

البنك الأهلي يطلق سلسلة مبادرات لدعم شهر التوعية بمرض السرطان



تقديم كتيبات توعية للموظفين

أطلق البنك الأهلي الكويتي حملته لدعم التوعية بمرض السرطان وذلك من خلال سلسلة مبادرات تهدف إلى رفع مستوى التوعية والإدراك حول هذا المرض، وجمع التبرعات لدعم الأبحاث العلمية المتعلقة بالتشخيص والوقاية والعلاج. بدأ البنك الأهلي برنامج التوعية بتقديمه كتيبات توعية للموظفين وشرائط وريدية يرتدونها خلال الشهر مع عرض تخفيضات خاصة على فحوصات السرطان مقدمة من مستشفى «رويال حياة» والتي يسري مفعولها حتى شهر ديسمبر 2016. كما سيقيم البنك بإرسال رسائل توعية أسبوعية عن السرطان من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. كما تتضمن الحملة رعاية يوم كامل متخصص لمرضى السرطان بالتعاون مع مركز مكافحة السرطان والذي سيعقد في 13 أكتوبر 2016 في مركز الشيخة بديةة الأحمد الجابر للأورام ونقل الخلايا العصبية، وسيختتم البنك حملته لهذا الشهر برعايته للفعالية التوعوية تحت شعار «Fight Like a Girl»، وهو حدث سنوي لجمعية السيدات الأمريكيات في الكويت. وسيعقد هذا الحدث في 22 أكتوبر 2016 في قاعة فندق الجمبر. ويحرص البنك الأهلي الكويتي على لعب دور محوري في دعم القضايا التي لها وقع توعوي في الكويت. ويعزز مفهوم التعاون من أجل بناء مستقبل أفضل من خلال مساهمته ودعمه لهذه المبادرات.



مشاركين في حملة التوعية

برعاية وكيل التجارة في أرض المعارض الدولية بمشرف انطلاق معرضي الخريف للعلطور والساعات 25 أكتوبر الجاري



مروة القناعي



أفنان السميح

وبالنسبة لمعرض الساعات، أوضحت أفنان السميح مدير معرض الساعات أن المشاركات في هذه الدورة تلقى إقبالا متزايدا من قبل الجهات والمؤسسات التي ترغب بالمشاركة، حيث ستقام عروض الساعات في صالة رقم 4A، والتي تعد من أحدث الصالات. من الساعات المتخصصة في قطاع الساعات لأشهر وأرقى الماركات العالمية والحصرية حيث تشكل نسبة 80% من شركات وكلاء الساعات في الكويت، مشيرة إلى أن قطاع الساعات في الكويت يشغل نسبة عالية من حجم المبيعات التي بجانب المجوهرات والهدايا الثمينة، ونوهت السميح إلى أن هذه الشركات جاءت جميعها لتطرح تشكيلة من الساعات ذات الماركات العالمية والسويسرية المميزة ومنها المرصعة بالماس والذهب أو الأحجار الكريمة وبأسعار تناسب الجميع ومختلفة الأنواع وكلما الجهنس وتحت سقف واحد، مع توافر كفاية وخدمة ما بعد البيع لكافة عملائها المتميزين أصحاب الذوق الرفيع. ولفتت السميح إلى أن هناك أسعارًا تنافسية ستكون في متناول الجميع على تصاميم مختلفة وبألوان عصرية تناسب كلا الجنسين.

وتخصيص الصالة رقم (6) فقط للرعاة، لإتاحة المجال لمزيد من الشركات الراعية لتلبية طلباتها لرعاية هذا المعرض بالذات. وكشفت القناعي عن الرعاية المميزة التي يحظى بها المعرض في دورته الحالية، حيث تقدمت لرعايته 54 جهة ما يؤكد الأهمية التي بات يمثلها معرض الخريف للعلطور سواء للمشاركين الراعية والمشاركة أو لجمهور المعرض الذي يتجاوز عدده الموسم الماضي الـ 75 ألف زائر. وشددت على أن أهمية معرض الخريف للعلطور تكمن في كونه حدثًا رياديًا في مجال العطور والتجميل في الكويت، ويمثل قاعدة انطلاق مثلى لسوق قطاع التجميل وبشكل فرصة مناسبة لالتقاء الجمهور المستهدف بالمتخصصين في عالم التجميل من الشركات المحلية والإقليمية والعالمية العاملة في هذا المجال.

أفريقيا بأسرها. وأعلنت القناعي استحسانها لتغطية كافة المساحات المتخصصة للمشاركين بالمعرض، مشيرة إلى تغطية كافة الحجوزات بنسبة 100% من كامل مساحة الصالات المخصصة لهذا المعرض التخصصي، حيث ضمت المشاركات حشدًا من الشركات المحلية والإقليمية والدولية المتخصصة بلغ 170 جهة وشركة ممثلين لرعاة ولوكلاء محليين وإقليميين ومن خارج الكويت أصحاب العلامات والمراك التجارية العالمية من العطور وأدوات ومستحضرات التجميل، حيث بلغت المشاركات والرعايات في هذه الدورة ذروتها بشكل ملحوظ تجاوزت الـ 50 راعيا، حيث تشهد تسابقًا كبيرًا من قبل الشركات لحجز أجنحة الاحتياط، وعليه، قامت الشركة بزيادة مساحات العرض

برعاية وكيل وزارة التجارة والصناعة خالد الشمالي، لتتطلق أنشطة معرضي الخريف للعلطور والساعات في الخامس والعشرين من شهر أكتوبر الجاري، حيث تتوالى الاستعدادات لافتتاح المعرض الذي تقيمه وتنظمه شركة معرض الكويت الدولي على أرض المعارض الدولية بمشرف على أكبر وأحدث صالاتها، وتستمر عروضه حتى 5 نوفمبر 2016 المقبل، بمشاركة فاعلة وبحضور حشد من مؤسسات وشركات محلية وإقليمية وممثلين وكلاء العطور والطيب ومستحضرات التجميل من الماركات العالمية ومثلي وكلاء الساعات العالمية الشهيرة وأكسسواراتها. وفي هذا الصدد، قالت مروة القناعي مدير معرض الخريف للعلطور لدى شركة معرض الكويت الدولي إن المعرض يعد واحدًا من أهم الفعاليات والظواهر التي تشهدها البلاد في قطاع العطور والساعات، حيث تحرص الشركة على إقامته دوريًا وتحضن فعالياته على أرض المعارض الدولية بمشرف منذ أكثر من 3 عقود لتتف شاهدة على نجاحه المتواصل حتى أصبح اليوم من أهم وأكبر المعارض وأكثرها جماهيرية في الكويت والخليج العربي، بل وفي منطقة الشرق الأوسط وشمال

ضمن فعاليات موسم العودة إلى المدارس

بنك الكويت الدولي يزور طالبات «عاتكة بنت زيد»



احتفالًا بعودة الطلاب إلى مقاعد الدراسة وكجزء من سلسلة مبادرات يقوم بها البنك خلال موسم «العودة إلى المدارس»، قام فريق من موظفي وحدة الاتصال المؤسسي في بنك الكويت الدولي بزيارة إلى مدرسة «عاتكة بنت زيد» الابتدائية للبنات.

وجاءت هذه الزيارة ضمن برنامج الدولي الرائد في مجال المسؤولية الاجتماعية، وحرصه على تقديم المبادرات الاجتماعية الهادفة التي تساهم في تطوير وتنمية المجتمع الكويتي عبر جميع أطرافه، حيث قام فريق الدولي خلال الزيارة بتقديم لحة مبسطة عن بعض الممارات الأساسية لتوفير والإحبات، وذلك في إطار جهوده الرائدة والمتميزة في تعزيز الثقافة والوعي الاقتصادي لدى الأطفال والشباب في الكويت، وقد قام موظفو البنك في ختام الزيارة بتوزيع الهدايا على الطالبات، ضمن أجواء حملت الكثير من الالفة والتعريف ببدائية فصل دراسي مشرق.

تعزيز الثقافة والوعي الاقتصادي لدى الأطفال والشباب في الكويت

وتعليقاً على الزيارة، قال مدير وحدة الاتصال المؤسسي في بنك الكويت الدولي، نواف ناجيا: «أزادت أسرة الدولي من خلال هذه الزيارة بتنازلنا الطالبات ومشاركتهن البهجة بحلول العام الدراسي الجديد، وتشجيعهن على الابتعاد من العلم كونه الضمان الأكبر في صناعة مستقبل الكويت وتقدمها. وتنفذ لجميع الطلاب في الكويت ستة درسية زاخرة بالنجاح

حملة «محاربات بروج وردية» من فورد تمضي قدماً للرفع من معنويات الناجيات من سرطان الثدي

مراحل العلاج. وفي معرض تعليقه على هذا الحدث، قالت سو نغوصيان، مدير عام شؤون الإعلام والعلاقات العامة لدى فورد الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: «بشرفنا الترحيب بالنساء المتميزات بالشجاعة والإلهام ضمن برنامجنا «قدوة للشجاعة»، ومن دواعي فخرنا أن تقمن باعادة تمثيل حملة محاربات بروج وردية، التي ازدهرت من خلال برنامج طويل الأمد في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. ونحن نؤكد على التزامنا بتقديم كل دعم ممكن، بالإضافة إلى زيادة التوعية بسرطان الثدي. وسعيًا لتوجيه نداء يشجع على الكشف المبكر، تعاونت فورد الشرق الأوسط وشمال أفريقيا مع مستشفى زليخة لتوفير صور شعاعية واستشارات مجانية خلال شهر أكتوبر تشجيعًا للمرأة وللنساء على إجراء التشخيص. واطلقت المبادرة 3 أكتوبر بدعوة النساء الناجيات، من «قدوة للشجاعة»، التي المشاركة برسائلهن القوية في الأمل.

ورديّة» على فعالية حماسية أقيم في حلبة الملاكمة داخل مركز Fit Republik للياقة في سبورتنس سيتي، دبي، حيث عرضت 5 ناجيات من السرطان من دولة الإمارات العربية المتحدة، وهن: ذكريات صالح، وأميمة تينوالا، ودينا أجيث، وجيني هوليداي وحنيفة مسلم، التشكيلة الجديدة للملابس والاكسسوارات، وشاركن الحاضرين برسالة الأمل القوية التي يحملنها. وعبرت جيني عن حماسها للمشاركة في هذه الحملة المليمة، وقالت: «فورد تجعل من التوعية بسرطان الثدي تجربة ممتعة، وبشكل ما، أصبحت أنظر لهذا المرض على أنه نعمة».

المريضات، حاليًا ومستقبلًا، في مواجهتهن لهذا المرض. وخلال جلسات التصوير تم تقديم تشكيلة عام 2016 من البسة واكسسوارات حملة «محاربات بروج وردية»، والتي اشتملت على مجموعة كبيرة من المنتجات، بدءًا من الأوشحة وحتى القمصان. تقول ذكريات صالح: «بقاؤك إيجابية سيساعدك على تجاوز أهلك الأوقات العسرة على الأمل. فالسرطان لن يكون حكما بالموت إلا إذا سمحت له بأن يكون كذلك».

اختارت فورد الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لهذا العام مجموعة من الناجيات من سرطان الثدي في نسخة «محاربات بروج وردية»، حيث اجتمعن في أجواء مفعمة بالإيجابية، للتأمل في معاركهن مع المرض، ومشاركة قصصهن المؤثرة. ويواصل برنامج فورد طويل الأمد، «محاربات بروج وردية»، تقديم الدعم والإلهام والتشجيع للمصابات والناجيات من المرض من خلال التساؤل الذي يطرحه عاما بعد عام: هل هناك المزيد مما يمكننا فعله؟ والهدف من ذلك هو توسعة الحوار حول التوعية بسرطان الثدي كاهتمام صحي رئيسي، ونشر رسالة الأمل بين المرضي الحاليين، لتشجيع النساء والرجال على إجراء الفحوصات الدورية. وعقب النجاح اللافت لانشطتها على مدار السنوات الماضية، نظمت فورد جلسات تصوير للناجيات «قدوة للشجاعة» عبر بلدان الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، على أمل أن تلهم شجاعتهم في التصرف بقبية النساء

مستمر حتى 30 الجاري لعشاق المذاق المميز «دجاج نايف» تطلق عرض «كومبو بوكس» الجديدة



في خطوة تؤكد تميزها بعروضها الدائمة وتقديم كل ما هو جديد في عالم المذاق، أطلقت شركة نايف للأغذية المألقة لسلسلة مطاعم دجاج نايف عرضها الذي يعتبر فرصة لا تعوض لجميع عشاق المذاق المقدم للفرار من تشيكن والفيليه الشهوي في وجبة مميزة تجمع بين المذاقين # كومبو بوكس، ويستمر العرض حتى 30 أكتوبر الجاري. ويشمل العرض وجبة الكومبو بوكس المكونة من تشيكن فليكس سانسوتش مع قطعة فرايد مقرمشة مع البطاطس والبيبي فقط بـ 1,950 دينار. وقدمت عشاق الفرايد تشيكن 4 قطع فرايد تشيكن فرش ومقرمشة مع خبزة والبطاطس والبيبي والكولوسلو فقط بـ 1,950 دينار، 9 قطع فرايد تشيكن مع 4 خبز ومشروب غازي فقط بـ 2,500 دينار. كما قدمت لمحبي المشويات وجبات فردية عائلية بأسعار استثنائية طوال فترة العرض ومنها أفخاذ الدجاج مع البطاطس والبيبي بـ 1,750 دينار، ووجبة التكا المكونة من

الدجاج الكويتي الطازج من مزارع نايف الكويتية لذا كان شعار «دجاجنا من مزارعنا» شعرا فخرنا به، بالإضافة إلى المذاق الأصلي والتقبيلة الخاصة بمطاعم دجاج نايف. يذكر أنه يمكن الطلب من خلال الفروع المنتشرة في جميع محافظات الكويت أو من خلال مركز الاتصال 1808777 لخدمة التوصيل.

قطعتين من الدجاج المشوي على الفحم (فخذ + صدر) وبطاط وبيبي فقط بـ 1,750 دينار، بالإضافة إلى وجبة المشويات العائلية المكونة من الشيش طاووق وخبز الدجاج والأجنحة المشوية والحمص والبيبي فقط بـ 3,750 دينار. يجدر الذكر أن ما يميز قائمة طعام دجاج نايف بالمقام الأول هو استخدام

«البراق» تحتفي بالكويت عاصمة للثقافة الإسلامية



كثمتة لمفهوم «البراق» للنجاح عام 2016 والذي يضم الحريين الضيوف، وبعض القضايا الرائعة التي تحمل توقيع د. العنود الشارخ، والرسمات الشهيرة أميرة بهبهاني، يضم هذا العدد شخصية من صناعات السوق الحديث في الكويت نوف حسين التي حررت هذا العدد المشايع، كما أن الخطوط الجوية الكويتية سعيدة جدا بهذا التواصل الراقي على متن رحلاتها لكم، كما أوضح مدير العلاقات العامة والإعلام في شركة الخطوط الجوية الكويتية ورئيس تحرير مجلة براق فايز العنزي، وأشار أيضا إلى أن نوف حسين قد أعطت زبادة للسوق المحلية من خلال فكرة عرض المنتجات المصنوعة والمزروعة والمعدة محليا، من هنا شعرت براق بحضوره عمل استطلاع يعرض في رحلات المؤسسة. حاليا «سوق قوت» في موسم الرابع على التوالي حيث أصبح حدثا مميزا

ويستطيع الزوار أيضا أن يتحولوا على أشكاش السوق للاستفادة من المنتجات المحلية الطبيعية بأبواب وطنية. وقد أضفنا أيضا في هذا العدد محتوى قيميًا يضم ملحقا من المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب حيث يصل العالم بالكويت عاصمة للثقافة الإسلامية عام 2016.

على أجندة تقويم الأحداث الاجتماعية لمشاركته وزواره المحليين والإقليميين على حد سواء. فمؤسسي هذا السوق شابتان أحبنا الطبيعة والمجتمع الذي عاشا فيه فارتأتا أن الديرة بحاجة إلى مكان يمكن للناس أن تتراح فيه حيث ترتشف القهوة في جو طبيعي بنكهة مميزة،