

«أفضل سيارة اختبارية» و«أفضل استخدام مبتكر للألوان والرسوم والمواد» نيسان Vmotion2,0 تفوز بجائزة «آيز أون ديزاين 2017»



نيسان Vmotion2,0

والتي تعتبر علامة التصميم المميزة للعديد من سيارات «نيسان» اليوم، ويعتبر اللون الفضي النحاسي للسيارة والحائز على الجائزة اليوم بمزيج فريد من النحاس والمعادن الأخرى التي تضفي بمجموعها تأثيرا متعدد الطبقات مع انعكاسات وتدرجات لونية متنوعة من مختلف زوايا الرؤية. بدورها، قالت نيكول فونسيكا، المصمم الأول للألوان والمواد لدى نيسان الولايات المتحدة الأمريكية: في إطار سعينا الدؤوب بلوغ الأفضل، أجرينا أكثر من 100 محاولة للحصول على اللون المنشود. وخلال محاولتنا رقم 101، نجحنا بتصميم طلاء مذهب متعدد الطبقات وقامه ألوان النحاس والفضة ومعادن أخرى.

السيارات الاختبارية التي تظهر للمرة الأولى في المعرض العالمي للسيارات بمدينة ديترويت الأميركية، وبهذه المناسبة، قال مامورو أوكي، المدير التنفيذي لاستراتيجية التصميم العالمية لدى «نيسان»: توفر سيارة Vmotion2,0 لمحة شاملة حول توجهات التصميم المستقبلية للشركة من حيث التركيز على جوانب التجديد والديناميكية والمقصورة. ونحن فخورون جدا بنيل هذه الجائزة المرموقة التي تعكس الإمكانيات الهائلة لتوجه «نيسان» التصميمي الجديد، كما أننا متحمسون لمواصلة إظهار قدراتنا غير المحدودة في مجال التصميم. وتسعى نيسان Vmotion2,0 مسيرة تطور الشبكة الامامية المصممة على شكل حرف V

السيارة تجسد توجه «نيسان» الجديد في مجال تصميم سيارات السيدان



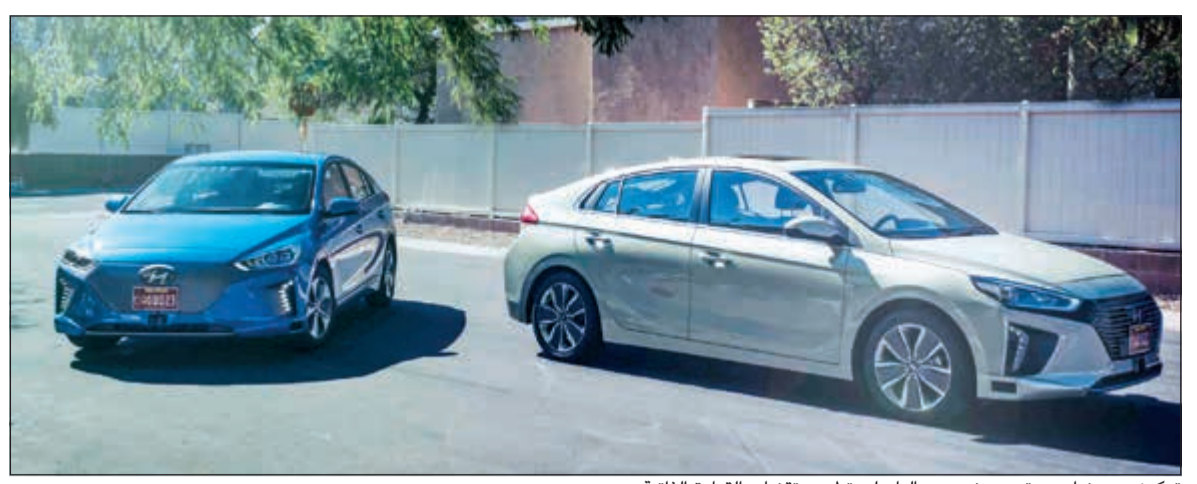
حصلت سيارة «نيسان Vmotion2,0» الاختبارية، والتي تجسد التوجهات الجديدة للشركة بمجال تصميم سيارات السيدان، على جائزة «آيز أون ديزاين 2017» للتمييز في التصميم عن فئتي «أفضل سيارة اختبارية» و«أفضل استخدام مبتكر للألوان والرسوم والمواد». جاء ذلك خلال حفل توزيع الجوائز الذي أقيم مؤخرا ضمن إطار فعاليات معرض «أميركا الشمالية الدولي للسيارات»، وذلك بعد يوم واحد من الظهور العالمي لأول لهذه السيارة. وتعتبر «آيز أون ديزاين» إحدى الجوائز العالمية الرائدة في مجال تصميم السيارات، ويتولى اختصار الفائزين بها نخبة من كبار المصممين العالميين. وهي تكرم أفضل السيارات قيد الانتاج أو



فريق التصميم



جائزتها «أفضل سيارة اختبارية» و«أفضل استخدام مبتكر للألوان والرسوم»



تركيز «هيونداي موتور» منصب حاليا على تطوير تقنيات القيادة الذاتية

تضم منصة «القيادة الذاتية والاتصال الفائق» «هيونداي موتور» تكشف عن رؤيتها لمستقبل التنقل

داخليا بين نظم السيارة أو خارجيا مع البنية التحتية للطرق، والمركبات المجاورة، وأجهزة إنترنت الأشياء، علاوة على السحابة. وترى هيونداي أن استخدام السيارة المتصلة لن يقتصر على كونها وسيلة للتنقل، وإنما ستصبح مركزا يتصل بالسيارات الأخرى، وبالمنازل والمكتب، وحتى بالبيئة الحضرية الأوسع نطاقا.



نموذج «سمارت هاوس» للمنازل الذكية يدمج بسهولة السيارة في الحياة اليومية للمستهلكين

وتعرض هيونداي موتور، من خلال نموذجها المبتكر لرؤية مستقبل التنقل، المدى الذي يمكن الوصول إليه في تقنياتها المتطورة. ويستطيع نموذج «سمارت هاوس» للمنازل الذكية، بسهولة، أن يدمج القيادة في الحياة اليومية للمستهلكين، وأن «يطمس» الخط الفاصل بين وسيلة التنقل وأماكن المعيشة والعمل.

المليزر (LiDAR)، واستطاعت إخفاءه عن الأعين في المصدر الأمامي للسيارة «أيونك» ذاتية القيادة بدلا من وضعه على السطح، حتى لا تبدو السيارة بمظهر غريب. وتسمح أحدث تقنيات هيونداي موتور للسيارة بالسير في الطريق وحوض أصعب حالات المناورة بأمان، حتى وسط حركة كثيفة للمشاة، والتعامل بدقة مع الإشارات الضوئية ولأوقات المرور الإرشادية، والأشغال الإنشائية والحواجز والمطبات، فضلا عن الكلاب والأطفال الصغار، وحتى التقاطعات الخالية من إشارات المرور.

كما أمطت شركة هيونداي موتور اللثام عن روبوتات قابلة للارتداء تعمل بالطاقة مهيأة لإحداث ثورة في مستقبل التنقل الشخصي. وتكشف أحدث الابتكارات في مجال الهياكل الخارجية المساعدة المتقدمة، الخاصة بالأغراض الطبية واحتياجات العمل والحياة اليومية، عن طموح الشركة لتوفير دعم للركاب أثناء التنقل يتجاوز السيارة ويصاحبهم أينما كانوا ليضمن استمرار تمتعهم بالعافية، وتشتمل مجموعة الهياكل الخارجية القابلة للارتداء أنظمة تحكم في الحركة على من السيارة لدعم المرضى الذين يعانون من إصابات في العمود الفقري السفلي، أو تقديم الدعم للمسنين في المشي من أجل حياة يومية أفضل.

ومن المنتظر أن تصبح السيارة فائقة الربط أو الاتصال عاملا رئيسيا لتحقيق قدر أكبر من الراحة والاستمتاع والملاءمة في أنماط حياة المستهلكين في المستقبل. وتعاون هيونداي موتور مع «سيسكو»، الشركة البارزة عالميا في مجال تقنية المعلومات والتقنيات الأمنية، بهدف إنتاج سيارات ذكية فائقة الاتصال يمكنها التباهي بكونها الأكثر أمانا وتقدما بين ما سيكون متاحا عندئذ من أنظمة القيادة الذاتية في السوق.

كشفت شركة هيونداي موتور عن رؤيتها لمستقبل التنقل، التي تعتقد فيها أن الجيل القادم من تقنيات التقارب من شأنه أن يربط السيارات بشؤون حياة المستهلكين ربطا وثيقا من خلال قيادة ذاتية ذكية، وحلول ذكية فائقة الاتصال، وابتكارات لتعزيز الصحة والتمتع بالعافية أثناء التنقل.

وأكد مايك سونغ، رئيس عمليات هيونداي في إفريقيا والشرق الأوسط، خلال هذه المناسبة، أن الصناعة الكورية ترغب في خلق أفضل حلول التنقل بالاعتماد على تقنيات التقارب من شأنه أن يربط احتياجات المجتمع، قائلا إن قصة حركتنا متنامية لدينا على مشاركة الآخرين رؤيتنا لمستقبل التنقل، وواضحة: نعمل على تحقيق رؤيتنا لمستقبل التنقل من خلال مجموعة واسعة من التقنيات المتكاملة التي تركز على القيادة المستقلة والذكية، وحلول الربط الفائق

المتقدمة، التي يمكنها أن تربط السيارات بشؤون حياة المستهلك اليومية والعملية. وتقدم هيونداي موتور عرضا توضيحية مباشرة وتجري استعراضات غامرة بتقنيات الواقع الافتراضي للتعريف بالقدرة التي تنطوي عليها أحدث تقنيات القيادة الذاتية التي تبنتها. وينصب تركيز هيونداي موتور حاليا على تطوير تقنيات القيادة الذاتية يمكن تسويقها في سيارات الإنتاج التجاري، بدلا من التركيز على تطوير مركبات الإنتاج التجارية. وترى الشركة أن السيارات ذاتية القيادة ستصبح متاحة في متناول الجميع بأسعار معقولة، ما يعني أن مزيدا من المستهلكين سوف يستمتعون بأحدث التطورات في مجال التنقل الآمن.

تشمل علامات تجارية جديدة تطرح للمرة الأولى في المنطقة «التمدين» و«أزاديا» توقعان اتفاقية لافتتاح 11 متجرا في «الكوت مول»



الكوت مول



«الكوت مول» سيوفر ست تجارب متنوعة ومميزة من الترفيه والتسوق والضيافة

وهو جزء من مشروع تطوير «الكوت» في محافظة الأحمدى، وهو أكبر وأجبه بحرية متعددة الاستخدامات في الكويت، وسيتميز المشروع بين أصالة العمارة التقليدية وحدثة التصميم وسيوفر ست تجارب متنوعة ومميزة من الترفيه والتسوق والضيافة في وجهة واحدة تصل مساحتها إلى 300 ألف متر مربع، يمكن للزوار التنقل بسهولة وسلاسة بين أرجائها.

امتيازها في قطاعات الأزياء والأكسسوارات، المأكولات والمشروبات، الأثاث المنزلي، المنتجات الرياضية، الوسائط المتعددة، ومستحضرات الجمال والتجميل في أكثر من 650 متجرا في 13 دولة بمنطقة الشرق الأوسط وأفريقيا. وتم تصميم «الكوت مول» وفقا لأعلى المعايير العالمية المعتمدة في مجال تصميم مراكز التسوق العصرية، بحيث يوازن بين التصميم العملي والتجربة المتعة

قطاع تجارة التجزئة ويفتح آفاقا جديدة توفر للعملاء تجربة تسوق مميزة تفرق أسلوب الحياة المعاصرة، ونحن على يقين أن هذه الوجهة الجديدة للتسوق والترفيه ستحقق نجاحا كبيرا وستشكل نقطة جذب رئيسية للزوار من مختلف أنحاء الكويت. وأضاف أبو جمر: «تمتلك وتدير مجموعة أزاديا في الكويت: يعزز هذا التعاون الجديد مع «الكوت مول» خططنا للنمو والتوسع في

من 70٪ من المساحات المتاحة لمتاجر التجزئة ضمن «الكوت مول» والبالغ عددها 260 متجرا حتى الآن، ومن المتوقع أن تكون جميعها مؤجرة قبل الموعد المتوقع لانتهاج أعمال البناء والتسليم أواخر العام الحالي. وتعليقا على هذه الاتفاقية الجديدة، قال داني أبو جمر مدير مجموعة أزاديا في الكويت: يعزز هذا التعاون الجديد مع «الكوت مول» خططنا للنمو والتوسع في

التقدم بالتوازي مع التغيرات الاقتصادية المستمرة، ونسعى بدورنا إلى استكشاف أساليب جديدة تتنجح لنا مواكبة احتياجات عملائنا ومتطلباتهم». وأضاف ويستروم أن المتاجر الـ 11 الجديدة لأشهر العلامات التجارية التابعة لمجموعة أزاديا ستسهم في إغناء التنوع في العلامات التجارية ومنح زوار المول تجربة تسوق فريدة وممتعة، ولفت إلى أنه تم تأجير أكثر

وتعقبها على توقيع هذه الاتفاقية، قال كريستيان ويستروم، مدير قسم التأجير في شركة جي إل إيه لإدارة العقارات: يشكل افتتاح متاجر العلامات التجارية التي تمتلكها مجموعة أزاديا تكملة مثالية لمجموعة المتاجر العالمية المستوعبة ونقسط الجذب الرئيسية في «الكوت مول»، موضحا أن «قطاع تجارة التجزئة في الكويت يواصل التطور وتحقيق المزيد من

وقعت كل من شركة جي إل إيه، التابعة لمجموعة التمدين والتجارية، ومجموعة «أزاديا» الشركة الإقليمية الرائدة في مجال الموضة وأسلوب الحياة المعاصرة والمتخصصة في متاجر البيع بالتجزئة اتفاقية متجرا جديدا، منها علامات تجارية تدخل المنطقة لأول مرة، في «الكوت مول»، الذي يقع ضمن مشروع تطوير «الكوت»، أكبر وأجبه بحرية متعددة الاستخدامات في الكويت. وفي هذا السياق، أعلنت مجموعة أزاديا عن مجموعة العلامات التجارية الرائدة التي سيتم افتتاحها على مساحة إجمالية تبلغ 4500 متر مربع في «الكوت مول» وهي بيرشكا، كالزديونيا، آي أم، ماسيمو دوني، أوبشو، ستراديفاريوس، صن جلاس هنت، أوتيرك، زارا، وازارا هوم. وسيتم افتتاح علامات تجارية جديدة لأول مرة بما يعكس مكانة المول الجديد وتشتمل هذه العلامات على سبيل المثل «كيكو ميلانو»، العلامة الإيطالية الشهيرة المتخصصة في مستحضرات التجميل والتي أحدثت تغييرا جذريا في هذا القطاع واستقطبت شريحة واسعة من العملاء حول العالم.

المتاجر الـ 11 الجديدة ستسهم في إغناء التنوع ومنح الزوار تجربة تسوق فريدة وممتعة