



متابعة من الحضور للمؤتمر الصحافي لـ «الأكوابارك»



السفير ماثيو لودج يفتتح مهرجان الماكولات البريطانية في لولو هايبر مارك (محمد هاشم)

## انطلاق «أكوأربو» أحدث لعبة بالشرق الأوسط في «الأكوابارك» منتصف مايو المقبل



محمد عبد الرضا خورشيد متوسماً محمد العنزي وعبد اللطيف الشمري (أحمد علي)

تذكرة من الجمعيات التعاونية يحصل على دخول شخصين. وبدوره، أشار مدير إدارة التسويق والعلاقات العامة في «الأكوابارك» عبد اللطيف الشمري إلى بدء حملة التسويق للشركات والوزارات بأسعار مخفضة أو حجز المدينة كاملة حسب رغبة كل شركة أو وزارة ليستمتع موظفوها وأسراهم بأجواء الأكوابارك ومفاجأتها، متمنياً للجميع قضاء أمتع الأوقات في ربوع الأكوابارك ومرافقها المتنوعة.

قام بالتعاون مع المدينة لتجهيز جميع المطاعم داخلها. وأكد خورشيد حرص إدارة الأكوابارك وجميع العاملين فيها على تأمين جميع سبل الرفاهية والراحة والمتعة لزوار المدينة المائية وتقديم الأفضل للمبوعات محمد العنزي بأن المدينة المائية أكوابارك تحضر العديد من المفاجآت السارة التي ستناهل إعجاب وإقبال الجميع والتي من بينها أن من يشترى

**خورشيد: تأمين جميع سبل الرفاهية والمتعة لزوار المدينة المائية**



أعلن المدير العام وعضو مجلس إدارة المدينة المائية (الأكوابارك) محمد عبد الرضا خورشيد خلال المؤتمر الصحافي الذي أقيم بحضور حشد من أهل الصحافة والإعلام عن إطلاق المدينة المائية (أكوابارك) لأحدث وأضخم لعبة بالشرق الأوسط «أكوأربو»، وهي عبارة عن ثلاثة منحدرات بار تفاع 15 متراً وتمتاز بأنها تتسع لـ 400 شخص بالساعة فضلاً عن رشاشات مياه مرطبة والتي يقوم بإدارتها والإشراف عليها فريق متخصص من المنظمة العالمية للمدن المائية. وكشف خورشيد أن (الأكوابارك) ستطلق إضافة إلى لعبة (أكوأربو) منتصف مايو المقبل برنامجاً ترفيهياً ومسابقات وجوائز وهدايا تساهم في زيادة مستوى الترابح الأسري وتزيد من العلاقات الاجتماعية، وأن الإعلام داعم أساسي في مسيرة المدينة المائية، مؤكداً على أهمية المدينة سياحياً على مستوى الكويت ودول الخليج، وأشار إلى أن روبي تيزودي

## لولو هايبر ماركت القرين يطلق «مهرجان الغذاء البريطاني 2016».. عروض خاصة وماركات شهيرة



السفير ماثيو لودج يشارك بقطع كيكة الافتتاح

الأسواق والهند. وبالتزامن مع المهرجان البريطاني يجد المستهلك عروضاً مبتكرة تركز في المقام الأول على العميل وتقديم أفضل الخدمات على مستوى العالم، حيث يشتهر لولو هايبر ماركت بخبرة واسعة في المجال التسويقي وخدمة العملاء وتنسيق السلع بطريقة مميزة وجذابة، مع جودة الأصناف المعروضة وقدرتها على المنافسة بالصورة الأفضل.

كبلنغ، ماك فيت، سانت بيار، تروبيكانا وواكيرز، بالإضافة إلى تقديم عرض خاص على منتجات مثل مشتقات الألبان واللحوم والخضراوات والفاكهة والأطعمة المجمدة والبقالة والمواد غير الغذائية من واي انترناشونال، وهي شركة بريطانية متخصصة في الحصول على المواد الغذائية وغير الغذائية ذات الجودة العالية وتصديرها من المملكة المتحدة إلى الشركات بالتجزئة أو الجملة في الشرق

**شمول المهرجان جميع الفروع 23 الجاري**



بعد طول انتظار أطلق لولو هايبر ماركت القرين مهرجان الغذاء البريطاني الذي يقدم تشكيلة واسعة للمستهلكين من المنتجات البريطانية المعروفة ذات الماركات التجارية الشهيرة بأسعار تنافسية، وقد جرى الافتتاح بحضور سفير المملكة المتحدة لدى البلاد السفير ماثيو لودج والإدارة العليا في لولو هايبر ماركت وحشد كبير من المستهلكين. ولم يكن الافتتاح اعتيادياً فلولو هايبر ماركت الذي يعد أكبر سلسلة متاجر بيع بالتجزئة في المنطقة قدم عروضاً متنوعة لمعالم بريطانية شهيرة ليضفي رونقا مميزاً على أجواء الانطلاقة التي ستستوعب لتشمل جميع الفروع ابتداء من 23 الجاري، ما يعتبر فرصة استثنائية لجميع أبناء الكويت للتسوق وشراء السلع والمنتجات البريطانية بأقل الأسعار. ومن بين العلامات التجارية الكثيرة المعروفة والمشاركة في المعرض أغذية مقل آزل، بايكر ستريت، بيرتولي، ديلايمير،

## الحكايات تعود للحياة في ليبراري كافيه في فندق ومركز مؤتمرات ميلينيوم الكويت



كوبورن الكويت على هذه المبادرة قائلين «حكايات الشاي الفاخر» في ليبراري كافيه هي جزء من برنامج شامل يهدف إلى تقديم تجارب جديدة، مثيرة ومضيفة للزوار من جميع الأعمار. يقع ليبراري كافيه في الطابق الأرضي من الفندق وقد جذبت أجوائه الفريدة طيفاً واسعاً من العملاء على مدى الأشهر القليلة الماضية، بما في ذلك رجال الأعمال والطلاب، وذواقة الشاي والقهوة وعشاق القراءة.



الأولى من نوعها في الكويت ثاني يوم سبت من كل شهر في الصالة الخاصة بالمقهى، وستدار هذه الحكايات من قبل راو موهوب يصطحب الأطفال في رحلة رائعة عبر مجموعة متنوعة من القصص الخيالية الممتعة فيما يستمتع الوالدين بالإجواء الهادئة للمقهى والتلذذ بتشكيلة رائعة من اختيارات شاي تشابا الفاخر والحلويات اللذيذة. وعلق داني صالح المدير العام لسلسلة فنادق ومنتجعات ميلينيوم آند

**«حكايات الشاي الفاخر» ثاني يوم سبت من كل شهر**



يستضيف فندق ومركز مؤتمرات ميلينيوم الكويت «حكايات الشاي الفاخر» كجزء من برنامج السنوي الممتع لكشف ليبراري كافيه، المقهى الانيق الكائن في الطابق الأرضي لفندق ومركز مؤتمرات ميلينيوم الكويت مبادرة خاصة تهدف لأسر خيال الأطفال في الوقت الذي يتيح فيه للوالدين الفرصة للاستمتاع بوقت خاص بهدوء وسلام. وستقام فعاليات «حكايات الشاي الفاخر» والتي تعتبر



منتجات متنوعة في لولو هايبر ماركت



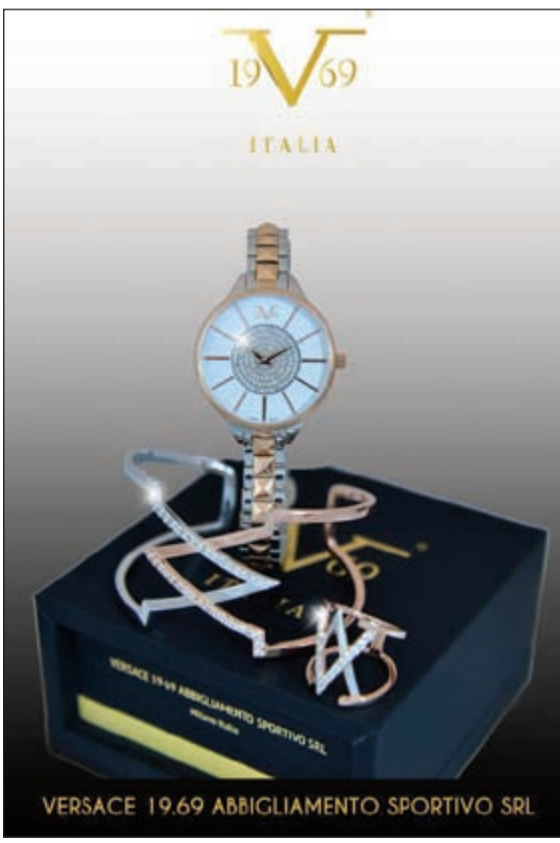
فندق بعض المنتجات

## ساعات واكسسوارات VERSACE 1969 لإطلالة متوجة بالرقى حصرياً لدى روائع جنيش

من الأناقة الإيطالية والأسلوب الجود، وتهدف VERSACE 1969 إبيليمنتو سبورتيفو على الحفاظ على الجودة في جميع مجالات العلامة التجارية من ملابس رجالية ونسائية ومنتجات جلدية وساعات فخمة وخواتم زواج، وتحافظ على خلودها بتقليدها وناقته من خلال الاستمرار في الإبداع والابتكار في مجال الموضة والاتجاهات العامة.

كل خطوة في مراحل تطور العلامة التجارية كانت تمثل تحدياً داخل الشركة وتحدياً أكبر مع الشركات المنافسة في ذات المجالات مما جعلها تتميز بالحضور القوي الحذر يهدف لضمان الجودة دون تهاون. وتقوم إدارة الشركة بتحديد المبادئ التوجيهية ومتطلبات أنشطتها في الأسواق العالمية، من خلال تسليط الضوء والحفاظ على العلامة التي لا تظنير لها. عوامل تميز العلامة التجارية 1969 VERSACE إبيليمنتو سبورتيفو:

صممت من أجود الخامات. 1969 VERSACE إكسسوارات فانتازية، بتصميمات عصرية ناعمة ابتكرت خصيصاً لتتنافس بها الأميرات، والتي تناسب شتى الأعمار والأذواق. وتأسست الماركة العالمية 1969 VERSACE إبيليمنتو سبورتيفو في ميلان بإيطاليا، من قبل اليساندرو فيرسانشي، عام 2001، وتوعدت مجالته من ملابس رجالية ونسائية ومنتجات جلدية وساعات فخمة وخواتم زواج، ومع خبرته الطويلة في مجال التصميم والأزياء، خلق اليساندرو فيرسانشي مفهوماً يهيمن بشكل كبير ومستوحى



يجمع بين اللون الذهبي واللون الفضي، والفضي والذهبي الورد، لتكون الساعة الخيار الأمثل للنشاطات اليومية، يمكن ارتداؤها مع جميع أنواع المجوهرات والاكسسوارات فهي ساعتان في واحدة. أما عن الاكسسوارات فقتضت ماركة 1969 VERSACE بصممتها في مجموعة اكسسواراتها الجديدة 2016 التي تتميز بتصميماتها الأنيقة ذات شعار الجودة والحيوية في آن واحد الأمر الذي يعكس البساطة والنوق الرفيع. اكسسوارات 1969 تحاكي الأذواق الرفيعة بتصاميم فريدة من نوعها حيث

التشكيلة الكلاسيكية الجديدة من ساعات واكسسوارات 1969 VERSACE فصل آخر يضاف لمجموعة روائع جنيش للساعات من الماركات العالمية وجزء لا يتجزأ من قائمة الإبداعات الفريدة لديها، ساعات واكسسوارات 1969 VERSACE تعلق فنية لتجسيد رؤية المصمم، ومزيج من العصرية والرقى لخلق حالة إلهام لا تحصى، تتجلى في تصميم كلاسيكي ساحر ينطق بالفخامة. الكماليات والتفاصيل الإضافية هي الحل الأمثل للظهور بإطلالة متكاملة، حيث تصبغ تالفاً للمظهر العام، وتعتبر ساعات واكسسوارات 1969 VERSACE تناسب جميع المناسبات والإطلالات، حيث يمكن ارتداؤها مع الملابس العصرية اليمومية، وكذلك تأسر القلوب من خلال ارتدائها للسهرات الكلاسيكية لتعبر عن شخصيتك ومزاجك في كل حين. ساعات 1969 VERSACE تنوج على عرش الأنوثة هذا لهذا الموسم، بإطلالات مختلفة تمنحك الخيارات المتعددة لجميع المناسبات، حيث تم التركيز على الألوان في هذه التشكيلة لتتوافق مع جميع الحلبي التي تزين بها المرأة مع الساعة.

الساعة الفضية من ساعات 1969 VERSACE أحادية اللون البراقة تناسب مجوهرات الفضة والألماس للمناسبات الرسمية والأمسيات الخاصة لتمنحك إحساساً بالرقى والتصميم ثنائي اللون

## «يوسيرين»: الشعر الصحي يبدأ من فروة الرأس

AG: «عملنا، بالاستناد إلى خبرتنا الطويلة في مجال العناية بالبشرة، على توسيع نطاق أبحاثنا لتشمل فروة الرأس وأهميتها في بنية الشعر. إن حالة فروة الرأس تؤثر على تقسيم الخلايا المسؤولة عن نمو الشعر في المسام، وتعتمد حالة الشعر المثلى على انقسام الخلايا بالشكل الأمثل... وبكلمات أخرى، يحتاج الشعر الجميل إلى أساس صحي، وهو ما توفره منتجات Eucerin® DermoCapillaire. إن المكونات النشطة الموجودة ضمن مجموعة العناية بالشعر وفروة الرأس الجديدة تحل أكثر المشكلات شيوعاً من جذورها، وتعيد التوازن الطبيعي لفروة الرأس لتترك الشعر متألماً من الجذور وحتى الأطراف.



حالة فروة الرأس. وفي هذا الشأن قالت ستيفاني كونزلمان، رئيس شؤون تطوير منتجات العناية التجميلية في «بايردورف

دبي: تم إعداد مجموعة العناية بالشعر وفروة الرأس الجديدة لمعالجة مشكلات فروة الرأس واستعادة التوازن الصحي لفروة الرأس والشعر من الجذور وحتى الأطراف. ويعتبر الشعر بطاقة تعريفاً، فهو يقول الكثير عن شخصيتنا، وفي استطلاع حول تصنيف العوامل التي تعطي الانطباع الأول عن الشخص، اعتبر 58٪ من المشاركين بأن الشعر يأتي في المرتبة الثانية بعد الوجه (66٪) وقبل مظهر الجسم (55٪) والزي (52٪). إذ لا يتطلب الأمر منا سوى دقائق لتقييم نمط حياة الشخص وجاذبيته ولباقته البدنية والاستناد إلى الشعر، وليست تسمية الشعر العامل الأهم في هذا التقييم، بل صحته، التي تعتمد بدرجة كبيرة على