الأنباء
الخميس 9 مارس 2017

«فان كليف آند آربلز» تطرح ساعات «لايدي آربلز باليرين آنشانتيه دوريان» الحصرية

تصاميم تحمل سمات الأناقة والأنوثة وتتميز بمجموعة من الألوان الزاهية

تكشف دار فان كليف آند آربلز عن تصميم خاص وحصري للشرق الاوسط، وذلك في اطار شراكتها الوثيقة مع دار دبي للاوبرا الا وهي ساعة «لايدي آربلز باليرين آنشانتيه دوريان».

وتعيد دار فان كليف آند آربلز تفسير ساعة «لايدي آربلز باليرين آنشانتيه» الأيقونة من مجموعة بوتيك كومبليكايشنز، غير انها ظلت مخلصة لتصميمها محافظة على سمات الأناقة والأنوثة بينما تضفي ألوانا زاهية الى مجموعة الساعات.

وتتبع الساعة خطى راقصات الباليه والحوريات التي تبتكرها دار فان كليف آند آربلز منذ أربعينيات القرن الماضي وتحمل طابعها التقليدي المتمثل بحركة انسيابية ملؤها الخفة والرشاقة والمستوحاة من اقوال راقصة الباليه المشهورة، آنا بافلوفا، «كنت أحلم بأنني راقصة باليه، وكنت أقضي طيلة حياتي أرقص بخفية تماما كخفية الفراشة»، اذ تضفي الساعة رقصة بهيجة الى الرسغ وتملأ جميع الايام بساعات براقة.

«فان كليف آند آربلز» وعالم الرقص

صممت الدار اول مشابك الباليرينا (راقصات الباليه) في اربعينيات القرن الماضي في نيويورك بطلب من لويس آربلز الذي كان يعشق فنون الباليه والأوبرا، لتصبح هذه الابتكارات مسعى هواة جمع التحف والمجوهرات الراقية وأبرز أركان تصاميم فان كليف آند آربلز، بعد فترة وجيزة تم تعزيز هذه الروابط مع عالم الرقص جراء لقاء حاسم، حيث التقى كلود آربلز عام 1939 في نيويورك، حيث كان يقطن وهو ابن شقيق لويس آربلز بجورج بالانشين، مصمم الرقص العالمي وأحد مؤسسي فرقة نيويورك سيتي باليه، ودعاه الى البوتيك في الجادة الخامسة، فأدى شغفهما المشترك للأحجار الكريمة الى ولادة باليه «جويلز» (مجوهرات) لبالانشين والمستوحى من أحجار الزمرد والياقوت والماس الذي عرض للمرة الاولى في ابريل 1967 في نيويورك.

أما اليوم فتستمر هذه الشراكة في اطار التعاون مع بينجامين ميلبييه، النجم السابق لنيو يورك سيتي باليه ومؤسس «ال اي دانس بروجكت» في 2012.

من جهة اخرى، تسعى الدار الى تعزيز علاقتها الوثيقة بالرقص والإبداع مثل رعاية اوبرا باريس الوطنية، وجائزة «فيدورا - فان كليف اند اربلز» للباليه، لذا فإن هذه العلامة المميزة بين الدار ودار دبي للاوبرا تضيف فصلا جديدا آسرا لهذه الرواية.

خبرة مميزة

يعكس ميناء مطلي بمادة المينا الأخضر اللون والشبه الشفاف رؤية طموحة فهو لون تعتز به المنطقة، وهيكل الساعة مصنوع من الذهب الأصفر ومرصع بالمناسبات، اما راقصة الباليه المصممة بتقنية المينا المطلي على قاعدة مجوفة (شانلفيه ايناميل) فتتحول الى فراشة لتشير الى الوقت بمجرد لمسة على جبهة الهيكل. فإن تنورة الرقص، المبتكرة والمصنوعة من الذهب المنحوت، تبرز اولا من جهة اليسار لراقصة الباليه لتأخذ شكل جناح فراشة يشير الى الساعات، وتتحول ايضا من جهة اليمين لتأخذ شكل جناح فراشة يشير الى الدقائق، واذ تنحدر الأجنحة لتغدو تنورة الرقص بفضل الحركة الارتجاعية المزدوجة، وهي توقيع فان كليف آند آربلز وتشير راقصة الباليه بكل أناقة الى الوقت عند الطلب وبعد الضغط على زر من خلال حركات الحجاب السلسة.

هيكل الساعة

هيكل الساعة مصنوع من الذهب الاصفر والماسات قطره 40ملم، الاطار من ماسات، تاج الساعة من الذهب الاصفر ومرصع بماسة واحدة، الوجه الخلفي: نقش على الذهب من رسمة راقصة الباليه رقم «../22»، ميناء الساعة: المينا الاخضر اللون والشبه الشفاف المطلي على قاعدة مجوفة (شامبلوفي إينامل، منحوتة من الذهب، حركة ميكانيكية ذات تعبئة أوتوماتيكية، مجهزة بعرض للوقت بحركة ارتجاعية عند الطلب صنعت حصريا لدار فان كليف آند آربلز ماسات قطع دائري وإجاصية الشكل وبلون DEF ودرجة نقاء WS، السوار من جلد التمساح باللون الأخضر اللامع مع مشبك من الذهب الأصفر المرصع بماسات مستديرة، الساعة مقاومة للماء 3ATM، اصدار مرقم، محدود الكمية، 22 قطعة.

مجموعات متناغمة

تجسد هذه الساعة الرمزية إبداعات المجوهرات في مزيج من الأناقة مع الذهب الأصفر، الملاكيت، والماسات اذ انها تناسب جميع المناسبات، فتضمن الخطوط النقية من هذا الابتكار الجديد وجود تطابق كامل مع مجموعة الامبرا، ومجموعة بيرليه والفراشتين فلاينغ بيوتيز. وتنسجم ألوان الذهب الاصفر، والملاكيت والتسافوريت تماما كالقصيدة لترسم لوحة بكل ما فيها من الأنوثة، وهي متوافرة في جميع المتاجر ابتداء من 22 يناير الماضي في: دبي مول، مول الإمارات، غاليريا مول.

«الدولي» يرعى الحملة التوعوية «صحة فمي.. صح»

ممثلو بنك الكويت الدولي يتوسطون مجموعة من طلبة المدارس ضمن الحملة التوعوية

ناجيا: البنك يؤمن بأهمية نشر الوعي الصحي في المجتمع وخصوصاً بين الأطفال

«الدولي» من أشد الداعمين لبرنامج الأحمدي المدرسي لصحة الفم والأسنان منذ سنوات

في إطار جهوده المتواصلة لنشر التوعية الصحية بين جميع شرائح المجتمع، شارك بنك الكويت الدولي مؤخرا في الحملة التوعوية الخامسة «صحة فمي... صح»، وذلك في سياق رعايته لفعاليات برنامج الأحمدي المدرسي لصحة الفم والأسنان الذي ينظمه برنامج الأحمدي المدرسي لصحة الفم والأسنان.

وقد تضمنت رعاية الدولي للبرنامج والحملة تنظيم زيارات ميدانية لمجموعة من المدارس الحكومية في منطقة الأحمدي بهدف توعية وتثقيف الطلبة بأهمية العناية بصحة الفم والأسنان.

وبهذه المناسبة، قال مدير وحدة الاتصال المؤسسي في البنك، نواف ناجيا: نحن في «الدولي» نؤمن بشدة بأهمية نشر الوعي الصحي في المجتمع، وخصوصا بين الأطفال، ومن هذا المنطلق، يكثف البنك سعيه الدائم لدعم ورعاية مجموعة واسعة من المبادرات والأنشطة الصحية الهادفة إلى تثقيف الأطفال بالمواضيع الصحية المهمة، وعلى رأسها صحة الفم والأسنان. وأشار ناجيا إلى أن الدولي من أشد الداعمين لبرنامج الأحمدي المدرسي لصحة الفم والأسنان منذ عدة سنوات، مؤكدا مدى إيمان البنك بأهداف هذا البرنامج التثقيفي والتوعوي، مشيدا بجهود إدارة طب الأسنان بالتعاون مع المنطقة التعليمية الرامية إلى توعية الأطفال بكيفية العناية بالأسنان في سن مبكرة، إلى جانب تثقيفهم بأهمية صحة الأسنان وأساسيات نظافة الفم.

وبنك الكويت الدولي، يعمل وفق أحكام الشريعة الإسلامية ومقره الكويت، تأسس الدولي عام 1973 حيث عرف في البداية باسم البنك العقاري الكويتي، ومن ثم تحول إلى بنك إسلامي عام 2007. واليوم، يمارس الدولي عملياته من خلال شبكة فروع تتألف من 28 فرعا منتشرا في جميع أرجاء الكويت، كما يقدم مجموعة متنوعة وشاملة من المنتجات والخدمات والحلول المصرفية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية، وانسجاما مع رؤية ورسالة البنك، يمتلك الدولي برنامجا رائدا في مجال المسؤولية الاجتماعية يهدف إلى دعم جميع أفراد المجتمع الكويتي من خلال عدد كبير من المبادرات والنشاطات.

في عام 2015، أطلق الدولي خطة استراتيجية شاملة تهدف إلى تحسين مستوى أداء البنك، بالإضافة إلى تعزيز وتطوير المنتجات والخدمات التي يقدمها، وتركز استراتيجية الدولي على وضع البنك في مقدمة القطاع المصرفي في الكويت مع ترسيخ خطواته في سعيه ليصبح البنك الإسلامي المفضل في السوق الكويتي.

بالتعاون مع جهات حكومية وخاصة لخدمة الأم والأسرة والطفل في "الأڤنيوز"

«إكسبو ـ تاج» تطلق «مهرجان الأم» الخامس اليوم

دالیا وفائي

علا بعدراني

إسلام مشالي

أعلنت المدير التنفيذي لشركة «إكسبو ـ تاج» لتنظيم المعارض والمؤتمرات داليا وفائي، إطلاق فعاليات «مهرجان الأم» الخامس خلال الفترة من 9 ـ 11 مارس الجاري بمجمع الأڤنيوز، بحضور السفير الهولندي بالكويت فرانس بوتويت وأيضا بالتعاون مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في الكويت، والإدارة العامة للعلاقات والاعلام الأمني بوزارة الداخلية، وإدارة التغذية والاطعام لتوعية المجتمع بوزارة الصحة، وإدارة التنمية الاسرية بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، ومشروع غراس التوعوي الوطني للوقاية من المخدرات، وحضور نماذج نسائية مشرقة وناجحة من ذوي الاحتياجات الخاصة بالمجتمع الكويتي، وبمشاركة واسعة من العديد من الجهات المختصة، في المجالات الطبية والتعليمية وغيرها، وتشمل شركات الغذاء والتغذية الصحية والتخسيس، ومراكز تجميل ومراكز علاج طاقة الجسم، ومستشفيات، ونوادي صحية، وشركات منتجات العناية بالمرأة والحمل والولادة، ومعالجات للبشرة ومنتجات الأطفال وغيرها.

وقالت وفائي، في تصريح صحافي بهذه المناسبة إن المهرجان سيتيح للجمهور التعرف على أحدث المنتجات الخاصة بالأم والطفل والتمتع بالهدايا والمفاجآت التي يقدمها الرعاة والمشاركون في المهرجان من خصومات وكوبونات وهدايا للأطفال، مشيرة إلى أن المهرجان يعد احتفالية لكل أفراد الأسرة بما يتضمنه من فعاليات وأنشطة متنوعة.

وفائي: المهرجان يعد احتفالية لكل أفراد الأسرة بما يتضمنه من فعاليات وأنشطة متنوعة

بعدراني: توزيع هدايا قيمة للأمهات

وتوجهت وفائي بالشكر الجزيل إلى جميع الرعاة والمشاركين، في هذا الحدث السنوي من القطاعين العام والخاص، وإلى مختلف وسائل الإعلام المحلية على اهتمامها وحرصها على رعاية هذا الحدث إعلاميا بشكل سنوي لتقديم كل جديد وكل وما يسعد الأم والمرأة في عيدها.

من جهتها، أعلنت شركة نوفلاك المتخصصة بمنتجات الأطفال ومستلزماتهم، رعايتها البلاتينية للمهرجان، مشيرة إلى أنها ستطرح خلال هذا الحدث، حليب الأطفال «plus 3 Novalac genio» الخاص بنمو الأطفال من عمر ثلاث سنوات فما فوق.

وأشارت الشركة إلى أهمية أن يبدأ الطفل من عمر 3 سنوات بتناول الأطعمة كسائر أفراد الأسرة بالإضافة إلى حاجته الى بعض العناصر الغذائية مثل الأحماض الدهنية الأساسية أوميغا 3& وهي من أهم العناصر لنمو المخ، فضلا عن الڤيتامينات الضرورية وخاصة ڤيتامين (د) الذي تكمن أهميته في بناء العظام والمعادن الحيوية كالحديد وذلك لتعزيز التطور والحماية من الاصابة بفقر الدم. بدورها، قالت مديرة التسويق التنفيذي في شركة MTC Hygiene علا بعدراني إن الشركة تهدف من خلال رعايتها الذهبية للمهرجان الى التواصل مع عملائها والرد على استفساراتهم بطريقة مباشرة وتعريفهم بما هو جديد لديها وتقديم النصائح لهم بما يخص الأم والطفل. وأوضحت بعدراني أن الشركة أعدت هدية قيمة تقدم للأم في شهر الأم كرسالة امتنان وتقدير من المجموعة لجهودها في المقام الأول ولدعمها لمنتجاتها في المقام الثاني، مشيرة إلى حرص الشركة على البحث عن أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا العالمية في صناعة منتجات الأم والطفل، لتقديم أفضل ما يمكنها لعملائها وتقديم أعلى مستويات الراحة لهم ومساعدتهم في احتياجاتهم اليومية.