خلال افتتاح النسخة الرابعة «الأكبر على الاطلاق » للمعرض

الحميضي: «مرزام» يتوسع إقليمياً بنسخ خليجية تعكس فكرته ورسالته

نواصل تعزيز مبدأ الاستدامة بما يتوافق مع تحقيق رؤية كويت جديدة 2035

منصة وطنية تجارية فعالة للتعاون وتبادل الخبرات للنهوض بالذوق العام في مجالات الديكور والتصميم الداخلي

المهندسة فرح الحميضي

جانب من فعاليات المعرض

لقطة جماعية من المعرض

كشفت منظمة ومؤسسة معرض مرزام أكبر منصة للديكور والتصميم الداخلي في الكويت المهندسة فرح الحميضي عن اعتماد خطة مستقبلية للخمس سنوات القادمة تستهدف دعم توسع " مرزام" إقليميا من خلال تدشين نسخ خليجية تعكس فكرته ورسالته، بالتوازي مع تعزيز التوسع في النسخة المحلية الأصلية لمرزام الكويت عبر تخصيص مساحات للمشاركين والشركات من خارج الكويت، مشيرة الى أن الاستدامة كانت ولازلت أحد الركائز الأساسية في منظومة العمل الخاصة بمعرض مرزام منذ انطلاق نسخته الأولى عام 2019، ولافتة الى أن التطور الكبير الذي تميزت به النسخ اللاحقة لمرزام في النسختين الثانية والثالثة ووصولا الى النسخة الرابعة الحالية يعكس تعزيزه لمبدأ الاستدامة وهو ما يتوافق مع تحقيق رؤية كويت جديدة 2035.

وأردفت الحميضي في تصريح صحافي على هامش افتتاح النسخة الرابعة الأكبر على الاطلاق لمعرض مرزام (مرزام 2023) في أرض المعارض بمشرف أمس والتي تستمر حتى 16 من شهر ديسمبر الجاري، يشكل معرض مرزام 4 منصة وطنية تجارية فعالة للتعاون والتواصل التجاري وتبادل الخبرات وتنمية الثقافة المجتمعية والنهوض بالذوق العام في المجالات المختلفة للديكور والتصميم الداخلي حيث يضم المعرض أكثر من230 شركة من أبرز الأسماء المحلية والعلامات التجارية العالمية تشارك بأكثر من 300 جناح مميز يغطي أكثر من 30 فئة في عالم التصميم الداخلي والديكور، على مساحة تتجاوز 25 الف متر مربع لتمكين المشاركين من عرض منتجاتهم وافكارهم وأحدث المستجدات والموضة في الاثاث والديكورات على الزوار ومعرفة متطلبات السوق الحالية مواكبتها وتلبيه رغبات العملاء بغية الوصول لفهم أعمق لمتطلبات وتطلعات السوق الكويتي المدعوم بشغف الكويتيين بالديكورات والتصميمات الداخلية.

وأشارت الحميضي الى أن المعرض سيسهل على الزوار العثور على كل ما يحتاجونه تحت سقف واحد من تشطيبات داخلية وخارجية إلى الأثاث والإكسسوارات والمطابخ وجميع احتياجات المنزل، ولافتة الى أن هدف مرزام الأساسي منذ انطلاقه هو تحويل عملية تشطيب وتأثيث البيوت والمساحات من تحد متعب إلى تجربة ممتعة عن طريق جمع المحترفين.

وأوضحت الحميضي أن مرزام 2023 سيتيح لزواره فرصة الفوز بجوائز قيمة عند التسوق داخله بحد أدنى 10 دنانير، بما في ذلك الجائزة الكبرى التي تقدم سنويا وهي سيارة فولفو، بالإضافة إلى جوائز نقدية بقيمة 10 الاف دينار كويتي وأكثر من 10 جوائز قيمة مقدمة من الرعاة، مبينة أن الشركات المشاركة ستقدم عروضا حصرية للزوار خلال مدة مشاركتها في المعرض.

واختتمت الحميضي بتوجيه الشكر للرعاة والمشاركين وعلى رأسهم الرعاة البلاتينين للسنة الرابعة على التوالي شركة زين – رائدة خدمات الاتصالات في الشرق الأوسط ، وشركة الوزان المتحدة التجارية صناع التجربة الفريدة والجودة العالية في مجال المطابخ والأبواب وخزائن الملابس وخزنات المجوهرات، بالإضافة الى معدات المطاعم والمقاهي، كما انضمت تكنو جيم العلامة التجارية العالمية الرائدة في مجال توريد معدات اللياقة البدنية للصالات الرياضية التجارية والمنازل كراع بلاتيني لمعرض مرازام، فيما رحب مرزام بعودة بنك بوبيان كراع مصرفي حصري للمعرض للعام الثاني على التوالي والذي تميزت مشاركته العام الماضي بتقديم حزمة من الخدمات التمويلية لجميع احتياجات ملاك المنازل، بالإضافة الى الراعي الاستراتيجي للمعرض سيارات فولفو والرعاة الذهبيين شركة أحواض الوسيط، لابونتا للمطابخ والخزائن من شركة ميداس وشركة فرح هوم بالإضافة الى الراعي الإعلامي للمعرض مجموعة الرأي الإعلامية .

مرزام 4 في سطور

وفي اطار العمل على اثراء تجربة المشاركين في مرزام وتشجيعهم على الابتكار ينظم القائمون على معرض مرزام الرابع مسابقة أفضل جناح في المعرض، حيث سيتنافس المشاركون لعرض إبداعاتهم بشكل استثنائي للفوز بجوائز مميزة. وهذا العام سيكون هناك ثلاثة رابحين بعد التوسع في المسابقة بسبب زيادة المشاركين لتشمل ثلاثة فئات وهي أكثر جناح جمالي، أكثر تصميم إبداعي، وأكثر جناح مستدام. وسيقوم الجمهور بالتصويت للأفضل في كل فئة بعد اختيار لجنة الحكام لعدة مرشحين – وسيتم الإعلان عن الرابح في الحفل الختامي للمعرض يوم 16 ديسمبر

تعزيزا لاستمتاع الزوار من كل أفراد الاسرة بمعرض مرزام وخصوصا المرأة، خصص مرزام 4 مساحة خاصة للأطفال في المعرض تحتوي أنشطة تعليمية وترفيهية، بالإضافة إلى منطقة خاصة للأمهات المرضعات، حيث لاحظ فريق مرزام أن الزوار يقضون ساعات طويلة في المعرض ويكررون زيارتهم لعدة أيام، ولهذا يوفر المعرض مناطق للمطاعم والمقاهي لتوفير خيارات لاستراحة للزوار، مبينة تخصيص أجنحة للجامعات التي تدرس التصميم الداخلي والعمارة في الكويت لعرض مناهجها وأعمال طلابها.

تميز معرض مرزام 2023 بالتعاون مع النسخة الثانية لمسابقة قتيبة الغانم للتصميم المدعومة من صناعات الغانم وصفاة هوم والتي تركز على مهارات وابداعات المصممين الشباب في الخليج ، حيث سيتضمن مرزام 4 ركن خاص لعرض التصاميم المرشحة وسيسمح لكل منهم شرح فكرة تصميمه للجمهور، وبعد انتهاء مرزام سيتم اختيار افضل تصميم و ستتولى صفاة الغانم تصنيع المنتج الفائز وعرضه بكافة أفرعها على مستوى الكويت.

خصص مرزام 4 حساب خاص لجمع التبرعات من الجمهور لحملة أغيثوا فلسطين التي ينظمها الهلال الأحمر الكويتي لدعم الصمود الفلسطيني في غزة.

يعزز مرزام الجانب التثقيفي والتعليمي للجمهور من خلال التعاون المثمر مع "دورات" المسؤول بالكامل عن إدارة المنصة التفاعلية مع الجمهور داخل معرض مرزام 4، والتي ستقدم محاضرات مجانية للجمهور الزائر بالإضافة الى محادثات مباشرة مع نخبة من المتخصصين في التصميم الداخلي.

حضور كويتي قوي ضمن الفائزين بجوائز أفضل العلامات التجارية في العالم

شهدت النسخة الخامسة عشرة من جوائز تكوين العلامة التجارية العالمية "وورلد براندينج أواردز" حصول 3500 علامة تجارية من أكثر من 45 بلداً على لقب "أفضل علامة تجارية للعام"، أُعلن من بينها عن أقل من 250 فائزاً. وقد ضمّ حفل توزيع الجوائز، الذي أقيم في مقر الجوائز في قصر كنسينجتون، بأكثر من 100 ضيف من جميع أنحاء العالم حضروا للاحتفاء بالنجاحات والإنجازات التي حققتها بعض أفضل العلامات التجارية في العالم.

وضمّت قائمة العلامات التجارية الفائزة على الصعيد العالمي كلاً من "لوربك" و"كلوب ميد" و"ياكولت" و"سبوتيفاي" و"كوكو" و"إيكيا" و"أمازون" و"نتفليكس" و"نيتروجينا" و"ليغو" و"كادبوري" و"جوني ووكر" و"فيراري" و"هينيسي"، تمّ الإعلان عن فوزها خلال حفل توزيع الجوائز المرموق. كما تضمّنت قائمة الفائزين من الكويت كلاً من شركة "جي آي جي" و"مباني" و"ذا أفينيوز" و"أكوا جولف" و"كيو8". في حين شملت قائمة الفائزين على المستوى الوطني كلاً من "النهدي" (المملكة العربية السعودية)، و"لولو" للصرافة (الإمارات العربية المتحدة)، و"هارييو" (ألمانيا)، و"تويوتا" (إندونيسيا)، و"سبرايت" (كينيا)، و"آكس براند" (سنغافورة)، و"سباركو" (إيطاليا)، و"جاست إيت" (المملكة المتحدة) على سبيل المثال لا الحصر.

وتمّ اختيار سبع عشرة علامة تجارية فحسب للحصول على جائزة أفضل علامة تجارية على الصعيد الإقليمي لهذا العام، وهي: "بوش" و"ميديا ماركت" و"سينهايزر" و"ساوند كلاود" ومطاعم "الأبراج" و"هواوي" و"كارفور" و"أوبتيكال 88" و" مستر دي آي واي" و"إلكيوب" و"أرامكس" و"برد توك" و"ناتورجي" و"إتش أند أم" و"وارس بامب" و"جيمز بافيليان" و"سي بي آر إي". وتم التصويت لصالح هذه العلامات التجارية باعتبارها مفضلة لدى المستهلكين في 4 دول أو أكثر عبر 3 مناطق أو أكثر ضمن منطقة جغرافية محددة.

وقال داني بيك، المدير التنفيذيّ لمنتدى "وورلد براندينج فوروم"، في هذا السياق: "يعدّ حفل توزيع الجوائز تكريماً لبعض أفضل العلامات التجارية من جميع أنحاء العالم. وما هذه الجوائز إلاّ خير دليل على الجهود الجبّارة التي تبذلها الفرق المسؤولة عن العلامات التجارية التي تبني وتحافظ على وجودها في سوق دائم التطور". من جهته، قال ريتشارد روولز، رئيس مجلس إدارة منتدى "وورلد براندينج فوروم": "شارك هذا العام ما يزيد عن 150 ألف مستهلك حول العالم في عملية الترشيح. وتجدر الإشارة إلى أنه يوجد ما يعادل 5 علامات تجارية فائزة في كلّ بلد فقط، الأمر الذي يُثبت أنّ الفوز بجائزة "وورلد براندينج أواردز" يمثّل إنجازاً رائعاً بالفعل".

وقد تولّت مُقدمة البرامج التلفزيونية المعروفة جيما فورتي تقديم الحفل، وشهد الحدث عرضاً ثاقباً وحصرياً حول المستهلك المستقبلي تولى تقديمه كريس ساندرسون، المؤسس المشارك لشركة "ذا فيوتشر لابوراتوري"، وهي شركة استشارات مشهورة متخصصة في مجال تحديد رؤى المستهلك والتنبؤ بالاتجاهات.

شعار جوائز "وورلد براندينج أواردز"

للقيام بجولة ميدانية توعوية في فرعه الرئيسي

«برقان» يستضيف طلاب المدرسة المتّحدة الأميركية

استكمالاً لدوره القيادي في مجال تنمية الشباب الكويتي الطموح من الناحية الأكاديمية والمهنية، استضاف بنك برقان مؤخراً في فرعه الرئيسي مجموعة من طلبة المدرسة المتّحدة الأميركية في الكويت (AUS)، حيث قاموا بجولة ميدانية شاملة للتعرّف على إدارات البنك المختلفة ووظائفها المتنوّعة لإثراء معرفتهم فيما يتعلّق بالقطاع المصرفي. وتأتي هذه المبادرة في إطار برنامج البنك الشامل للمسؤولية الاجتماعية والتزامه بتطوير وإلهام الكفاءات الشابة للمضيّ قُدماً نحو مستقبلٍ أكثر تميّزاً ونجاحاً.

وفي تعقيبها على هذه الزيارة، قالت حصة حسين النجادة، مدير أول – الاتصالات المؤسسية والمسؤولية الاجتماعية للشركات في بنك برقان: "نحن نفتخر بطلبتنا المتميّزين ممّن يرغبون بالتعرّف على بيئة العمل في القطاع المصرفي، ويسرّنا دائماً استضافتهم في هذه الزيارات الميدانية. كما إننا نرى أن شباب اليوم بات أكثر استخداماً للخدمات المصرفية، وخاصة الإلكترونية منها، لذا نعتبر أن توعيتهم وتثقيفهم بكيفية عمل هذه الخدمات والتقنيات المالية".

وأضافت: "نهدف من خلال هذه الزيارة إلى تعزيز اهتمامات بعض الطلاب في المجال المصرفي، وحثهم على الانضمام إلى القطاعي البنكي بعد التخرّج. كما إننا على يقين بأن جميع الطلبة الذين شاركوا في الزيارة الميدانية للبنك حصلوا على الكثير من المعلومات الهامة حول الخدمات المصرفية بشكل يضمن استفادتهم منها في حياتهم حالياً وفي المستقبل".

وكان الهدف الرئيسي لهذه المبادرة هو تعريف الطلبة بعالم الخدمات المصرفية بأسلوب مباشر ومبسّط، وذلك لمساعدتهم في حال اختيارها كتخصّص دراسي في الفترة القريبة المقبلة. وقدّم موظفو البنك شرحاً تفصيلياً للطلبة الزوار حول أهمية هذا المجال ومدى تأثيره في الحياة اليومية، إضافة إلى مراحل ومدى استجابة ووظيفة كل منتج وخدمة جديدة لحاجات السوق المتنامية.

وفي السياق ذاته، كانت جولة الطلبة استكمالاً لمبادرات البنك التي يستضيف عبرها الكفاءات والمواهب الكويتية الشابة من مختلف المؤسسات التعليمية لتوعيتهم وتثقيفهم على الصعيد المصرفي والمالي، وذلك في إطار الدعم المتواصل من البنك لحملة "لنكن على دراية"، والتي تستمر للعام الثالث على التوالي تحت رعاية بنك الكويت المركزي واتحاد مصارف الكويت بالتعاون مع البنوك المحلية، وكجزء من الجهود الدؤوبة لنشر رسائل وتوجيهات الحملة على أوسع نطاق بين أفراد المجتمع.

وتجدر الإشارة إلى أن بنك برقان لا يألو جهداً في توجيه الطلبة والكفاءات المهنية الشابة طوال مسيرتهم العلمية والعملية، من خلال إطلاق المبادرات والمشاركة في المعارض الوظيفية وغيرها في كافة أنحاء الكويت، إلى جانب التزامه بالاستثمار في رأس المال البشري والتعليم، وذلك من خلال مجموعة برامجه المتخصّصة في التطوير والتعليم والتدريب المتعدّدة مثل "رؤية" و"انطلاقة" و"مختبر الابتكار"، وهي برامج تنموية شاملة ومستدامة مصمّمة لدعم الشباب ذوي الإمكانات المتقدّمة والاستثنائية من أجل تحقيق أحلامهم والوصول إلى أهدافهم.