

TOMMY HILFIGER

تشكيلة أزياء ربيع / صيف 2012 لملابس الأطفال



بولو المخططة والمتعددة الألوان، وبالإستمرار في عرض الألوان الواضحة والجريئة، مع اللون الأخضر الفاقع الذي يرافقه اللون الأحمر والأبيض وخطوط بسيطة من الأزرق الداكن. والمجموعة الخالصة هي الأصفر، «المعسكر الأكاديمي»، والتي تعيد تجسيد مرح مقيم الأطفال الصيفي المميز في الغابة. حيث اعتمد على أرضية مستسلمة من الطبيعة بدرجات اللون الزيتوني والكاكي، وتظهر ومضات المرح على شكل ملابس سباحة وحقائب محمولة على الظهر بلون وردي (قرنفل) من خلال الأحزمة ذات اللون الوردي الشورتات والقمصان والقساتين.

الأسبوع الأكاديمية»، والتي تعكس مسحة سريعة وخفيفة من طابع لومان المشرق الذي تميزه الصفة الأوروبية ذات الصبغة الحيوية والصفيفة. ولكن مع لوحة تعكس أرضية هيلفيغر الكلاسيكية القائمة على اللون الأحمر والأبيض وما هو جديد. هناك سمة رياضية تحمل ألوان مضامين السباق تظهر في العديد من اللبسات الموضوعية، بدءاً من وضع الأرقام والرسومات المأخوذة من السباقات على قمصان الأولاد، وانتهاءً بالألوان الواضحة وتصاميم قمصان «الصدوق» لمجموعة الفتيات، بالنسبة للفتيات، والنظرة العامة بسيطة ومريحة ورومانسية بعض الشيء، مع وجود تفاصيل أنثوية مثل الدانتيل المزركش والأزهار الطاغية، واضحة وتلفت الانتباه باختيارها باللون الفاقع. أما بالنسبة للفتيات، فالعنصر الرئيسي يتمثل في كترت

ولكن مع نسخة صحية من مرح وعفوية الأطفال، بالنسبة للفتيات، فإن الألوان الرئيسية متدرجة بلون الكاكي بتخللها رسومات ملونة جريئة ومثالية، وبشرايط ونقاط البلكا الراقصة. والألوان الفاقعة من الأصفر والأرجواني المنورد الخفيف، بالإضافة إلى اللون الوردي (القرنفل) الواسع الانتشار، أسبغ على التشكيلة لمسة الربيع، في حين يتم استقبال الطقس الحار بقمصان الشامبراي الظليل الأنثوي باعتباره من الأزياء، أما بالنسبة للفتيات، فإن الصفة السائدة هي أكاديمية وتتميز مدينة نيويورك، ولكن مع نغمة من طابع بروكلين الهادئ - ويتضح ذلك من خلال اختيار الأهداف الحية، ويقابلها اللون الكاكي والأزرق الزاهي، فضلا عن استخدام اللون الذهبي القاني واللوان النيون الفاقعة.

أما المجموعة الثانية فهي «نهاية وجد تومي هيلفيغر وحي الإلهام الذي استمد منه تصاميم تشكيلة أزياء ملابس الأطفال لربيع / صيف 2012 من خلال مغامرات هيلفيغر حول العالم - «الأكاديمي»، الذي تابعته جميع العائلات الأمريكية من خلال الحملة الإعلانية العالمية التي راقت رحلاته - حيث انقسمت هذه التصاميم إلى ثلاث مجموعات من الأزياء، وتنقسم هذه التشكيلة بشكل عام بالحوية والتصاميم الجديدة للأطفال التي يتخللها لمسة من التحرر الذي يمزج بين الطابع الأميركي الأوروبي من جهة، وبين المناطق المدنية والريفية من جهة أخرى. المجموعة الأولى من الأزياء هي «المدنية الأكاديمية»، المستوحاة من واقع السكان الذي انطلق منه كل شيء بالنسبة لتومي هيلفيغر: شوارع مدينة نيويورك، وكما يوحي اسم المدينة، فإن الشعور السائد هو الطابع المدني والأكاديمي والمعد-

حملة ترويج جديدة لـ «روجيه دوبوي» عند ملتقى العوالم الخارقة

يرفع نسبة الأديريالين في تصميمه على الوصول إلى غاية مهمة كانت الوسائل، يكفي التمتع بجوار المكتب لاكتشاف انه لا شيء ولا أحد بوسعهم الصمود بيث هذا المشهد التوتري والتصميم الوائق ويعبر تماما عن رموز مجموعة بولسيون.

السبتمائين على النتيجة الوحيدة التي تضمنت في مختلف جوانبها مراجع تدعو لفك أحجيتها وتفسيرها، فكان لابد لروجيه دوبوي من أجل تكريم هذه الساعات الاستثنائية، أن تنجز حملة ترويجية هائلة بإخراج مسرحي.

تدعوكم روجيه دوبوي إلى عالمها المذهل، عالم منير وخارق عبر حملة ترويجية جديدة تشكل نقرة في حقل قواعد الإعلام الخاصة بالمجوهرات الفاخرة أربعة مشاهد بصرية يدعو كل منها إلى استكشاف عالم مصنع الساعات السويسري عبر طيف الخيال والسحر والجرأة، أربعة مشاهد تشكل الأسس الجينية في مصنع روجيه دوبوي الشهير، شهرته التي لا يضاهيها سوى تفوقه في ابتكار مجموعاته من الساعات.

مثل كل مشهد بحد ذاته مجموعة، وعالمنا طبعه لون ذو دلالة، فكان الأحمر لعالم بلايسر، والبرونزي لعالم فريور، والأزرق لعالم فننوير، والبنفسجي لعالم ديفا، وانتقلنا من حين يستعيد الماضي والتراث إلى عالم الحداثة والتكنولوجيا والمستقبل: من جهة، بدأ عالم يغفو في سباته، ومن جهة أخرى، انتصبت بوابه مشرعة على التجديد والابتكار، انطلقت الأشكال الأربعة من نفس المفهوم، متوجهة نحو جمهور متعطش للأحاسيس المجرعة والمشاهد الأسرية، وبينما تتجول النظرات وتتقدم في تباتها المشاهدة، تتقدم المخيلة كي تبني وتجسد عالم روجيه دوبوي العجائبي.

يتميز مصنع الساعات السويسري روجيه دوبوي بقدرته على جعلنا نحلق في عالم الحلم، ولم تتوان دار الساعات الفاخرة منذ تاسيسها عام 1995 في البحث عن وسائل تفاجئنا، هذا الإنفتاح على فضاء الحلم والخيال شكل مصدر الهام لكل الحرفيين في المصنع من أجل تحقيق أجرا الابتكارات التي وضعت الأسس لصناعة ساعات من نوع جديد، فقد برزت المجموعات الأربع: مونيفاسك، أكسكاليبور، بولسيون، فيلفيت من حلم صلب ومميز، استعديت العوالم الأربعة بشكل باهر في حملة روجيه دوبوي الترويجية الجديدة، لتكريم بشكل قلبي روح الابتكار التي تسري في عروق الماركة منذ بداياتها.

أضمت السدار أشهرها عدة كي تعبر بالصورة عن القوة والاندفاع، وعن الحس المعاصر، وعن التفرد الجمالي، وعن التفوق التقني، وفي الختام عن قدرة الإغراء، نظرا لشدة المتطلبات وصعوبة تلبية الرغبات، واقتضى العمل بحوثا معمقة للتعريف بالعامل الجيني الذي تحمله روجيه دوبوي من خلال الرموز والعناصر المرئية المعبرة، منذ البداية وضع هدف تمثلي في التركيز على التصميم الكامل والتام في داخل الدار، فجرى العمل على الفكرة كما على مختلف عناصر الإنتاج، مرات ومرات وبشكل فردي، في داخل المصنع، استعان ألفارو ماجيني، مدير الابتكار الجديد من أجل الانتقال من الفكرة إلى التجسيد بفريق من أفضل الفنانين البرازيليين في العالم في عالم الأبعاد الخالصة، وتضافرت الجهود واتحدت من أجل ابتكار هذه العوالم الخيالية والخارقة، مدعاة الحلم والإنهيار في الوقت نفسه، وتمكن الفنانون من بث الروح في حملة جامعة حطمت القواعد الشائعة في الترويج للساعات الفاخرة، ركز هؤلاء المبدعون مواهبهم، على غرار

حظيت هذه الحملة للتمام أو المشاركة فتح الباب. يليه عالم ثان هو عالم فريور الذي يحيلنا إلى مشاعر القوة والتألق والصرامة الذي ارتبط بمجموعة أكسكاليبور، قوة يرمز لها عالم كمن في صميم صخرة على أرض صعبة الترويض في إيرلندا، حيث يلعب البرق بجوار قصر يعود إلى القرون الوسطى، ويرعب الخيول البرية في الوادي، فالغارس يوحى لجمالية المعركة، وللشجاعة واللفن في تقنية الحركة وللدقة والسعي نحو التفوق ويرمز السيف بحد ذاته إلى هذا العالم المتميز بالانتقان، وبالوقار الإيقاعية، في اللاوعي الجماعي تحضر الأساطير السلتية وقصص الشجاعة التي تتضمنها وتعتبر تماما عن الروح التي تجسدها مجموعة روجيه دوبوي أكسكاليبور.

أما جان-مارك بونوتروفي، المدير التنفيذي في الماركة فقد قال: «أمل أن تطبع هذه الحملة الترويجية الأذهان، لأنها تقدم رؤية عميقة وتحمل رمزا فريدا إلى كل مجموعتنا، في أجواء تنقسم في الوقت نفسه بالفخامة وبالهدوء، ينبغي أن توفر لنا فرصة عرض قصص هي عنصر أساسي في إعلامنا الخاص بالساعات الفاخرة»، ونظرا لكل التفاصيل الواردة عرضا في المشاهد لابد أن تطول فترة تركيب كامل لعبة الجزل.

منذ عام 1995 احتلت دار روجيه دوبوي موقعا رائدا في صناعة الساعات الفاخرة المعاصرة، وشكلت ابتكاراتها الجريئة، الراسخة في صميم القرن الحادي والعشرين، كامل التجربة والخبرة في تصنيع أدق الآليات التي حضنتها تصاميم متينة وجريئة، وتميزت بمخالفة الشائع والمألوف، كما بالتصميم الثابت والمحرك، استمدت الماركة إلهامها في اثناء ابتكاراتها وفي العناية بالتفاصيل الميكانيكية، من أربعة عوالم مختلفة هي: بلايسر، فريور، فننوير، ديفا، تونز ابتكارات روجيه دوبوي من مجموعات: مونيفاسك وأكسكاليبور وبولسيون وفيلفيت، في مختلف أنحاء العالم، شبكة من الموزعين والمحلات التجارية الحصرية، ويمثل السعي نحو التفوق، والبحث الدؤوب عن الحركة المستقيمة وتطوير المهارات الفريدة فوايت في الدار السويسرية الكائنة في جنيف التي تشكل جزءا من مجموعة ريشمونت منذ عام 2008، تتفرد كامل ساعات مصنع روجيه دوبوي في العالم، بجمالها خاتم دمعة جنيف الثمينة، ضمان أدق حرقية في صناعة الساعات.

تتوافر الصور والفيلم الوثائقي على المواقع <http://www.rogerdubuis.com/ne/press> http://youtu.be/O_01c_A6PQ لمزيد من المعلومات رولان أوت المدير الإعلامي في الشركة Roland.ott@rogerdubuis.com تلفون: +41 (0) 76388118

عند ملتقى العوالم الخارقة

حملة ترويج جديدة لروجيه دوبوي عند ملتقى العوالم الخارقة

إنترنت غير محدود على موبايلك مع أفضل الباقات مقابل 5 د.ك. شهريا

الآن مع باقات Net-on-Phone الجديدة من الوطنية، تتمتع بإنترنت غير محدود على موبايلك بدون أي رسوم إضافية، تتوفر الباقات لعملاء التعمية والفواتير.

| باقة Net-on-Phone | الاشتراك الشهري | السرعة | استخدام إضافي |
|-------------------|-----------------|------------------------------|--|
| 1.5 جيجابايت | 5 د.ك. | لغاية 7.2 ميجابايت بالثانية | لا توجد أي رسوم إضافية، فقط سنخفض السرعة إلى 256 كيلوبت بالثانية |
| 4 جيجابايت | 11 د.ك. | لغاية 21.6 ميجابايت بالثانية | |
| 10 جيجابايت | 15 د.ك. | لغاية 21.6 ميجابايت بالثانية | |

أرسل كلمة إنترنت إلى 1616 لاختيار باقتك أو تفضل بزيارة أحد فروع الوطنية.

facebook.com/wataniya @wataniyatelecom wataniya.com/blog wataniya.com