لإطلاق أول «نوبو رزيدنسز» و«مطعم نوبو» في الكويت بضاحية حصة

«العقارات المتحدة» تعلن عن شراكة إستراتيجية مع «نوبو للضيافة»

ببيبي الصباح: يعزز مكانة ضاحية حصة كوجهة رئيسية للمعيشة الراقية والمطاعم الفاخرة والتجارب الثقافية

الشيخة ببيبي ناصر الصباح

تريفور هورويل

جانب من مشروع ضاحية حصة

أعلنت شركة العقارات المتحدة عن شراكتها مع «نوبو للضيافة»، العلامة العالمية الرائدة في أسلوب الحياة الفاخر، وشركة ظليلية للاستشارات الهندسية الوكيل الحصري لعلامة نوبو للضيافة في المملكة العربية السعودية والكويت، لإطلاق مشروع «نوبو رزيدنسز» ومطعم «نوبو الكويت» في ضاحية حصة حيث سيضم المشروع 90 مسكنا فاخرا حصريا، وقاعة متعددة الاستخدامات ومطعم نوبو المميز مع إطلالات شاملة على الخليج العربي.

وتجسد هذه الشراكة مزيجا فريدا من الطابع العصري الذي تعرف به علامة «نوبو» الفاخرة، حيث تتكامل معه لمسات مستوحاة من الثقافة الكويتية الغنية، ليقدم «نوبو» تجربة إقامة وتذوق استثنائية تجمع بين الرقي والرفاهية في واحدة من أبرز وجهات الضيافة الفاخرة في الكويت.

وبهذه المناسبة، قالت رئيس مجلس إدارة شركة العقارات المتحدة الشيخة ببيبي ناصر صباح الأحمد الصباح: تشكل هذه الشراكة مع نوبو للضيافة خطوة مهمة تعزز موقع حصة بلازا كمركز رئيسي يجمع بين المطاعم الراقية والتسوق والترفيه.

وأضافت: سعداء بالتعاون مع شركة ظليلية للاستشارات الهندسية لاستقطاب أبرز العلامات التجارية العالمية الرائدة والأكثر نموا في قطاع الضيافة الفاخرة، وهو ما يسهم في ترسيخ دور دولة الكويت كوجهة إقليمية رائدة للابتكار والتميز.

وقالت صاحبة السمو الملكي د.نوف بنت محمد بن فهد آل سعود، مؤسسة شركة ظليلية: تعمل شركة العقارات المتحدة ونوبو على إعادة تعريف المشهد العقاري والضيافة في الكويت، ما يرسخ ضاحية حصة كوجهة رئيسية للمعيشة الحصرية والمطاعم الفاخرة والتجارب الثقافية.

وفي هذا السياق، قال تريفور هورويل الرئيس التنفيذي لشركة نوبو للضيافة: يسعدنا إطلاق مشروع «نوبو رزيدنسز» ومطعم نوبو في الكويت، حيث يشكل دخولنا إلى الكويت محطة استراتيجية توسع حضور نوبو في المنطقة ونحن متحمسون لتقديم أسلوب حياتنا المميز إلى السوق الكويتي لأول مرة.

وأضاف هورويل: نحن فخورون بالشراكة مع العقارات المتحدة لما تتمتع به من رؤية طموحة والتزام بتطوير مشاريع مبتكرة ومستدامة، الأمر الذي يجعلهم شركاء مثاليين لهذا المشروع الريادي.

واختتمت العقارات المتحدة بالقول إن هذه الشراكة التي تجمع بين اسم عالمي مرموق وشركة وطنية رائدة، ستشكل بلا شك علامة فارقة في قطاع التطوير والضيافة في الكويت والمنطقة، مؤكدة سعيها إلى مواصلة ابتكار مشاريع نوعية تلبي تطلعات السوق، وتعزز من مكانة الكويت كمركز إقليمي للتميز في مجالات السكن والضيافة الراقية، وترتقي بجودة حياة السكان.

في إطار دعمه لحملة «لنكن على دراية»

«بوبيان»: 260 ألف مشاهدة للإعلان التوعوي «محد يسويها»

أحمد الفهد

الرسالة التوعوية لبنك بوبيان «محد يسويها»

الإعلان شدد على ضرورة التحقق من مصداقية الرسائل والاتصالات التي تطلب بيانات مصرفية والتأكد من صحة روابط الدفع عند التسوق الإلكتروني

في إطار مسؤوليته المجتمعية والتزامه بدعم حملة «لنكن على دراية» التوعوية التي ينظمها بنك الكويت المركزي واتحاد مصارف الكويت، أطلق بنك بوبيان الإعلان التوعوي «محد يسويها»، والذي حقق أكثر من 260 ألف مشاهدة عبر قناته الرسمية على يوتيوب ومنصاته الرقمية، وذلك خلال أيام قليلة من بثه.

وتناولت الرسالة الأساسية في الإعلان أهمية حماية البيانات الشخصية والمصرفية، وعدم التعامل مع الروابط أو المواقع غير الموثوقة، أو مشاركة كلمات المرور والمعلومات السرية مع أي جهة غير رسمية. كما شدد الإعلان على ضرورة التحقق من مصداقية الرسائل والاتصالات التي تطلب بيانات مصرفية، والتأكد من صحة روابط الدفع عند التسوق الإلكتروني. وقال المدير العام في بنك بوبيان أحمد الفهد أن البنك لا يطلب من عملائه أي معلومات مصرفية عبر الهاتف أو وسائل التواصل الاجتماعي، مؤكدا أن جميع تعاملاته الرسمية تتم عبر القنوات المعتمدة والآمنة.

وأضاف أن البنك يعمل بشكل مستمر بالتنسيق مع الجهات الأمنية المختصة لرصد وكشف مصادر هذا النوع من الاحتيال، ولاسيما تلك التي تعتمد على انتحال صفة موظفي البنوك أو جهات رسمية لخداع العملاء وسرقة بياناتهم.

وأوضح الفهد أن نشر الوعي المصرفي وتعزيز الشمول المالي يشكلان جزءا أساسيا من مسؤوليته المجتمعية، مشيرا إلى أن هذه الحملة تأتي امتدادا لجهوده في توعية العملاء بكيفية حماية بياناتهم ومتابعة تعاملاتهم المصرفية بأمان.

كما أكد حرص البنك على مواصلة جهوده في تعزيز الثقافة المالية ونشر الوعي المصرفي عبر موقعه الإلكتروني وحساباته على منصات التواصل الاجتماعي، بما يضمن تعريف العملاء بحقوقهم وواجباتهم عند إجراء المعاملات المصرفية والاستفادة من الخدمات والحلول التي يقدمها البنك بطريقة آمنة ومسؤولة.

وفي ختام البيان، شدد الفهد على أن الوعي والحذر يشكلان خط الدفاع الأول لحماية الأموال والمعلومات المصرفية، مذكرا بأن أي بنك لا يطلب من عملائه بياناتهم أو رموز التحقق عبر الهاتف أو الرسائل النصية، داعيا الجميع إلى التحقق والتأني قبل التفاعل مع أي رابط أو رسالة مجهولة المصدر، وعدم مشاركة أي بيانات مالية أو شخصية مع أي طرف غير موثوق.

لعملاء الخدمات المصرفية الشخصية

«التجاري» نظّم فعالية متابعة مباراة كلاسيكو الدوري الإسباني

نظم البنك التجاري الكويتي، بالتعاون مع ڤوكس سينما VOX بمجمع الأڤنيوز، فعالية مميزة لمتابعة مباراة الكلاسيكو الدوري الإسباني لكرة القدم لموسم 2026/2025 بين فريقي ريال مدريد وبرشلونة، وهي المباراة التي ينتظرها عشاق كرة القدم على مستوى العالم، وذلك في دار سينما ڤوكس الفاخرة. «THEATRE» وتأتي هذه الفعالية ضمن سلسلة الفعاليات الحصرية التي يحرص البنك على تنظيمها لعملائه، حيث تعد هذه المرة الخامسة التي يقيم فيها البنك التجاري فعالية رياضية لمتابعة مباريات كبرى، وذلك تأكيدا على اهتمامه بتقديم تجارب فريدة تجمع بين المتعة والتواصل وتعزيز العلاقة المميزة مع عملائه من فئة الخدمات المصرفية الشخصية البريمير. وتعليقا على هذا الحدث، صرحت رئيس إدارة التسويق في البنك التجاري الكويتي بدور بوخمسين قائلة: سينما. وأضافت بوخمسين: تم حجز صالة THEATRE الفاخرة لعملائنا من الخدمات المصرفية الشخصية ـ البريمير، والتي تعد من أفخم قاعات العرض في ڤوكس سينما، لما تتميز به من مقاعد مريحة وتجربة سينمائية استثنائية مع تقديم قائمة طعام كاملة مجانية تحتوي على المشروبات، والأطباق الرئيسية، والمقبلات، والحلويات، مما أضفى طابعا خاصا وفريدا على هذه الأمسية الرياضية.

بدور بوخمسين

جاءت فكرة تنظيم هذه الفعالية تزامنا مع تصاعد التشويق وترقبا لمباراة الكلاسيكو للدوري الإسباني لكرة القدم، وخلق أجواء حماسية تشويقية لعشاق كرة القدم. وكان الإقبال على الفعالية كبيرا، حيث بادر الكثير من العملاء بالتسجيل والحضور للاستمتاع بالمشاركة وتشجيع فريقهم المفضل ضمن أجواء مفعمة بالحماس وتوفير تجربة متفردة من خلال البث المباشر على شاشة ڤوكس

«مرزام إكسبو» يدشّن نسخته السادسة بإطلاق مبادرة «مرزام لوكل ـ مستقبل الكويت»

م.فرح الحميضي

في خطوة جديدة تعكس الرؤية الطموحة لمعرض «مرزام» أكبر وأهم منصة تخص كل ما يتعلق بالتصميم الداخلي والأثاث والديكور والتشطيبات، أعلنت شركة فوز إكسبوز لتنظيم المعارض والمؤتمرات المالكة والمؤسسة لعلامة «مرزام إكسبو»، إطلاق مبادرة نوعية تحت عنوان «مرزام لوكل: مستقبل الكويت ـ Mirzaam Lokal: Future of Kuwait»، ضمن فعاليات النسخة السادسة لمعرض مرزام 2025 المقررة إقامتها في ديسمبر المقبل.

وتأتي المبادرة لتجسد روح التمكين والإبداع والتميز التي يحملها معرض مرزام منذ انطلاقه، من خلال تسليط الضوء على الجيل الجديد من المصممين ورواد الأعمال الكويتيين العاملين في مجالات التصميم والإنتاج المحلي والمشاريع الإبداعية، بالتوازي مع التزام «مرزام» المتواصل بدعم وتطوير بيئة التصميم في الكويت، وتعزيز مكانتها كمركز إقليمي للابتكار الفني والمهني.

وتعتبر مبادرة «مرزام لوكل: مستقبل الكويت» منصة فريدة لاحتضان الطاقات الكويتية الصاعدة، حيث تمنح المشاركين من المصممين والمصنعين الشباب فرصة الظهور والتواصل مع جمهور واسع من المهتمين بالتصميم والديكور، والعلامات التجارية، وصناع القرار في هذا القطاع الحيوي.

وبهذه المناسبة، قالت المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة فوز إكسبوز لتنظيم المعارض والمؤتمرات م.فرح الحميضي: «على مدى ست سنوات، كان مرزام مساحة تعبر عن التطور الحقيقي للتصميم في الكويت. واليوم، مع إطلاق (مرزام لوكل: مستقبل الكويت)، نفتح المجال أمام الجيل الجديد من المصممين والمصانع المحلية لنمنحهم الفرصة التي يستحقونها، وذلك انطلاقا من إيماننا العميق بأننا في كل نسخة من مرزام لا نحتفي بما تحقق فقط، بل نستثمر في القادم عبر خلق مسارات إبداعية مبتكرة.

«الأهلي» يوعّي العملاء بطرق إيقاف بطاقاتهم فوراً

يستمر البنك الأهلي الكويتي في إظهار حرصه على حماية عملائه والحفاظ على سرية بياناتهم المصرفية المسجلة لديه، ضمن دوره كداعم أساسي لحملة لنكن على دراية التوعوية المصرفية بالتعاون مع بنك الكويت المركزي واتحاد مصارف الكويت. ويواصل البنك توعية عملائه بطرق إيقاف بطاقاتهم فورا عند الاشتباه بأي عملية مشبوهة على حساباتهم، من خلال التواصل مع احد موظفيه عبر مركز خدمة العملاء أو من خلال تطبيقه على الأجهزة الذكية، أو بالاعتماد على خدمة الرد الآلي أو خدمة المحادثة.

ويأتي ذلك بجانب نشر العديد من الڤيديوهات التوعوية عبر منصات البنك الأهلي الكويتي على مواقع التواصل الاجتماعي وداخل فروعه، مع الحرص على زيادة التفاعل مع العملاء بشتى الوسائل الممكنة مما يسهم بتعزيز دوره كمؤسسة مصرفية مسؤولة ومساهمة بتحقيق الشمول المالي والمصرفي وخدمة جميع شرائح العملاء في السوق الكويتي، وهو ما يعد أحد أبرز الأهداف ضمن حملة لنكن على دراية التي تستمر للعام الخامس على التوالي. ويعمل البنك في الوقت نفسه على المشاركة في العديد من الفعاليات التي يعمل من خلالها على تقديم النصائح اللازمة للرواد والمشاركين، والتي تؤدي إلى رفع مستوى الوعي لديهم بأهمية الاعتماد على القنوات الرسمية عند إجراء أي معاملات مصرفية ومالية سواء داخل المتاجر أو عند الشراء عبر الإنترنت، مع التشديد على أهمية قراءة الرسائل الخاصة برمز OTP وعدم تعبئتها بشكل تلقائي. ويدعو البنك الجميع الى مواصلة عدم التفاعل مع أي جهات مشبوهة، لافتا إلى أنه لا يطلب أي بيانات خاصة بعملائه عبر الاتصالات الهاتفية أو من خلال الرسائل النصية القصيرة.

استعرضت خلالها مجموعة حصرية من أندر وأثمن سياراتها في عصر «جود وود»

«رولز ـ رويس» موتور كارز الكويت تطلق فعالية «كلاسيكيات المستقبل»

قدمت شركة رولز ـ رويس موتور كارز الكويت ضمن فعالية «كلاسيكيات المستقبل» مجموعة استثنائية من السيارات الباهرة التي تجسد الفخامة في أنقى صورها، وتمزج بين التصميم المتقن واللمسات الكلاسيكية التي لا يحدها الزمن.

وبهذه المناسبة، قال عباس أشمر، المدير العام لدى رولز ـ رويس موتور كارز الكويت: كانت هذه الفعالية فرصة فريدة لمشاركة ضيوفنا الكرام شغف العلامة وتحفها الفنية الخالدة، فكل طراز منها يروي فصلا من حكاية رولز ـ رويس الملهمة.

وتابع: لا تختزل هذه السيارات إرث العلامة العريق فحسب، بل تجسد أيضا مبادئ الإبداع والفن والحرفية التي تقوم عليها رولز ـ رويس، فهي انعكاس للعلاقة العميقة التي تجمع عملاءنا بالعلامة، ومصدر إلهام لأجيال قادمة من عشاق التفرد والجمال. وفي إطار فعالية «كلاسيكيات المستقبل»، ألقت شركة رولز ـ رويس موتور كارز الكويت الضوء على اثنتين من أروع أيقونات العلامة، وذلك ضمن تجربة خاصة شكلت محطة بارزة في مسيرتها العريقة. وقد أقيم المعرض وسط أجواء حصرية تنبض بالفخامة والرقي، حيث استقبل الضيوف بناء على دعوات خاصة وجهت إلى نخبة من جامعي السيارات وعشاق الطرازات الكلاسيكية والعملاء المتميزين، ليستكشفوا بعضا من أندر سيارات رولز ـ رويس في عصر جود وود.

سيارة فانتوم VII

دشنت فانتوم VII حقبة جديدة في مسيرة رولز ـ رويس، إذ كانت أول سيارة تصمم وتصنع بالكامل في مقر العلامة في جود وود. وبفضل حضورها المهيب وتناسق أبعادها الكلاسيكية، تربعت على عرش الهندسة المتقنة والتقنيات المتطورة في القرن الحادي والعشرين. جمع تصميمها الأيقوني كل السمات التي تفردت بها رولز ـ رويس: من السقف الذي يعلو ضعف ارتفاع العجلات، إلى قاعدة العجلات الطويلة وغطاء المحرك الممتد، والخط الجانبي السفلي الشهير الذي يستحضر في أناقته خطوط اليخوت الفاخرة المتسارعة على صفحة المياه. وبعد عقدين من الزمن، لاتزال فانتوم VII ابتكارا ثوريا يجمع بين التراث العريق والرؤية الحديثة.

مجموعة فانتوم متروبوليتان

تصدرت الفعالية سيارة فانتوم متروبوليتان، تلك التحفة الفنية التي أبدعها فريق بيسبوك بإصدار محدود لا يتجاوز عشرين سيارة. تتباهى السيارة بعمل خشبي دقيق يضم أكثر من 500 قشرة خشبية مختارة بعناية، ويجسد بخطوطه المدروسة أفق أشهر مدن العالم الكبرى، أما المقصورة الداخلية، فتتألق بجلد فاخر بلون Aetherius Grey الرمادي المستوحى من لوحة ألوان المدن الحديثة، بينما تنطوي على مزايا عدة تحمل بصمة فريق بيسبوك، على رأسها الإطار الدوار الذي يعرض أسماء 24 مدينة عالمية مع توقيت كل منها. وتبقى فانتوم متروبوليتان واحدة من أكثر السيارات تفردا وأناقة في التاريخ، حيث تجسد قمة الفن والحرفية التي لطالما اقترن بها اسم رولز ـ رويس. وجسدت فعالية «كلاسيكيات المستقبل» الإرث العريق الذي نسجته رولز ـ رويس موتور كارز عبر العصور، مستعرضة مهارة فريق بيسبوك الحرفية وقدراته الإبداعية التي صاغت هوية العلامة على مدى أكثر من قرن، لتؤكد بذلك التزام رولز ـ رويس المتواصل برسم ملامح مستقبل السيارات الفاخرة بأيقونات تنبض بالجرأة، التفرد، والحرفية.

مائة عام من الإبداع مع سيارات فانتوم

لم يكتف معرض «كلاسيكيات المستقبل» بالاحتفاء بأيقونات نادرة من إبداعات رولز ـ رويس المعاصرة، بل شكل أيضا منصة راقية لتكريم إحدى أهم المحطات في مسيرة العلامة، وهي مرور مائة عام على إطلاق سيارة فانتوم. ومنذ انطلاقتها عام 1925، تربعت فانتوم على عرش سيارات رولز ـ رويس، ونالت إعجاب الملوك ورجال الدولة والمبدعين والشخصيات الثقافية المرموقة حول العالم، لتغدو رمزا للفخامة المطلقة. وعلى مدى عشرة أجيال متعاقبة، حافظت فانتوم على مكانتها كأسمى تجسيد للابتكار والحضور الآسر، مرسية معايير عالية يحتذى بها في عالم السيارات الفاخرة.