. extends its focus on girl child education with 'Shiksha Jyoti' programme

NOVEMBER: KEI Industries Ltd., country's leading wire and cable manufacturer is extending its focus on educating the girl child under the corporate social responsibility. KEI has launched "Shiksha Jyoti campaign" during this diwali amidst COVID. The campaign supports education for girls during the pandemic by providing them with "Study More kit" and "Shiksha Jyoti Website" that is dedicated to online learning for students of classes 5th to 12th. The Campaign started on 1st September and till now over 1 lakh families have joined this campaign.

Shiksha Jyoti Campaign is reaching out to girl-child belonging to the underprivileged class and is aimed to facilitate the continuity of their education. "Study More kit" is an education hamper to address the lack of guidance to access online education, accessories, data & a dedicated website for this new class of online learners, who are attending online classes.

According to UNESCO, UN's education agency, Education of over 154 crore students has been disrupted globally after their schools were shut down due to the Coronavirus epidemic, due to which girls will be the worst hit as it will lead to increased drop-out rates and further trench gender gaps in education.

Commenting on the campaign, Mrs. Archana Gupta, Director, KEI Industries said "We as a brand that is associated with lighting, our social commitment also resonates with lighting the lives of girl children who suffer the most in troubled times and corona pandemic is no exception. My inherent belief is in the fact that education is the main medium which will help the cause of girls in the country. Educating girls means educating the family."

She further added, "According to recent studies by PFI - there will be 20% more secondary education drop out of girls and our interaction with the electrician community who are associated with us reiterated the need to address this issue. We mapped the needs & set out to meet these in the troubled times when the schools are shut indefinitely on account of the pandemic."

This campaign engages girls across the country & they are given the opportunity to register to study more kits, so that she can study without constraints of data or accessories & do not suffer on account of guidance. These beneficiaries are also encouraged to spread the awareness of the Shiksha Jyoti website in their peer group & neighbourhood so that more & more girls can access study material and get benefited from Shiksha Jyoti Initiative.

কন্যাশিশুদের শিক্ষার প্রতি ফোকাস বৃদ্ধিতে কেইআই

মিন দর্পণ: কেইআই ইন্ডাস্ট্রিজ লিমিটেড, দেশের শাবি তার এবং ক্যাবল প্রস্তুতকারক সংস্থা সামাজিক দায়বদ্ধতা থেকে কন্যাশিশুদের শিক্ষিত করার দিকে মনোনিবেশ করছে। কেইআই গত মীপাবলি চলাকালীন 'শিক্ষা জ্যোতি ক্যাম্পেইন' চালু করেছে। 'স্টাডি মোর কিট' এবং 'শিক্ষাজ্যোতি ওয়েবসাইট' এই মহামারীর সময়ে মেয়েদের পড়াশোনাকে সহায়তা করেছে যা ৫ম থেকে দ্বাদশ শ্রেণির শিক্ষার্থীদের জন্য অনলাইন শিক্ষার ক্ষেত্রে নিবেদিত। এই ক্যাম্পেইনটি ১ সেপ্টেম্বর থেকে শুরু হয়েছিল এবং এখনও অবধি এক লক্ষেরও অধিক অভিভাবক এই ক্যাম্পেইনটিতে যোগ দিয়েছেন। শিক্ষাজ্যোতি ক্যাম্পেইন সুবিধা বঞ্চিত শ্রেণীর মেয়ে-শিশুদের কাছে তাদের শিক্ষার খারাবাহিকতা সহজ করার লক্ষ্যে পৌঁছে যাচ্ছে। 'স্টাডি মোর কিট' হল অনলাইন শিক্ষা, আনুষঙ্গিক, ডাটা এবং অনলাইন ক্লাসে অংশ নেওয়া এই নতুন শিক্ষার্থীদের জন্য উৎসর্গকৃত একটি ওয়েবসাইট যা অনলাইন শিক্ষার অ্যাক্সেসের জন্য গাইডেন্সের অভাব বিষয়ক একটি শিক্ষা সংক্রান্ত হাম্পার। ক্যাম্পেইন সম্পর্কে মন্তব্য করে কেইআই ইন্ডাস্ট্রিজ লিমিটেড এর পরিচালক মিসেস অর্চনা গুপ্তা বলেছেন, আমরা একটি দ্রাঘ হিসাবে আলোক সজ্জার সাথে জড়িত, আমাদের সামাজিক প্রতিশ্রুতিও সেই সব শিশুদের জীবনকে আলোকিত করা যারা এই করোনা মহামারীর সময়ে সবচেয়ে বেশি সমস্যা পড়েছে। আর তারাই স্কুলে না ফেরার ক্ষেত্রে ছেলেদের চেয়ে বেশি ঝুঁকির মধ্যে রয়েছে। আমার একান্ত বিশ্বাস এই যে, শিক্ষাই প্রধান মাধ্যম যা দেশের মেয়েদের অবস্থার পরিবর্তনে সহায়তা করবে। মেয়েদের শিক্ষিত করার অর্থ পরিবারকে শিক্ষিত করা। এই প্রচারাভিযানটি সারা দেশে মেয়েদের সংযুক্ত করে এবং স্টাডি মোর কিটে তাদের নিবন্ধন করার সুযোগ দেওয়া হয়, যাতে সে ডাটা বা আনুষঙ্গিক গুলির সীমাবদ্ধতা ছাড়িয়ে অধ্যয়ন করতে পারে এবং গাইডেন্সের অভাবে ক্ষতিগ্রস্ত না হয়। এই সুবিধা ভোগীদেরকে তাদের সমকক্ষ হ্রপ এবং তাদের আশেপাশে শিক্ষাজ্যোতি ওয়েবসাইট সম্পর্কে সচেতনতা ছড়িয়ে দিতে উৎসাহিত করা হয় যাতে আরও বেশি সংখ্যক মেয়েরা শিক্ষার উপকরণগুলোতে অ্যাক্সেস করতে পারে এবং শিক্ষাজ্যোতি উদ্যোগ থেকে উপকৃত হতে পারে।

शिक्षा ज्योति प्रोग्राम के जरिए बालिका शिक्षा को बढ़ावा दे रहा है केईआई इंडस्ट्रीज

ह्यूमन इंडिया/ब्यूरो नई दिल्ली। देश की प्रमुख वायर और केबल निर्माता केईआई इंडस्ट्रीज बालिका शिक्षा को प्रोत्साहित कर रही है। इस दिशा में एक कदम आगे बढ़ाते हुए केईआई इंडस्ट्रीज ने इस दीवाली शिक्षा ज्योति अभियान को शुरुआत की है। इस अभियान के जरिए महामारी के दौरान बालिकाओं तक शिक्षा पहुंचाने का प्रयास किया जा रहा है। जिसके लिए 5वीं से 12वीं कक्षा तक के छात्रों को ऑनलाइन शिक्षा मुहैया कराने के उद्देश्य से स्टडी मोर किट और शिक्षा ज्योति वेबसाइट को शुरुआत की गई है। 1 सितंबर से शुरू हुए इस अभियान में अभी तक 1 लाख से अधिक अभिभावक शामिल हो चुके हैं। शिक्षा ज्योति अभियान वॉचर वर्ग की बालिकाओं तक पहुंच रहा है और उनकी शिक्षा की निरंतरता को सुविधाजनक बनाने की दिशा में प्रयासरत है। स्टडी मोर किट द्वारा ऑनलाइन क्लास लेने वाले शिक्षार्थियों के नए वर्ग को ऑनलाइन शिक्षा, सहायक उपकरण, डेटा और वेबसाइट संबंधी मार्गदर्शन देकर ऑनलाइन शिक्षा तक उनकी पहुंच को आसान बनाया जा रहा है। संयुक्त राष्ट्र की शिक्षा एजेंसी यूनेस्को के अनुसार, कोरोना वायरस महामारी के चलते बंद हुए स्कूलों के कारण वैश्विक स्तर पर 154 करोड़ से अधिक छात्रों की शिक्षा बाधित हुई है। इसका सबसे ज्यादा प्रभाव लड़कियों पर पड़ेगा जिसके कारण डॉप-आउट दरों में वृद्धि होगी और यह आगे चलकर शिक्षा में लैंगिक अंतर को बढ़ाएगा। अभियान के बारे में बताते हुए, केईआई इंडस्ट्रीज की निदेशक श्रीमती अर्चना गुप्ता ने कहा, एक ब्रांड के रूप में हमारा जुड़ाव रीशनी से है। ऐसे में हमारी सामाजिक प्रतिबद्धता उन बालिकाओं के जीवन को भी रीशन करना है जो मुश्किल समय में सबसे अधिक प्रभावित होती हैं। कोरोना महामारी भी इसका अपवाद नहीं है। मेरा मानना है कि देश में लड़कियों की स्थिति को बदलने और बालिका शिक्षा के लक्ष्य तक पहुंचने का सबसे बेहतर माध्यम शिक्षा ही है। लड़कियों को शिक्षित करने का मतलब परिवार को शिक्षित करना है। उन्होंने आगे कहा, पीएफआई के अनुसार, माध्यमिक शिक्षा के स्तर पर लड़कियों के स्कूल डॉप-आउट करने की दरों में 20% से अधिक वृद्धि होगी। हमारे साथ जुड़े इलेक्ट्रीशियन समुदाय के लोगों के साथ हुई बातचीत में भी उन्होंने इस मुद्दे को संबोधित करने की आवश्यकता को दोहराया। मुख्य रूप से सरकारी स्कूल में पढ़ने वाली लड़कियों की शिक्षा की निरंतरता को लेकर हजारों अभिभावक आज चुनौतियों का सामना कर रहे हैं। इस अभियान से देश भर की लड़कियों को जोड़ा गया है और उन्हें स्टडी मोर किट्स पर रजिस्ट्रेशन करने का अवसर दिया गया है, ताकि उन्हें अध्ययन में डेटा या एसेसरीज और मार्गदर्शन की कमी महसूस न हो। इन लाभार्थियों को अपने समूह और आस-पड़ोस में शिक्षा ज्योति वेबसाइट के बारे में जागरूकता फैलाने के लिए भी प्रोत्साहित किया जाता है ताकि अधिक से अधिक लड़कियां अध्ययन सामग्री तक पहुंच सकें और शिक्षा ज्योति पहल से लाभान्वित हो सकें।

‘शिक्षा ज्योती’ उपक्रमासह मुलींच्या शिक्षणाला महत्व

मुंबई - केईआय इंडस्ट्रीज लिमिटेड, देशातील अग्रगण्य वायर आणि केबल उत्पादक त्यांच्या संस्थात्मक सामाजिक जबाबदारीच्या अंतर्गत मुलींच्या शिक्षणाला हातभार लावत आहेत. कोविडच्या दरम्यान या दिवाळीमध्ये केईआय ने शिक्षा ज्योती अभियान सुरु केले आहे. जागतिक महामारीच्या काळात हे अभियान मुलींच्या शिक्षणाला हातभार लावत आहे आणि त्यासाठी ते त्यांना स्टडी मोर किट आणि शिक्षा ज्योती वेबसाईट या सुविधा पुरविते. या सुविधा पाचवी ते बारावी (५ वी ते १२ वी) च्या विद्यार्थ्यांना ऑनलाइन शिक्षण घेता यावे याकरिता समर्पित आहे. हे अभियान १ सप्टेंबर रोजी सुरु झाले आणि आतापर्यंत १ लाखहून अधिक पालकांनी या अभियानाचा लाभ घेतला आहे. उपेक्षित वर्गाच्या लहान मुलींना शिक्षा ज्योती अभियानाद्वारे संपर्क साधण्यात येत आहे आणि त्यांच्या शिक्षणात सातत्य राहावे यासाठी मदत करणे हे या अभियानाचे ध्येय आहे. हा ऑनलाइन शिक्षण घेणाऱ्यांचा जो नवीन वर्ग आहे जो ऑनलाइन अभ्यासवर्गाला उपस्थिती लावतो, त्यांच्यासाठी स्टडी मोर किट ही एक शैक्षणिक भेट आहे, ज्यामध्ये, ऑनलाइन शिक्षण मिळवण्यासाठी मार्गदर्शन, साधने, डेटा आणि एक समर्पित वेबसाईट न मिळणे ही समस्या सोडवण्याचा प्रयत्न केला गेला आहे.



Contact For Enquiries :

Registered and Corporate Office:

D-90, Okhla Industrial Area Phase-I, New Delhi-110020 (India),

Tel: +91-11-26818840/8642/0242 Fax: 26817225, 26811959

E-mail: Info@kei-ind.com Website: www.kei-ind.com

CIN No: L74899DL1992PLC051527