

بقية من أحدث التصاميم العالمية ومفاجآت الذهب للأعياد لدى «روائع جنيّف» للساعات

«الخليج» يختتم حملته السنوية للتبرع بالدم



جانب من حملة «الخليج» للتبرع بالدم «الدنيا أخذ وعطا». كملنا بغطائك.

الصالح بتاريخ 16 سبتمبر. وعلاوة على التبرع بالدم، حظي المتبرعون بخدمات طبية أخرى مهمة كخدمة إجراء الفحوصات الطبية الأساسية وقياس الوزن وقياس ضغط الدم. وتعتبر حملة التبرع بالدم لهذا العام استمراراً لالتزام بنك الخليج الذي بدأه عام 2009 ونجحت تلك الحملة في جمع أكبر عدد من أكياس الدم المتبرع به، كما نجحت حملة هذا العام أيضاً في جمع ليرات عديدة من المتبرعين بالدم. ويظل بنك الخليج ملتزماً بهذه المبادرة المهمة ويشجع جميع الأشخاص الأصحاء على التبرع بالدم نظراً إلى الحاجة المستمرة للدم.

اختتمت بنك الخليج بنجاح حملته السنوية للتبرع بالدم تحت شعار «الدنيا أخذ وعطا.. كملنا بغطائك». وتنبع هذه المبادرة من إيمان البنك الراسخ بدوره في المسؤولية الاجتماعية بشكل عام وفي تضاضر الجهود للتبرع بالدم بشكل خاص. هذا وكانت الحملة مفتوحة للجميع ويتقدم بنك الخليج بالشكر والتقدير لكل من تبرع بالدم وكل من ساهم في نجاح هذه الحملة.

وقد أقيمت الحملة بالتعاون مع بنك الدم المركزي على مدى يومين، حيث بدأت بالفرع الرئيسي لبنك الخليج بتاريخ 14 سبتمبر، واختتمت الحملة في مقر بنك الخليج بمبنى

على الإطار يأخذ في رحلة بعيدة إلى الفضاء المضيء، وهذه الساعة متوافرة بخيارات متعددة من السوار المعدني أحادي اللون وثنائي اللون. جدير بالذكر أن «روائع جنيّف» على أهبة الاستعداد لإطلاق مسابقة مشوقة عبر حسابها على الإنستغرام (Genevenoveltieskw)، حيث ستقدم ليرات ذهب للرايحين خلال أكتوبر 2015، إذ تتألف المسابقة من سؤال عن الساعات لكل أسبوع، ويتم تكريم الراحين بالقرعة بتقديم ليرة ذهب ونشر صورته وحسابه على الإنستغرام لدينا في نهاية الأسبوع، فكونوا على أهبة الاستعداد.



كل هذا وأكثر لدى بوتيك أقيونز - ركن المجوهرات. وتكون نجمة الأعياد. وساعة GIANFRANCO FERRE DD1 الجديدة تجربة فريدة تنطق بسحر التصميم الإيطالي، اختيارك الأول للتميز. والهدية الأزرق للأنثى الراقية مرهفة الأحاسيس، لتأسرك وكأنك تحملين سحر المجرة على معصمك، فالتصميم الرائع بتناثر النجوم في مينا الساعة والترصيع بانقي الماس كشهبا يخطف الأيصار بحركته المستمرة، تمنحك ساعة GIANFRANCO FERRE DD1 الجديدة أقصى درجات الرفاهية والتميز، حيث إن التصميم الذكي يمنحك بريفا لا يخيبو، ففي نظام الحركة المستمرة لقطعة الماس تتأللاً الساعة على معصم من ترتديها في كل لحظة، لتسرق القلوب

إطلالة مشرقة لروائع جنيّف للساعات في - بوتيك VAN DER BAUWEDE احتفاءً بموسم الأعياد، أطلقت «روائع جنيّف» كضيفة برنامج مسائي مع المذيعة المتألقة روان لتكشف عن كل ما هو جديد لديها في عالم الساعات وعن عروض ومفاجآت سارة لزيائنها، تقدم «روائع جنيّف» لزيائنها الكرام بقية متنوعة من أحدث وأرقى الساعات العالمية وتعلن عن مسابقات ومفاجآت حصرية متابعيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي (Genevenoveltieskw)، ولأول مرة في الكويت تطرح «روائع جنيّف» التشكيلة الجديدة من Dancing Diamond DD1 ماركة Gianfranco ferre لتزين «روائع جنيّف» أعيادكم ببريق الألماس، ولكن هذه المرة بتصميم لا مثيل له، حيث تظهر براعة المصمم الهندسية

الدايدي: انطلاقاً من مسؤوليتها الاجتماعية وللحفاظ على البيئة «Add-Effect» تشغل لوحاتها الإعلانية بالطاقة الشمسية



لحدي اللوحات الاعلانية باستخدام الطاقة الشمسية ولمبات (ال اي دي)

الكويتية على ما قدموه من دعم فني وتقني لإيجاد منتج نظيف وصديق للبيئة، وكذلك ما له من أثر كبير في توفير الطاقة الكهربائية، حيث إن اللوحة الواحدة تستهلك حوالي 1856 واط من الكهرباء، أي ما يعادل إنارة منزل كامل، وباستخدام هذا النظام أصبحت اللوحة تستهلك 64 واط فقط، أي أنه تم توفير 1792 واط، وبالتالي فلو كان متوسط استخدام الميجا 9 ساعات يوميا فإن نسبة توفير الطاقة الكهربائية المقدرة تساوي 91972X = 16128 واط تقريبا، وهذه نسبة كبيرة جدا تساهم بشكل كبير في الحد من استخدام الطاقة الكهربائية وتحد من انبعاث الحرارة وبالتالي تحافظ على البيئة. وبمناسبة نجاح هذه التجربة فإن شركة Add-Effect بين استخدام الطاقة الشمسية فأنها تدعو الجميع لاستخدام الطاقة الشمسية والطاقة المتجددة، لتحويل الكويت إلى واحة جميلة خضراء ينعم الناس بجملها ولتصبح الكويت بيئة جاذبة، ويساهم الجميع في الحفاظ على البيئة ومصادر الطاقة لتندوم ولتخفيف الضغط عن الشبكات، ولتكون بمتناول الجميع في مختلف الأوقات، علما بأن هذه اللوحات الإعلانية مصممة بشكل حضاري وأنيق ورائع، ويعطي انطباعا بالشعور بالمسؤولية تجاه المجتمع والناس والبيئة في الوقت ذاته.

صرح المدير العام لشركة آد إيفيكت للدعاية والإعلان الشركة المسؤولة عن تسويق وبيع إعلانات الطرق في الكويت - محافظة الفروانية ناصر الدايدي بأنه حرصا من إدارة شركة «آد إيفيكت للدعاية والإعلان» والقائمين عليها والعاملين فيها على الحفاظ على البيئة نظيفة، وإسهامها منها في توفير مصادر الطاقة واستثمار الطاقة البديلة، فقد قامت الشركة بتصميم جزء من إعلاناتها على لوحات تعمل بالطاقة الشمسية المتجددة من خلال تزويد هذه اللوحات بأجهزة توليد للطاقة الشمسية لإنارة عدد من لمبات إل إي دي، وأوضح الدايدي أن الشركة قدمت هذه اللوحات بشكل حضاري وتميز يضاهي ما يقدم في الدول المتميزة في الإعلان، وبدأت الشركة هذه التجربة المتميزة بجوار مجمع الأقيونز باعتباره المجمع الأكبر ووجهة التسوق الأولى في الكويت والمنطقة، من خلال لوحات الإعلانات الموجودة بالقرب منه المنتشرة في محيطه، نظرا للأعداد الكبيرة من رواده وزواره الذين يقصده في مختلف الأوقات ومن مختلف المناطق إضافة إلى ضيوف الكويت من مختلف الجنسيات والمستويات، وبما يشكل رسالة من الكويت بضرورة المحافظة على نعمة الطاقة الكهربائية، وأشار الدايدي إلى التعاون البناء الذي تم لإنجاز هذا المشروع مع شركة الإضافة



«مول 360» يحتضن أول متجر لعلامة الأزياء الشهيرة «ديسكويرد2» في الكويت



بين سحر الموضة والموسيقى، وأستقطبت أهم عشاق الأناقة حول العالم. وترتكز فلسفة «ديسكويرد2» على الجمع بين المهوية الكندية الجريئة، والبراعة الحرفية الإيطالية، والعناية التامة بأدق التفاصيل، وقد أفضى ذلك إلى تطوير معنى جديد لفهم الرفاهية. وحققت العلامة خلال العامين الماضيين نموا مذهلا أتاح لها إثراء طابعها العصري الأنيق مع الحفاظ في الوقت ذاته على سمات التحدي المتجددة عميقا في تاريخها الإبداعي العريق.

المركز». وتأسست علامة «ديسكويرد2» على يد التوأم دين ودان كايث من منطقة ويلوويل بمقاطعة أونتاريو الكندية، وكان الشقيقان قد انتقلا عام 1983 إلى نيويورك بهدف الانسحاب إلى «كلية بارسونز للتصميم»، وبعد 8 سنوات قرر الثنائي المبدع خوض تجربة العمر بالانتقال إلى إيطاليا، حيث تعاونوا مع نخبة من أشهر دور الأزياء، وذلك بإطلاق تشكيلتهما الأولى من الأزياء الرجالية عام 1995، وكانت تلك البداية لسلسلة طويلة من عروض الأزياء الناجحة التي جمعت

«هي وود» و«شي وود»، ويهذه المناسبة، قالت كلاوديا لوبوشينسكا، مديرة التسويق في «مول 360»: «لطالما كانت «ديسكويرد2» محط اهتمام كبير في عالم الموضة بفضل تصاميمها الاستثنائية التي تجمع بين التميز والأناقة في آن معا، وهي تنسجم بذلك مع رؤية «مول 360» الذي يحرص دائما على استقطاب أشهر العلامات التجارية إلى الكويت. وإن افتتاحنا لمتجر «ديسكويرد2» يجسد سعينا لإثراء مزيج العلامات الراقية التي يحتضنها

افتتح «مول 360» أول متجر لعلامة الموضة الشهيرة «ديسكويرد2» في الكويت التابعة لشركة «مطوع والخطيب التجارية». ويجسد المتجر الجديد أسلوب العلامة التجارية في إبداع تصاميم شبابية وعصرية تتخطى حدود المألوف، ويشغل المتجر مساحة 70,11 مترا مربعا من الطابق الأرضي في «مول 360»، ويقدم تشكيلة واسعة من الأزياء والإكسسوارات والنظارات الرجالية والنسائية، بالإضافة إلى عطري العلامة الشهيرين

اليسرة فاشن تفتتح المتجر الـ7 لـ«ECCO» في مجمع «بروميناد»



صناعة الأحذية، بين الأناقة والراحة وقد بنت نجاحها على الجودة والتكنولوجيا المتبكرة للأحذية، وهي اليوم واحدة من مصنعي الأحذية القليلين في العالم الذين يمتلكون ويشرفون على كل خطوة من عملية صناعة الأحذية.

جمالية مشتركة والمبادئ والقيم التي تتجاوز حدود الحضارات. وتمزج تشكيلة SOFT 7 بين أحذية رياضية من الجلد وأخرى مستوحاة من السترات الرياضية التي تعطي هذا المظهر المتميز والمعاصر. وتجمع «إيكو»، العلامة الإسكندنافية البارزة في مجال



العصرية، والتي تعطي نظرة جديدة للتصاميم الكلاسيكية، وهو المزيج المثالي بين الأحذية العملية والأنيقة». وتأتي مجموعة ECCO SOFT 7 في مزيج بين تصاميم مستوحاة من تشكيلات

نجاحا جديدا لعلامة الأحذية الرائدة، إذ نحتفل بإطلاق أول متجر بتصميم حضري فاخر للعلامة ECCO في مجمع «البروميناد»، والفرع السابع للعلامة في أنحاء الكويت. يطلق هذا المتجر أيضا مجموعة ECCO SOFT 7 الجديدة التي تطرح تشكيلة من الأحذية



في مجال الأزياء والموضة، وخلال الحفل تم كشف النقاب عن تصميم المتجر الجديد الذي يوفر تجربة حصرية للزيائن وأيضا عن المجموعة الجديدة للعلامة والمسماة بـ SOFT7. وقالت مديرة التسويق للعلامة ECCO رنا عماد، خلال الافتتاح: «يمثل اليوم

ندى ابونصر دشنت العلامة الإسكندنافية البارزة في مجال صناعة الأحذية (ECCO)، متجرا جديدا لها في مجمع «البروميناد»، الذي يقع في منطقة حولي، وذلك في حفل تديشن حضرته الصحافة وعدد من الأشخاص المرموقين