

متوافرة لدى أفرع روائح جنيثف للساعات ساعات TRUSSARDI.. أيقونة الأناقة والتميز

تطرح روائح جنيثف للساعات والمجوهرات مجموعة حديثة من ساعات Trussardi العالمية وتتميز بتنوع ألوانها وأناقها لتلائم جميع الأنواع، أصبحت Trussardi رمز الشياكة العصرية والتفرد عن الآخرين فهي تميزت بكلاسيكية ومعاصرة، إبداعات صناعة الساعات من Trussardi الذي يجسد اندماجاً ذكياً بين الأناقة الإيطالية وتقاليد صناعة الساعات السويسرية التي تخطو على خطى أجود معالير ومقاييس الصناعة العالمية في عالم الساعات الثمينة.



TRUSSARDI أيقونة الأناقة والتفرد عن الآخرين، فهي ثمرة الفن الإيطالي المعروف بجاذبيته وأناقته، ورمز المعيشة الحضارية في عالم الساعات، حيث تستخدم الألوان لتضفي الحياة على القطع الرائعة ذات الخطوط التعبيرية بأسلوب مبتكر وتنفيداً لا تشوبه شائبة، ومستوحاة من نمط الحياة الجذابة والمرحة وقام على تصميمها مصممون عالميون، حيث قاموا بالجمع بين الإبداع والخبرة الإيطالية في مجال صناعة الساعات لعمل تشكيلات منطوية من الساعات الفاخرة التي امتد صدها إلى صحبات الموضة العالمية والفاخرة، عاكسة شخصية مثالية وناعمة.

وتأسست Trussardi في العام 1911 من قبل دانتي تروساردي، الذي بدأ مشواره كصانع قفازات جلدية، حيث خصيصاً للبحر الإيطالي خلال الحرب العالمية الثانية، ثم توسع في صناعاته ليشمل جميع المنتجات الجلدية، وحاز شهرة واسعة.

وفي الخمسينيات، توجه اهتمام الشركة إلى تصنيف منتجاتها حيث قامت بإطلاق خط خاص للعطور، وكان أول عطر لها 1980 باسم «تروساردي» من قبل «تروساردي أومو» للرجال، وبعد ذلك في 1983 أطلقت أول خطوط المرأة «تروساردي» يليها خط للرجال في العام 1984.

وبحلول العام 1985 كانت العلامة التجارية قد نشرت متاجرها في جميع أنحاء العالم. في العام 1989 أطلقت الشركة أول خط لها للنظارات. وفي 1993، افتتحت مركز البحث والتطوير في برينديزي، الذي ركز في

تشكيلات متنوعة

متعددة الألوان

ترضي جميع

الأذواق

الساعة تعكس

شخصية متألقة

وناعمة ومتفردة



مدخل سوق مروج



بدر الناصر في سوق مروج



هدايا لزوار السوق



جانب من سوق مروج



«ماكس» تطرح تشكيلتها من الملابس الرياضية والجينز

القصرية والمبدي، وتبقى التصميم المزدود بالأزوار من ملابس الجينز مهمة جداً، تماماً كما هي حال بناطيل الجينز المزودة بخمسة جيوب، والممزقة بالكثير من التفاصيل، وتأتي تشكيلة «الدينيم» الجديدة مع مجموعة كاملة من المواصفات العملية مثل الوزن الخفيف للاستفادة منها في ربيع وصيف 2017، بما في ذلك المعاطف. يوجد في تشكيلة الملابس الرياضية معطف بغطاء للرأس يظهر بالوان تجذب التفاصيل، وسحاب بلون مغاير، إضافة إلى الكثير من الخطوط الإبداعية التي تجعل منه المنتج الرئيسي لهذا الموسم. أما الناطيل في هذه المجموعة، فإن خطوطها الخارجية والأشكال الملونة، تجعل منها الخيار الأمثل في الموسم للرجال الذين يتمتعون بدرجة عالية من الحيوية انتمائها إلى خطوط الموضة العصرية والسائدة لهذا الموسم. أما البناتيل التقليدية للتصاميم الفضفاضة التي يمكن ارتداؤها لصالة الألعاب الرياضية، ومن بين القطع الأساسية لهذا الموسم قطعة الكابري الطويلة التي تصل حتى الركبة، وبفضل تفاصيل الجاكور باشكالها الهندسية الدقيقة، فإنها تتحول إلى قطعة أنيقة خيار جريء.



مغلقة الأزوار أو كفستان طويل، وتعتبر هذه القمصان بأشكالها المختلفة من القطع الضرورية التي لا ينبغي أن تخلو منها أي خزانة، فضلاً عن انتمائها إلى خطوط الموضة السائدة بين ملابس الجينز لهذا الموسم. أما البناتيل الأنيقة الناعمة فقد وجدت لتبقى، لأنها تعد مزجاً مثالياً من الأناقة والراحة، في حين ستتحول سريعاً لتصبح من القطع الضرورية التي لا يمكن الاستغناء عنها خلال الصيف. ومع وجود طيف متنوع من التنانير التي تتراوح بين

تستمر Ooredoo، أسرع شبكة في الكويت، بتقديم الدعم للمشاريع الشبابية الصغيرة والمتوسطة من خلال رعايتها لسوق مروج، الذي تشترك فيه كشريك استراتيجي في موسمه الحالي الذي يمتد حتى نهاية مارس. يضم السوق مشاريع شبابية مختلفة تشمل المطاعم ومشاريع الحرف اليدوية والمنتجات الزراعية، كما يضم عدداً من المشاريع الأخرى المميزة كالتسويق الرياضي والمعاهد الصحية وشركات الخدمات التكنولوجية ومعارض اللوحات الفنية.

وأكدت Ooredoo الكويت في تصريح لها عن استمرارها بدعم مشروع سوق مروج الشبابي المميز، الذي يبرز إبداعات المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم الشباب في مختلف المجالات. وأكدت أن دعمها للشباب ممتد عبر سياساتها للمسؤولية الاجتماعية المبنية على قيم التواصل والاهتمام الشخصي، مركزة على سعي الشركة للمساهمة في دعم الشباب من خلال استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية الممتدة طوال العام.

إضافة إلى ذلك، تستمر الشركة بتسليط الضوء على قدرات ومشاريع الشباب أصحاب المشاريع المميزة عن طريق حساباتها على شبكات التواصل الاجتماعي.

وفي تعليق له حول مشاركته، قال بدر الناصر صاحب مشروع Integra Kuwait @integrawk المعنى باللحلول التكنولوجية الذكية للمنازل إن هذه هي المشاركة الأولى له في السوق، وإن الإقبال على المنتجات الذي يقدمها كان إيجابياً برغم اختلاف مشروع عن المشاريع الأخرى المشاركة. يقدم الناصر حلولاً أمنية ذكية للمنازل قائمة على أنظمة تكنولوجيا حديثة تمكن المستخدمين من مراقبة المنزل أثناء غيابهم عنه عن طريق أجهزة الإضاءة الذكية، بالإضافة إلى توفير الكهرباء عن طريق إطفاء الأضواء تلقائياً في حال عدم الاستخدام، وغيرها من الحلول الأخرى التي تتناسب مع أسلوب الحياة العصري.

أما إيناس الباسين، صاحبة مشروع Sparadise الصحي للسيدات، أكدت أن الإقبال كان إيجابياً للمرة الثانية على التوالي، وأن التفاهة مع الجمهور في مثل هذه الأجواء يساعد على تطوير المنتجات والخدمات المقدمة. يقدم مشروع Sparadise وهو معهد صحي للسيدات، العديد من الخدمات الصحية والعناية بالصحة، وقدم المعهد من خلال ركنه الخاص في السوق عدداً من المنتجات كالكريمات ومستحضرات التجميل الطبيعية، إضافة إلى كويونات لخدمات المعهد، ويقام سوق مروج في عطلة نهاية الأسبوع مرة واحدة في الشهر.

أعلنت ماكس، أكبر علامة تجارية للأزياء التي تطرح بأسعار مناسبة في المنطقة، عن إطلاق أحدث تشكيلاتها من ملابس الدينيم «الجينز» والملابس الرياضية للرجال والنساء والأطفال، واستوحيت ملابس «الدينيم» لهذا الموسم من التصاميم العتيقة باللون الأزرق الداكن، بينما تظهر تشكيلات الملابس الرياضية مجموعة من القطع المناسبة للأنشطة بأشكال فريدة تكشف عن قوتها. وستكون هذه المجموعات متاحة في كل متاجر ماكس وللتسوق عبر شبكة الإنترنت في منطقة الشرق الأوسط بدءاً من 18 يناير.

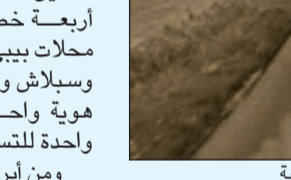
تشكيلة الدينيم لهذا الموسم تظهر بتصاميم مطبوعة وشعارات بالأبعاد الخالصة للرجال، مع إضافة الزخرفة للقطع الموجهة للنساء، ويتم تعزيز الطابع الكلاسيكي بشعور جديد من الحياة مع تصاميم دقيقة وتعديلات مناسبة على موديلات ثمانينيات القرن الماضي للوصول إلى أشكال جديدة تضمن لها جاذبية تلفت الأنظار لمظهرها الرائع، ويتيح التصميم الطويل والفضفاض للقمصان استخدامها بطريقتين مختلفتين، إما على شكل سترة

تجارية رائعة في وجهة واحدة، تجسد سنتربوبنت استراتيجياً لدماركة الرامية إلى تحقيق انسجام مثالي بين أربعة خطوط تجارية عبر محلات بيبي شوب وشومارت وسيلاش وأليف ستايل ضمن هوية واحدة، لتكون وجهة واحدة للتسوق.

ومن أبرز مزايا هذا التقارب الإبداع في التصميم وتخفيف تجربة التسوق المتعة، حيث تقدم سنتربوبنت قيمة كبيرة مقابل النقود في وجهة جذابة لكل أفراد العائلة، لترسم توجهات العملاء وتعزيز قيمة العلامة التجارية ودعم النمو المستقبلي للمجموعة في فئة أسواق التجزئة المتوسطة.

سأمتد جهود سنتربوبنت في مجال التواصل الاجتماعي وتجارة التجزئة في تكريمها من قبل أبرز لجان الجوائز المرموقة في قطاع التجزئة، فقد حصلت مؤخرًا على تسع جوائز خلال مهرجان كريستال العالمي في فرنسا، منها ثلاث جوائز ذهبية، وخلال المهرجان الذي يعتبر واحداً من أكبر الفعاليات المتخصصة في مجال الإعلان بالعالم، وكانت الفئات التي فازت فيها العلامة فئة الفيلم وإتقان الفيلم، وضمن جوائز Images RetailIME حصلت العلامة على جائزة الشريط الذهبي للتميز الأفضل لسلسلة كبرى من متاجر التجزئة. خلال العام 2016 وأفضل حملة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لثلاثة أعوام على التوالي (2014-2016) وجائزة أفضل حملة تسويق خلال العام.

تخفيضات «سنتربوبنت» تخطف الأضواء في مهرجان كريستال



جانب من فيلم Sabotage الخاص بالحملة التسويقية

تعد علامة «سنتربوبنت» واحدة من بضعة أسماء وطنية في قطاع التجزئة بالمنطقة، التي استخدمت بفعالية الإمكانيات الرقمية لتستفيد من الوسائط الجديدة في ابتكار الحملات التسويقية المبتكرة بمشاركة الجمهور، وتعزيز مكانة العلامة، وصورتها المرموقة لدى العملاء، وسأمت الجهود الإبداعية الرائعة لـ «سنتربوبنت» في حصول العلامة مؤخرًا على جوائز متعددة في فعاليات مهمة تقديراً لحملاتها التسويقية التي حظيت بتنفيذ مبتكر ومتقن يتم عن خبرة ودراسة في قطاع التجزئة.

وحازت أكبر علامة للأزياء العائلية في المنطقة عدة جوائز عن إعلانها المميز لأحدث حملاتها للتخفيضات، وذلك ضمن الدورة 16 من مهرجان كريستال العالمي السنوي الشهير الذي أقيم أول هذا الشهر في مدينة كورشوفيل بفرنسا، فقد حصلت الحملة تسع جوائز منها ثلاث ذهبيات، خلال المهرجان الذي يعتبر واحداً من أكبر الفعاليات المتخصصة في مجال الإعلان بالعالم، وفازت العلامة في فئتي «الفيلم» و«وحرافية عمل الفيلم»، تقديراً لعملها الرائع الذي قامت به في حملة تخفيضات 2016.

وفي منطقة تشتهر بمهرجانات التسوق والتخفيضات على مدار العام، برزت حملة «سنتربوبنت» عن غيرها في فئة تتسم بالنافسة الشديدة، كما سأسمت في استقطاب الزوار إلى محلاتها

وفروعها المختلفة بفضل رسائلها ووسائلها الإعلانية الالافنة. في هذا السياق، قال رئيس التسويق في «سنتربوبنت» شيبام سوندر: «رغبنا في أن نكون غير تقليديين قدر الإمكان، فهناك قلة في الإبداع عندما يتعلق الأمر بعروض التخفيضات والحملات الترويجية في المنطقة، ورغبنا في تخطي حدود المألوف، وقد تلقينا استجابة رائعة لإعلاننا الأولي الذي تم إطلاقه في أغسطس الماضي، ونطلق إلى رد فعل الجمهور إزاء فيلمنا الجديد، وأضاف: «تمثل حملة تخفيضات «سنتربوبنت» الحدث الأكبر في مجال الأزياء في المنطقة، وتسهم بنسبة كبيرة في مبيعاتنا الإجمالية. وكان الهدف أيضاً من وراء حملتنا هو بناء إحدى الخصائص المميزة التي من شأنها تعزيز علامتنا التجارية والارتقاء بها».

وأطلقت الحملة الإعلانية ضمن سلسلة من فيلمين، الأول بعنوان Sabotage والثاني «Lies»، وكان الفيلمان نتاج التالى الإبداعي لشركة

تعد علامة «سنتربوبنت» واحدة من بضعة أسماء وطنية في قطاع التجزئة بالمنطقة، التي استخدمت بفعالية الإمكانيات الرقمية لتستفيد من الوسائط الجديدة في ابتكار الحملات التسويقية المبتكرة بمشاركة الجمهور، وتعزيز مكانة العلامة، وصورتها المرموقة لدى العملاء، وسأمت الجهود الإبداعية الرائعة لـ «سنتربوبنت» في حصول العلامة مؤخرًا على جوائز متعددة في فعاليات مهمة تقديراً لحملاتها التسويقية التي حظيت بتنفيذ مبتكر ومتقن يتم عن خبرة ودراسة في قطاع التجزئة.

سافر معنا في رحلة جميلة لتتذوق أشهى الأطباق الآسيوية في فندق ان اند غو كويت بلازا، واستمتع ببوفيه عشاء في مطعم الدلة ابتداء من 9,00 دنانير فقط، وللأطفال دون سن ست سنوات مجاناً.

الآن وكل ليلة جمعة، يمكن للضيوف اكتشاف لأنحة ساحرة من الأطباق الآسيوية والاستمتاع ببوفيه يجمع ألذ الأصناف المعدة ببراعة من مختلف بلدان آسيا مثل الهند والصين واليابان وتايلاند مع الخبرة الطهي الحي لأطباق التوليد لتترك أمامك لأنحة ساحرة تنقلك إلى سحر الطبيعة والأصالة، ويقع مطعم الدلة في طابق الميزانين بفندق ان اند غو كويت بلازا يتسارع فهد السالم.



أشهى المأكولات الآسيوية

ليلة المأكولات الآسيوية في «ان اند غو كويت بلازا»



أشهى المأكولات الآسيوية