الشيخة أمثال الأحمد الجابر الصباح مع يوسف الرويح وفريق بيت التمويل الكويتي

حملة علم الكويت فوق كل بيت

بالتعاون مع مركز العمل التطوعي.. لتجسيد رمزية العلم كعنوان للهوية الوطنية ومصدر للفخر والانتماء

«بيت التمويل» يطلق أكبر حملة وطنية.. بشعار «علم الكويت فوق كل بيت»

انطلاقاً من مسؤوليته الاجتماعية والوطنية، وبشراكة استراتيجية مع مركز العمل التطوعي، ممثّلا برئيسة المركز الشيخة أمثال الأحمد الجابر الصباح، أطلق بيت التمويل الكويتي أكبر حملة وطنية من نوعها تحت شعار «علم الكويت فوق كل بيت»، تهدف إلى تجسيد وإبراز رمزية علم دولة الكويت باعتباره عنوانا للهوية الوطنية ومصدرا للفخر والانتماء.

ويتم من خلال الحملة توزيع أعلام دولة الكويت لتزيين منازل المواطنين، بما يسهم بتعزيز مشاعر الفخر والانتماء والاعتزاز بالهوية الوطنية وتجسد روح الوحدة والتلاحم بين أفراد المجتمع، لاسيما في مثل هذه الأوقات التي تتطلب تكاتف الجهود وتماسك النسيج المجتمعي.

وانطلقت الحملة اعتبارا من يوم الأربعاء الموافق 15 أبريل 2026، في تمام الساعة 12 ظهرًا، حيث جرى البدء بتوزيع الأعلام عبر عدد من فروع بيت التمويل الكويتي، تشمل: الخالدية، وبيان، والقصر، والفحيحيل، إضافة إلى مجمع الخيران، وذلك في أيام مختلفة.

وتستمر الحملة خلال الفترة المقبلة، مع توزيع الأعلام يوميا في مواقع متعددة بمختلف مناطق البلاد، ضمن أكبر حملة وطنية من نوعها، بما يتيح الفرصة لأكبر شريحة ممكنة من المواطنين للمشاركة في هذه المبادرة الوطنية.

وتجسد هذه الحملة التزام بيت التمويل الكويتي بمسؤوليته الاجتماعية، وحرصه على المبادرة بتنفيذ برامج مجتمعية تسهم في خدمة الوطن وتعزيز قيم المواطنة الإيجابية، بالتعاون مع مؤسسات العمل التطوعي، وبما يعكس الدور الرائد لبيت التمويل الكويتي في دعم المجتمع، في صورة تعبر عن روح التماسك والوحدة التي يتميز بها المجتمع الكويتي.

جانب من توزيع الاعلام

توزيع العلم

توزيع الأعلام عبر عدد من فروع بيت التمويل الكويتي

«وربة» يعلن عودة سحوبات «السنبلة» بمنظومة رقابية غير مسبوقة

أعلن بنك وربة عن استئناف سحوبات «السنبلة» التي تم تأجيلها منذ الأسبوع الأخير من شهر فبراير من العام الماضي، حيث جاءت هذه الخطوة بعد فترة من العمل الدؤوب لتطوير وتعزيز أنظمة السحب بما يتماشى مع توجيهات الجهات الرقابية لضمان أعلى مستويات النزاهة والمصداقية وتعزيز ثقة العملاء بها والتأكيد على الشفافية التي يحرص عليها البنك في جميع عملياته.

وكان بنك وربة قد أطلق حملته الجديدة لحساب السنبلة لعام 2025 بتوجه مبتكر ومختلف تماما يتماشى مع الهوية الجديدة للبنك وشعاره «لنملك الغد»، وفي خطوة نوعية تعكس تطور الحساب منذ انطلاقه في عام 2016 ليصبح اليوم أحد أبرز حسابات الادخار.

وفي تصريح له، أكد مدير إدارة تطوير المنتجات وشرائح العملاء في بنك وربة مهند عيسى بورحمه، على أن مسؤولية البنك تجاه عملائه هي المحرك الأساسي لكافة قراراته، وقال: «لقد استثمرنا فترة التوقف في إجراء مراجعة شاملة ودقيقة لكافة البيانات والأنظمة الفنية، لضمان أن تتم عملية استئناف السحوبات وفق أقصى درجات الشفافية والدقة. نحن نؤمن بأن ثقة العميل هي أغلى ما نملك، ولذا لم ندخر جهدا في تبني أفضل الممارسات العالمية لضمان سلامة وصحة نظام السحب بشكل معتمد ودقيق».

مهند بورحمه

وكشف «وربة» عن آلية الرقابة الجديدة التي تعد الأقوى من نوعها، إذ قام بالتعاقد مع شركتي تدقيق عالميتين لضمان حيادية ودقة العملية، أولهما شركة «KPMG» القناعي وشركاه التي ستتولى مهمة التدقيق الشامل على البيانات وشروط وأحكام الحساب، ليس فقط من الجانب الإداري، بل من الناحية الفنية المعقدة التي تشمل البرمجيات والخوارزميات المستخدمة لضمان عشوائية ونزاهة النتائج، بينما ستتولى شركة «Grant Thornton» مهمة الإشراف على آلية السحب لضمان مطابقتها لكافة المعايير.

وتعمل هاتان الشركتان تزامنا مع ما تقوم به إدارة التدقيق الداخلي في بنك وربة لضمان أن جميع الإجراءات تتماشى بدقة مع متطلبات الجهات الرقابية، ما يعزز من مصداقية النظام ويؤكد سلامة كافة خطوات التنفيذ. وشهدت الفترة من 1 أبريل إلى 7 أبريل 2026 تكثيفا لعمليات السحب لتغطية كافة السحوبات المؤجلة لعام 2025، حيث تم الإعلان عن أكثر من 800 اسم من الفائزين. وتتنوع الجوائز لتشمل السحوبات الكبرى (Mega Draws) بقيمة تصل إلى 250 ألف دينار للفائز الأول، و50 ألفا للثاني، و25 ألفا للثالث، بالإضافة إلى جوائز السنبلة الشهرية (1,000 دينار لـ 80 فائزا شهريا) وجوائز «السنبلة للأطفال» التي تشمل مبالغ نقدية ورحلات ترفيهية متكاملة لـ «دبي باركس» أو «ياس آيلاند». جدير بالذكر أن حساب «السنبلة» القائم على مبدأ «الوكالة بالاستثمار»، يتيح للعملاء فرصة الفوز مقابل كل 10 دنانير (بناء على أدنى رصيد في الشهر)، مع اشتراط وجود 100 دينار كحد أدنى لحساب السنبلة الاستثماري و500 دينار للسحوبات الكبرى. وأتيح للعملاء متابعة عمليات السحب بشكل مباشر عبر قناة البنك الرسمية على «يوتيوب»، في خطوة تهدف لبث الأمل وتعزيز الشفافية المباشرة مع الجمهور.

ويعتمد حساب «السنبلة» على مبدأ «الوكالة بالاستثمار» المتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية، حيث يتولى بنك وربة استثمار أموال العملاء في محافظ واستثمارات مدروسة بعناية، بما يتيح تحقيق عوائد يتم توزيعها بشكل ربع سنوي.

من منطلق اهتمامها برصد الواقع الاقتصادي بالكويت، تصدر شركة «آراء للبحوث والاستشارات» مؤشراً شهرياً لثقة المستهلك بالتعاون مع «الأنباء» وبرعاية شركة «لكزس»، حيث يعتبر مؤشر «ثقة المستهلك» الوحيد الذي يقيس العوامل النفسية للمستهلك، مرتكزاً على آراء الناس وتصوراتهم عن الوضع الاقتصادي الحالي والمستقبلي، وتوقعاتهم بالنسبة لأوضاعهم المالية، وانعكاس ذلك على قدراتهم الشرائية.
ويتم إجراء البحث بآخر 5 أيام من كل شهر على عينة مؤلفة من 500 شخص ممثلة للتوزيع السكاني للمواطنين والمقيمين العرب بمختلف المحافظات عبر مقابلات هاتفية يتم انتقاؤها بشكل عشوائي، ويستند تقييم المؤشر العام لثقة المستهلك إلى 6 مؤشرات ثانوية اعتمدها الباحثون بشركة آراء، وهي: مؤشر الوضع الاقتصادي الحالي، ومؤشر الوضع الاقتصادي المتوقع مستقبلاً، ومؤشر الدخل الفردي الحالي، ومؤشر الدخل الفردي المتوقع مستقبلاً، ومؤشر فرص العمل الجديدة في سوق العمل حالياً، ومؤشر شراء المنتجات المعمرة.
وتبنى النتائج حسب إجابات أفراد العينة عن كل مؤشر من المؤشرات الستة بين «إيجابي» أو «سلبي» أو «حيادي»، وفي ضوء النتائج الشهرية لكل مؤشر تتم مقارنتها بنتائجها في شهر الأساس الموافق مارس 2007. وكلما تجاوز المؤشر 100 نقطة كان أعلى من شهر الأساس.

ضمن مؤشر «آراء» الشهري.. بالتعاون مع «الأنباء» وبرعاية «لكزس»

ثقة المستهلكين بالكويت تستقر في مارس.. رغم الحرب

أصدرت شركة آراء للبحوث والاستشارات التسويقية مؤشرها لثقة المستهلك في الكويت لشهر مارس 2026 بالتعاون مع «الأنباء» وبرعاية «لكزس»، حيث كشف المؤشر بأنه على الرغم من الحرب التي امتدت طوال شهر مارس، حافظ مؤشر آراء لثقة المستهلك على المستوى الذي سجله في نهاية شهر فبراير، مستقرا على 112 نقطة. والملاحظ أن المؤشر العام ارتفع في أول أيام الحرب التي كان متوقعا لها أن تنتهي في غضون أيام، لكن استمرارها لم يؤثر على ثقة الكويتيين بل على العكس، إذ ارتفع المؤشر لديهم نقطة واحدة فيما انخفض نقطتين لدى المقيمين العرب. كذلك، ارتفع المؤشر نقطة واحدة بين الرجال فيما انخفض نقطة واحدة بين النساء.

أما المؤشرات الثانوية المؤلفة للمؤشر العام فقد اختلفت نتائجها بين ارتفاع وانخفاض ضمن تغيرات بسيطة.

التفاصيل على موقع «الأنباء» الإلكتروني
www.alanba.com.kw

بهدف تسريع توسعها الإستراتيجي عالميا

«لايباس» تشارك في قمة «الأعمال الدولية» 2026.. بشعار «الأناقة التي تحرك العالم»

تستعد «لايباس»، العلامة الجديدة لمركبات الطاقة الجديدة التابعة لمجموعة شيري، للاستفادة من قمة الأعمال الدولية 2026 (IBS 2026)، والتي ستقام بمدينة ووهو خلال شهر أبريل الجاري، تحت شعار «الأناقة التي تحرك العالم»، وذلك بهدف تسريع توسعها الاستراتيجي عالميا، في خطوة مهمة ضمن مسيرتها نحو الانتشار الدولي.

وفي قطاع غالبا ما تقاس إنجازاته بالأرقام، تختار لايباس لغة مختلفة، ليست أعلى صوتا بل أكثر رقيا، وخلال الفترة المقبلة، ستعرض العلامة رؤيتها عبر مسار متكامل من 3 مراحل: الاستعراض، التحقق، والتكامل المشترك، لتقدم إجابة مدروسة عن سؤال أساسي: كيف تتحول الأناقة من مفهوم إلى تجربة تنقل حقيقية.

وتبدأ المرحلة الأولى خلال معرض بكين الدولي للسيارات، حيث ستكشف لايباس عن استراتيجيتها لمركبات الطاقة الجديدة، إلى جانب الإطلاق العالمي الأول لطرازي LEPAS BEV L6 و LEPAS BEV L4.

وبالاعتماد على فلسفة «جماليات الفهد» والمساحات المتقنة وتجربة القيادة الأنيقة، لا تقدم العلامة مجرد سيارات، بل فئة جديدة من مركبات الطاقة الجديدة تعكس حضورا واثقا ومتزنا منذ البداية.

ومن الكشف إلى التطبيق تستمر الرحلة، فبعد المعرض، تنطلق «الرحلة العالمية للقيادة الأنيقة» من لايباس، حيث سيتم اختبار طراز L6 عبر مسافات طويلة وفي ظروف واقعية، ليقدم كتجربة متكاملة تتجاوز الأرقام والمواصفات، وتعكس حضورا هادئا وثقة واضحة وأناقة طبيعية.

وفي الوقت نفسه، توسع «لايباس» رؤيتها لما هو أبعد من المركبة نفسها. وخلال القمة، ستعقد النسخة الأولى من مؤتمر شركاء لايباس العالمي، الذي يجمع شبكة من الموزعين والموردين وشركاء المنظومة من مختلف أنحاء العالم. كما سيتم تكريم الدفعة الأولى من شركاء نمط الحياة الأنيق عالميا، في خطوة مهمة تعكس انتقال العلامة من مجرد طرح منتجات إلى بناء منظومة متكاملة قائمة على مفهوم «النظام الأنيق».

وتدعو مجموعة البابطين، الوكيل الحصري لعلامة لايباس في الكويت، العملاء والمهتمين لاكتشاف المزيد حول العلامة وتجربتها عن قرب التواصل عبر الرقم 1804888.