

«جميرا شاطئ المسيلة» يقيم يوماً خاصاً لدعم الصحة العامة والتطوير للموظفين



من المشاركين بيوم دعم الصحة العامة في «جميرا شاطئ المسيلة»

أقام فندق ومنتجج جميرا شاطئ المسيلة يوماً خاصاً لدعم الصحة العامة والتطوير المهني لموظفيه، وذلك يوم الإثنين الموافق 14 سبتمبر الماضي، والذي هدف إلى رفع مستوى الوعي حول المهنة، والتعليم والصحة العامة والسلامة.

وتسنى للموظفين القيام بفحوصات الصحة العامة والنظر والتي أشرف عليها طاقم مستشفى السيف الطبي من المتخصصين والمؤهلين، كما قدم خبراء تاليس سبا ونادي اللياقة البدنية نصائح عن الجمال والصحة، وشملت الفعاليات أيضاً العديد من المحاضرات

التي قدمها أطباء متخصصون شملت برامج عدة عن كيفية الإقلاع عن التدخين، وطرق الحفاظ على الصحة العامة بالإضافة إلى طرح العديد من الإجراءات والاحتياطات اللازمة لتجنب الإصابة بمشاكل صحية خطيرة، واختتمت نشاطات اليوم المميز مع رياضة الزومبا والمسالا واليوغا.

وتعليقاً على هذا الحدث، قال هاكان بكت المدير العام للفندق: «إن من أولوياتنا توفير بيئة ملائمة لموظفينا لتحقيق النجاح الوظيفي والتطور الذي يبحثون عنه ليكونوا قادة المستقبل».

«الجوثن» تبحث عن الوجه الجديد لعلامتها التجارية الرائدة في مجال الشعر «جولويل»



أعلنت شركة الجوثن يوم الخميس الماضي إطلاقها لحملة البحث عن الوجه الجديد لعلامتها التجارية الألمانية الرائدة في مجال الشعر جولويل.

هذا، وبعد النجاح الباهر الذي حققته «جولويل» في صالونات الكويت الراقية لما تقدمه من صبغات شعر جذابة وعصرية وعلاجات مختلفة لجميع مشاكل الشعر أصبح الآن الوقت المناسب لاختيار وجه جديد يمثل هذه العلامة الرائدة.

وبرعاية الجوثن أكاديمي يتم الآن البحث عن فتاة أو سيدة تتميز بشروط معينة لتتشارك في مسابقة فريدة من نوعها تخول الفتاة الفائزة

الحصول على جوائز عديدة نذكر منها: تغيير شامل في الشعر (لون وعناية) باستخدام منتجات جولويل، عناية بالبشرة، عناية بالأظفار، مكياج احترافي، قسيمة شراء من الجوثن جاليري بقيمة 100 دينار وجلسة تصوير احترافية تجعل من الفتاة الفائزة امرأة متجددة، بطلة جذابة.

للحصول على مزيد من المعلومات عن هذه المسابقة أو للاشتراك الرجاء زيارة حساب شركة الجوثن على الانستغرام @aljothengallery ووضع هاشتاغ #goldwellgalq8 وحظاً موفقاً للجميع.

الحصول على جوائز عديدة نذكر منها: تغيير شامل في الشعر (لون وعناية) باستخدام منتجات جولويل، عناية بالبشرة، عناية بالأظفار، مكياج احترافي، قسيمة شراء من الجوثن جاليري بقيمة 100 دينار وجلسة تصوير احترافية تجعل من الفتاة الفائزة امرأة متجددة، بطلة جذابة.

للحصول على مزيد من المعلومات عن هذه المسابقة أو للاشتراك الرجاء زيارة حساب شركة الجوثن على الانستغرام @aljothengallery ووضع هاشتاغ #goldwellgalq8 وحظاً موفقاً للجميع.



سيف الدين محمد مع أسرة سفير وريزيدنس الكويت - الفنتاس في لقطة تذكارية

«سفير الفنتاس» يشارك في شهر التوعية بسرطان الثدي

المبكرة يعطي المريضة فرصة أكبر للعلاج». ومن المعروف أن شهر أكتوبر من كل عام هو سرطان الثدي لدى السيدات من الحكومات ووسائل الإعلام والناجين من مرض السرطان.

الفندق تجاه المجتمع. وقد قال سيف «إن نجاح هذه الحملة يعتمد في الأساس على تثقيف المشاركين بعوامل وأسباب المرض ومخاطره وضرورة الكشف المبكر عنه لأنه من أهم الوسائل الفعالة للمحافظة على حياة المرأة، حيث إن اكتشاف المرض في مراحله

بالإضافة إلى أهمية الكشف المبكر عن المرض وهو الأمر الذي يرتبط بمعدلات أعلى للشفاء من سرطان الثدي. وقد أعرب مدير عام الفندق سيف الدين محمد عن سعادته بالمشاركة في مثل هذه الحملات، معتبراً ذلك جزءاً أساسياً من مسؤوليته

بمناسبة شهر التوعية العالمي لسرطان الثدي أطلق فندق سفير وريزيدنس الكويت - الفنتاس حملة توعوية عن هذا المرض الخطير، وقد هدفت هذه الحملة إلى رفع مستوى الوعي حول سرطان الثدي عن طريق التعريف بأعراضه وعلاجه،

«سويس بل بلازا» يدعم حملة التوعية ضد سرطان الثدي



أكتوبر هو شهر التوعية بسرطان الثدي، وهناك حملة سنوية فيه لزيادة الوعي بهذا المرض يحتفل بها في جميع أنحاء العالم، حيث يدرك معظم الناس سرطان الثدي، ولكن لا يدركون خطوات الكشف عن المرض في مراحله المبكرة، وبالتالي فإن الحملة تهدف إلى تشجيع الآخرين على القيام بالامر نفسه، وزيادة ثقافة الناس بأهمية الكشف المبكر عن المرض لما فيه من آثار إيجابية على العلاج وسرعة الشفاء.

وكعادته ككل سنة شارك فريق عمل المبيعات ومدير العلاقات العامة في فندق «سويس بل بلازا» الكويت محمد جوهري في حملة التوعية بسرطان الثدي يوم 7 أكتوبر 2015، بالتعاون مع مركز السدرة في مركز الشريحة بديرية لأمراض السرطان في الشويخ.

وتم تقديم مجموعة من الوجبات الخفيفة الصحية للحضور المؤلف من مرضى سرطان الثدي والأطباء والعاملين في المجال الطبي.

«التركية» ومجلة «مونوكل»: دليل لأفضل الوجهات

تبونز، والسحابة الصوتية. ويمكن أيضاً لمسافري الخطوط الجوية التركية الدخول على البرنامج الإذاعي «ذا فويجر» عن طريق نظام الترفيه الجوي. فيما ستركز سلسلة مقالات «المدن الناشئة» على الـ 20 وجهة التي تنظر إليها «التركية»، والتي من المتوقع أن تصبح مراكز مهمة قريباً، من خلال إعطاء تفاصيل من حيث السفر وفرص الأعمال والثقافة. وستنشر هذه المقالات في مجلة «مونوكل» وعلى مجلة الخطوط الجوية التركية «سكاي لايف» المقدمة على متن طائراتها. وتفخر «التركية»، بتقديم تجارب جديدة لمسافريها يومياً عن طريق تبني شعار «وسع عالمك» بتقديم البرنامج الإذاعي «ذا فويجر»، وسلسلة مقالات «المدن الناشئة» بالتعاون مع «مونوكل».



مدينة حيوية يمكن استكشافها بفضل شبكة رحلات الربط العالمية التي توفرها الخطوط الجوية التركية. كما سيقوم محررو ومراسلو «مونوكل» بتسجيل سلسلة من البرامج الإذاعية من داخل وجهات، مثل جوانجسو وأنطاليا والدار البيضاء وسراييفو، وتوضح أفضل مناطق الضيافة، والممارسات الثقافية، وأماكن التسوق، والمطاعم، وترتيب الإقامات للمسافرين القادمين بغرض العمل أو السياحة ويعانون من ضيق الوقت. ويمكن الاستماع إلى هذا البرنامج الإذاعي الخاص على الهواء مباشرة أو على «يوتيوب» أو على المحطة الإذاعية عبر الإنترنت أو على موقع (monocle.com) أو عن طريق الاشتراكات في «آي

تبونز، والسحابة الصوتية. ويمكن أيضاً لمسافري الخطوط الجوية التركية الدخول على البرنامج الإذاعي «ذا فويجر» عن طريق نظام الترفيه الجوي. فيما ستركز سلسلة مقالات «المدن الناشئة» على الـ 20 وجهة التي تنظر إليها «التركية»، والتي من المتوقع أن تصبح مراكز مهمة قريباً، من خلال إعطاء تفاصيل من حيث السفر وفرص الأعمال والثقافة. وستنشر هذه المقالات في مجلة «مونوكل» وعلى مجلة الخطوط الجوية التركية «سكاي لايف» المقدمة على متن طائراتها. وتفخر «التركية»، بتقديم تجارب جديدة لمسافريها يومياً عن طريق تبني شعار «وسع عالمك» بتقديم البرنامج الإذاعي «ذا فويجر»، وسلسلة مقالات «المدن الناشئة» بالتعاون مع «مونوكل».

أطلقت الخطوط الجوية التركية ومجلة «مونوكل» مشروعين متميزين، هما «المدن الناشئة» على صفحات المجلة المطبوعة و«ذا فويجر» على المحطة الإذاعية «مونوكل 24»، ما يسمح للمسافرين باكتشاف الوجهات الجديدة الأكثر حيوية والجديرة بالاستكشاف حول العالم.

وكانت الناقل العالمية والمجلة الدولية المختصة بشؤون نمط الحياة العصري قد قامت بالتعاون لتزويد المسافرين بدليل متطور لأفضل 20 مدينة حيوية وأفضل 20 وجهة ناشئة من خلال إطلاق برنامج إذاعي جديد باسم «ذا فويجر» على المحطة الإذاعية «مونوكل 24»، ونشر سلسلة من المقالات تحت عنوان «المدن الناشئة» على مجلة «مونوكل». وسوف يركز البرنامج الإذاعي الجديد «ذا فويجر» على 20

سفيرا Hublot لآبو ألكان وبيليه حضرا تدشين المصنع الثاني للماركة

تجدر الإشارة أخيراً إلى أنه تم نقل وحدة الإنتاج التي كانت قائمة في غلاند، والتي يتركز العمل فيها بشكل رئيسي على إنتاج العلب والمكونات المصنوعة من ألياف الكربون، بالإضافة إلى وحدة الضبط، إلى المقر الرئيسي في نيون.

أما لجهة التنمية المستدامة، فسيضم مقر Hublot محطتي شحن Private One يمكن استخدامها لشحن سيارة أو دراجة نارية كهربائية على النحو الأمثل، كما ستستخدم الشركة ألواحاً شمسية ضوئية، كمصدر متجدد للطاقة الكهربائية. وقد تم إيلاء اهتمام خاص إلى كفاءة المنشآت التقنية وأداء الطاقة الخاص بها. وفي ما يتعلق بمفهوم الطاقة، فإن كفاءة الهيكل الخارجي للمبنى أعلى بنسبة 20٪ مما هو مطلوب بحسب معيار الجمعية السويسرية للمهندسين والمهندسين المعماريين SIA 1/380، مع الإشارة إلى أن المنشآت التقنية مصممة على نحو يستوفي متطلبات معايير هذه الجمعية.



الحالي بحيث يخصص كامل الطابق الأرضي فيه لقسم الأبحاث والتطوير والابتكارات، الذي يتركز نشاطه بشكل أساسي على المواد الجديدة والحركات الشديدة التعقيد. ومن شأن ذلك أن يسمح بنقل أقسام التوريد والتجميع ASF، وتجميع الحركات AT، وتجميع رؤوس الساعات والساعات T3/T2، ومشغل التعقيدات، وتوسيعها، بالتزامن مع نمو الشركة.

من صنع الشركة، بالإضافة إلى لعب الساعات. وتم تركيب مشاغل الميكانيك الدقيقة، وجميع الآلات التي يتم التحكم بها رقمياً باستخدام الحاسوب، ومشاغل الزخرفة والطلاء الكهربائي والميكانيك العامة والحصر، في المبنى الجديد في أغسطس، بالإضافة إلى تجهيز قسم خدمة ما بعد البيع وجزء من القسم الإداري، كما أعيد تنظيم المبنى



8000 م2 سترك Hublot فيها 100 محطة عمل على مدى السنوات الخمس المقبلة، لتزداد بذلك القوة العاملة في الشركة إلى أكثر من 400 شخص في سويسرا. ويشار أيضاً إلى أن المشروع يمثل استثماراً بقيمة 20 مليون فرنك سويسري من قبل الشركة. الوحدة الجديدة، القائمة إلى جانب المبنى الأول، مخصصة بشكل رئيسي لإنتاج مكونات الحركات التي

حلبات السباق حول العالم، يؤمن إمكانية الانتقال المباشر بين المبتدئين. يطلق هذا الحدث حملة في 73 بوتيكاً للماركة حول العالم للاحتفال بمجموعة ساعات Big Bang الشهيرة. ويتسم هذا التوسع بأهمية رمزية كبيرة بالنسبة إلى العلامة التجارية، إذ إنه يشهد على توسعها ونجاحها، وفي هذا الإطار أضافت شركة Coreta للهندسة المعمارية، القائمة في نيون، مساحة



الذين سافروا إلى سويسرا للاحتفال بهذا الحدث الهام في تاريخ العلامة الراقية. وشارك المشاهير في عرض تسليم المفاتيح من المبنى الحالي إلى المبنى الجديد، وكان الافتتاح مع بيليه، ثم تلاه «هدف» سجله ميشال بون، أحدث دويماً شديداً ترافق مع الوصول المذهل لدانيل رحمة التي انتقلت بين المبتدئين H1 وH2 من خلال ممر شبيه بممرات سباقات الفورمولا 1 الموجودة على

من أجل مواكبة الطلب المتزايد والمحافظة على النمو الراسي لإنتاجها، دشنت Hublot ثاني مصنع خاص بها، بعد 6 سنوات فقط من افتتاح مصنعها في العام 2009، لتضاعف بذلك المساحة السطحية لمركز الإنتاج في بلدة نيون.

وكان الموعد قد تحدد قبل عام ونصف، عند وضع حجر الأساس في الموقع، وها قد اكتمل البناء! في 29 سبتمبر، دشّن جان-كلود بيفير، رئيس قسم الساعات في مجموعة LVMH ورئيس مجلس إدارة Hublot، وريكاردو غوادالوبي، الرئيس التنفيذي للشركة، ثاني مبنى تصنيع كبير تابع للماركة، حضر حفل التدشين ثلاثمائة ضيف من مختلف أنحاء العالم من بينهم سفراء وشخصيات مهمة وأصدقاء للعلامة وصحافيون. وكان من بين هؤلاء سفيرا Hublot لآبو ألكان وبيليه، بالإضافة إلى الضيفة الخاصة، مقدمة البرامج التلفزيونية والممثلة وعارضة الأزياء دانيل رحمة، الفائزة ببرنامج «الرقص مع النجوم» في الشرق الأوسط،