استعداداً لسباق NBK Run 2026

«الوطني» ينظم فعالية رياضية خاصة في حديقة الشهيد


محمد الصراف والمدربون مع الفائزين والفائزات بجوائز التحدي


تكريم الفائز بالمركز الأول

في إطار استعداداته المبكرة لسباق NBK Run 2026، نظم بنك الكويت الوطني فعالية رياضية خاصة في حديقة الشهيد - المرحلة الثالثة، بالتعاون مع نخبة من المدربين المتخصصين في اللياقة البدنية، وذلك في إطار جهوده لتوفير تجربة متكاملة للمشاركين قبل السباق، إلى جانب نشر الوعي بأهمية النشاط الرياضي ودوره في تحسين الصحة وتعزيز أنماط الحياة الصحية.

وهدفت الفعالية إلى خلق مساحة تفاعلية تشجع الأفراد والعائلات على ممارسة الرياضة وجعل الجري جزءاً من نمط حياتهم اليومي، حيث حظي المشاركون بفرصة الاستفادة من الإرشادات والتدريبات العملية التي ساعدتهم على الاستعداد لخوض السباق وتحسين مستويات لياقتهم البدنية.

وعكست الفعالية حرص بنك الكويت الوطني على توظيف مبادراته المجتمعية لدعم الصحة والرفاهية، عبر نشر الوعي بأهمية النشاط البدني وتعزيز الممارسات الصحية اليومية، بما يسهم في الوقاية من العديد من المشكلات الصحية المرتبطة بقلة الحركة.

وحظي المشاركون بفرصة الاستفادة من خبرات مدربين متخصصين في اللياقة البدنية والجري، الذين قدموا إرشادات عملية ونصائح مهنية حول الاستعداد للسباقات وتحسين الأداء البدني، إضافة إلى تحفيز الراغبين في خوض تجربة الجري للمرة الأولى على اتخاذ خطواتهم الأولى نحو تبني هذا النشاط الرياضي، كما تضمن الحدث باقة من الأنشطة التفاعلية المصممة لتناسب مختلف الفئات العمرية ومستويات اللياقة البدنية.

وحرصاً على إثراء تجربة الحضور، قدم بنك الكويت الوطني هدايا تذكارية لجميع المشاركين، تقديراً لتفاعلهم وتشجيعاً لهم على مواصلة تبني العادات الصحية الإيجابية، وذلك في أجواء جمعت بين الرياضة والتواصل المجتمعي والاهتمام بالصحة العامة.

كما تضمن الحدث تحدياً رياضياً خاصاً أتاح للمشاركين فرصة الفوز بجوائز نقدية من بنك الكويت الوطني إضافة إلى جوائز مقدمة من نادي سبارك الرياضي و«إنترسبورت»، بما أضفى مزيداً من الحماسة والتفاعل بين الحضور، وذلك في إطار الجهود الرامية إلى تعزيز المشاركة وتشجيع الأفراد على تبني أسلوب حياة أكثر نشاطاً.

وشهدت الفعالية مشاركة فاعلة من قبل شركة علي عبدالوهاب المطوع من خلال تقديم قمصان خاصة بطباعة تذكارية من «إنترسبورت» لجميع المشاركين والحضور، إضافة إلى توزيع مشروبات صحية من «جو آند ذا جوس». كما وفرت الشركة المتحدة للمرطبات المشروبات لجميع المشاركين طوال فترة الحدث، بما أسهم في توفير تجربة متكاملة ومريحة للحضور.

وبهذه المناسبة، قال خبير - العلاقات العامة وإدارة الفعاليات في بنك الكويت الوطني محمد الصراف: «يُعد سباق NBK Run الحدث الرياضي الأبرز والأكبر من نوعه على مستوى الكويت، ويشكل منصة تجمع آلاف المشاركين سنوياً حول قيم الصحة والنشاط والحياة المتوازنة، وانطلاقاً من حرصنا على توفير أفضل تجربة للمشاركين، نظمنا اليوم هذه الفعالية لإتاحة الفرصة للاستعداد المبكر للسباق والاستفادة من توجيهات مدربين متخصصين في اللياقة البدنية والجري ضمن أجواء تفاعلية ومحفزة، بما يسهم في تطوير مستوى اللياقة البدنية للمشاركين وتشجيع المزيد من الأفراد على خوض تجربة السباق والمشاركة في نسخته المقبلة بثقة وحماس».

وأضاف الصراف: «تسهم هذه الفعالية في خلق تجربة رياضية تتجاوز الجانب البدني، من خلال إتاحة الفرصة للمشاركين للتواصل وتبادل الخبرات والاستفادة من تجارب الآخرين، بما يعزز الدافعية نحو تحقيق الأهداف الرياضية الشخصية، كما أن هذه اللقاءات تخلق أجواء من التفاعل الإيجابي والتشجيع المتبادل، وهو ما يضفي قيمة إضافية على تجربة المشاركين ويجعلها أكثر تأثيراً واستدامة».

وأكد الصراف أن الوطني سيواصل الاستثمار في المبادرات المجتمعية التي تترك أثراً إيجابياً ومستداماً، لاسيما تلك المرتبطة بالصحة والرفاهية، مشيراً إلى أن الرياضة تمثل إحدى الركائز الأساسية لبناء مجتمع أكثر صحة وحيوية، وهو ما يدفع البنك إلى مواصلة دعم البرامج والفعاليات التي تشجع على النشاط البدني بين مختلف الفئات العمرية، بما ينعكس إيجاباً على جودة الحياة ويعزز التماسك والتفاعل المجتمعي.

ويُقام سباق NBK Run بدعم من الشركاء الاستراتيجيين، وهم: نيسان البابطين، وأوريدو، وعلي عبد الوهاب المطوع، وإيكويت، وسبارك، وشيبس، والشركة المتحدة للمرطبات، الأمر الذي يساهم في تعزيز نجاح الفعالية وترسيخ أهدافها الرامية إلى تشجيع أفراد المجتمع على ممارسة الرياضة وتبني أنماط حياة صحية ومستدامة.

«أبيات» تدشن حضورها في قطر من بوابة «ابنِ بيتك 2026»


جناح «أبيات» في المعرض

دشنت «أبيات»، المجموعة الخليجية المتخصصة في تجهيز المنازل وتأثيثها، حضورها في السوق القطرية من خلال مشاركتها في معرض «ابنِ بيتك قطر 2026» بصفتها الشريك الرسمي للمنازل، وذلك في أول مشاركة لها في قطر، تمهيداً للافتتاح المرتقب لمتجرها الرئيسي في «مول قطر».

وشهد افتتاح جناح «أبيات» حضور رئيس مجلس إدارة الشركة ياسر حسن أبل، الذي أكد أهمية السوق القطرية ضمن خطط الشركة للتوسع في دول مجلس التعاون الخليجي، وتقديم تجربة متكاملة في تجهيز المنازل تجمع بين تنوع المنتجات وجودتها والخدمات التي تلبي احتياجات الأسر وتطلعاتها.

وقال أبل: «تمثل السوق القطرية سوقاً واعدة، ونرى فيها فرصة لتقديم تجربة مختلفة في عالم تجهيز المنازل وتأثيثها، ترتكز على فهم احتياجات الأسرة القطرية وتطلعاتها، وتوفير خيارات متنوعة تجمع بين الجودة والتصميم والقيمة.

ويأتي دخول أبيات إلى قطر انطلاقاً من حرصنا على المنافسة وصناعة الفارق، من خلال تقديم منتجات نوعية ومميزة، وخدمات متكاملة تمنح العملاء تجربة أكثر سهولة ومرونة في اختيار احتياجات منازلهم، بدءاً من التشطيبات وصولاً إلى التأثيث واللمسات النهائية، بما يساعدهم على تحقيق تصوراتهم لمنازلهم».

وتابع: «يمثل توسعنا في قطر خطوة جديدة ضمن استراتيجية أبيات لمواصلة النمو في أسواق دول مجلس التعاون الخليجي، والبناء على خبراتنا في الكويت والسعودية، وتقديم تجربة متكاملة تعكس فهمنا لأسلوب حياة الأسر الخليجية وخصوصية احتياجاتها».

وختم أبل: «نطمح إلى أن تكون أبيات الوجهة المفضلة للعائلات في قطر لتجهيز منازلها وتأثيثها، من خلال توفير كل ما تحتاج إليه تحت سقف واحد، وتقديم تجربة تجمع بين تنوع الخيارات وجودة المنتجات والخدمات، بما يساعد عملاءنا على تحويل أفكارهم إلى منازل تعبّر عن تطلعاتهم وتلبي احتياجاتهم».

من جانبه، قال الرئيس التنفيذي لـ«أبيات» محمد خالد أبل: «تمثل قطر فصلاً جديداً في مسيرة أبيات، إذ ننقل رؤيتنا الهادفة إلى إعادة تعريف تجربة المنزل إلى أحد الأسواق الخليجية الحيوية، وعلى مدى أكثر من 20 عاماً، جمعنا بين الخبرات التصنيعية والابتكار في المنتجات والفهم العميق لأنماط حياة الأسر الخليجية، لتوفير وجهة متكاملة تجمع مختلف احتياجات المنزل تحت سقف واحد».

وأضاف: «تمثل مشاركتنا في معرض ابنِ بيتك فرصة لتعريف أصحاب المنازل في قطر بتجربة أبيات قبل افتتاح متجرنا الرئيسي، من خلال توفير خيارات تجمع بين التصميم والجودة والقيمة، ونتطلع إلى بناء حضور مستدام في السوق القطرية، وأن تصبح أبيات بيت كل بيت في قطر».

وتترجم «أبيات» هذه الرؤية من خلال جناحها في المعرض، الذي صُمم بأسلوب مستوحى من المتاحف، ليأخذ الزوار في رحلة متكاملة بين مختلف فئات منتجات تجهيز المنازل، بدءاً من الأبواب والنوافذ والبلاط، مروراً بالمطابخ والحمامات والإضاءة والتشطيبات النهائية، وصولاً إلى خيارات التأثيث والإكسسوارات، بما يتيح لهم استكشاف أفكار وحلول متنوعة تساعدهم على تصميم منازلهم وتجهيزها.

حرصاً منه على التواصل مع الشباب ودعم قطاع التعليم في الكويت

«برقان» يشارك في أسبوع الترحيب بالطلبة في AUK وAU


فريق بنك برقان في الجامعة الأمريكية في الكويت


فريق البنك في الجامعة الأسترالية

شارك بنك برقان في فعاليات أسبوع الترحيب بالطلبة في كل من الجامعة الأمريكية في الكويت AUK والجامعة الأسترالية AU، بالتزامن مع انطلاق العام الدراسي الجديد. وتعكس هذه المشاركة التزام البنك المستمر بدعم الشباب الكويتي وقطاع التعليم، إلى جانب تعزيز تواصله مع طلبة الجامعات.

وشهد أسبوع الترحيب في الجامعتين تفاعلاً لافتاً من الطلبة، حيث حرص ممثلو بنك برقان على استقبالهم ومشاركتهم عدة أنشطة شملت تقديم قهوة مجانية من «كاريبو كوفي»، والاطمئنان على صحتهم بالتعاون مع مستشفى الكويت، من خلال إجراء فحوصات وتقديم إرشادات صحية. وهدفت هذه الفعاليات إلى توفير أجواء ترحيبية مميزة للطلبة، وتشجيعهم على بدء العام الدراسي الجديد بروح إيجابية وصحة وعافية.

وخلال الفعاليات، تواصل ممثّلو بنك برقان مباشرة مع الطلبة لتعريفهم بالحلول المصرفية والرقمية المبتكرة التي تلبّي احتياجاتهم، وفي مقدّمتها حساب Youth للشباب المصمم خصيصاً لمواكبة أسلوب حياتهم، حيث يوفر لهم تجربة مصرفية مرنة وسهلة تساعدهم على إدارة مصاريفهم اليومية، ويعزز وعيهم المالي في مرحلة مبكرة، ويدعم استقلاليتهم المالية ويواكب تطلعاتهم المستقبلية.

وبهذه المناسبة، قالت حصة حسين النجادة، مدير أول – العلاقات الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية في بنك برقان: «تعكس مشاركتنا في فعاليات أسبوع الترحيب حرصنا على التواجد بالقرب من الطلبة والتفاعل معهم مباشرة في بداية العام الأكاديمي. كما نعتز بشراكاتنا طويلة الأمد مع الجامعة الأمريكية في الكويت والجامعة الأسترالية، بما يؤكد اهتمام بنك برقان المستمر بقطاع التعليم وتوطيد علاقته مع فئة الشباب. وفي الوقت ذاته، يجسد التعاون الذي يجمع بنك برقان والجامعة الأمريكية في الكويت نموذجاً حقيقياً للتكامل بين مؤسسات تندرج تحت مظلة شركة مشاريع الكويت القابضة (كيبكو)، من خلال توظيف خبراتها وإمكاناتها في مجالات مختلفة لخدمة الطلبة والمجتمع».

وأضافت النجادة: «نؤمن بأن التواصل مع الشباب والاستماع إلى تطلعاتهم يشكلان جزءاً مهماً من نهجنا في تصميم المبادرات والمنتجات التي تواكب تطلعاتهم. ومن خلال حساب Youth ودعمنا المتواصل لحملة «لنكن على دراية»، نسعى إلى تزويد عملائنا الشباب بحلول مصرفية تلائم احتياجاتهم، بالتوازي مع تعزيز وعيهم المالي منذ سن مبكرة. ويأتي ذلك ضمن برنامج البنك الشامل للمسؤولية الاجتماعية والتزامه بمعايير الحوكمة البيئية والاجتماعية والمؤسسية ESG، وبما ينسجم مع أهداف رؤية الكويت 2035 في الاستثمار بجيل الشباب ودعم التنمية المستدامة».

وفي إطار أنشطته المصاحبة للعودة إلى المدارس، نظّم بنك برقان فعالية عائلية في SKY ZONE في العاصمة مول، جمعت العائلات قبيل انطلاق العام الدراسي الجديد ضمن أجواء ترفيهية تضمنت أنشطة تفاعلية ومسابقات وجوائز نقدية. كما أطلق البنك حملة «مكافآت برقان» الخاصة بموسم العودة إلى المدارس، والتي أتاحت للعملاء المؤهلين الحصول على 5 أضعاف نقاط المكافآت عند استخدام بطاقاتهم الائتمانية المؤهلة لشراء المستلزمات المدرسية والملابس والإلكترونيات لدى المتاجر المشاركة.

وسيواصل بنك برقان دعمه للشباب وقطاع التعليم من خلال شراكاته مع المؤسسات الأكاديمية وبرامجه المتنوعة في مجالات التعليم وتنمية المهارات والوعي المالي، بما يعكس دوره كشريك فاعل في دعم الأجيال الشابة والمساهمة في تطوير قدراتها، تحت مظلة شعاره «أنت دافعنا».

ضمن حملتها للتوعية بسرطان الثدي

«الكويت للتأمين» تزور مرضى مستشفى مكي جمعة



جانب من الزيارة

نظّمت شركة الكويت للتأمين حملتها السنوية للتوعية بسرطان الثدي تحت شعار «الكشف المبكر أمان»، تزامناً مع الشهر العالمي للتوعية بسرطان الثدي، بهدف تسليط الضوء على أهمية الكشف المبكر والفحوصات الدورية وسبل الوقاية.

وضمن الحملة، نظّمت الشركة زيارة إنسانية إلى مستشفى مكي جمعة، وزّعت خلالها هدايا رمزية على المرضى بالتعاون مع بيت الصابون اللبناني، الذي قدّم صابوناً مصنوعاً من زيت الزيتون الطبيعي، بهدف إدخال البهجة إلى نفوس المرضى ورفع معنوياتهم خلال رحلة العلاج. وجاءت الزيارة بالتنسيق مع إدارة المستشفى، التي ساهمت في تنظيمها وتسهيل إجراءاتها.

وفي هذا السياق، قالت فجر الصايغ، مديرة التواصل المؤسسي في شركة الكويت للتأمين: «نؤمن بأن مسؤوليتنا تجاه المجتمع تتجاوز تقديم الخدمات التأمينية لتشمل المبادرات الإنسانية التي تترك أثراً إيجابياً في حياة الأفراد. ونحرص من خلال هذه الحملة على مساندة مرضى السرطان معنوياً، إيماناً بأهمية الدعم النفسي خلال رحلة العلاج».

وأضافت: «أن التوعية بسرطان الثدي تشمل تعزيز ثقافة الكشف المبكر وتشجيع النساء على إجراء الفحوصات الدورية، بما يسهم في اكتشاف المرض في مراحله الأولى ويدعم فرص العلاج».

كما نظّمت الشركة فعالية توعوية لموظفاتها في مقرها الرئيسي، تضمنت ارتداء اللون الوردي وتوزيع الحلوى والبروشات والبروشورات التثقيفية حول أعراض سرطان الثدي وطرق الوقاية وأهمية الفحص المبكر.

وفي إطار التوعية الرقمية، أطلقت إدارة التواصل المؤسسي خلال شهر أكتوبر الوردي سلسلة من الفيديوهات التوعوية عبر قنوات الشركة على وسائل التواصل الاجتماعي، بالتعاون مع مستشفى المواساة الجديد، الذي وفّر أطباء متخصصين للمشاركة في إعداد وتصوير هذه الفيديوهات التي تناولت أبرز الأسئلة الشائعة حول سرطان الثدي.