



سيارات

السيارات الفارهة المستقبلية تعود إلى الماضي

للتقاليد والتراث والحرف اليدوية في تصميم السيارة ما يمنح قصة للمنتج، وسيطالون بتصاميم جميلة وعالية الجودة مع استخدام مواد في التصنيع تبرهن على الاستدامة وتخدم غرضاً محدداً.

اللافت أنه وعلى الرغم من أن العملاء المستقبليين سيكونون أكثر ارتباطاً بالتكنولوجيا والثورة الرقمية، يقول الرئيس التنفيذي لبنتلي أن «التكنولوجيا بحد ذاتها غير كافية. فهي بمفردها تبقى باردة وجامدة وغير قادرة على تمثيل الرفاهية فعلياً. لذلك لا يجب التخلي عن اللمسة الإنسانية».

في السياق عينه أعلن هايمر أن بنتلي تدرس إقامة شبكة عملاء عالمية في إطار نادي مالكي بنتلي حيث لا تنحصر الملكية باقتناء سيارة واحدة إنما تتيح للمالك التنقل الفاخر في مدن مختارة في جميع أنحاء العالم. في سياق متصل ومن ضمن الخدمات المميزة التي تقدمها بنتلي لعملائها تقوم الشركة وبالتعاون مع شركة Fild بخدمة توصيل الوقود لهم بدل من أن يحتاجوا إلى التوجه إلى محطات الوقود.

تسعى الشركات المصنعة للسيارات الفارهة إلى تكيف استراتيجيتها وتصميمها المستقبلية لمواكبة التغييرات الجذرية التي يشهدها العالم على مختلف الأصعدة وبالأخص التكنولوجية منها وأهواء الأجيال الصاعدة. في هذا السياق كشف الرئيس التنفيذي لشركة «بنتلي» البريطانية العريقة وولف جانج دورهايمر عن نظريته لمستقبل سيارات الرفاهية ودور العلامة الأسطورية في إعادة تكيفها مع المتغيرات المرتقبة.

يرى هايمر أن «العملاء المستقبليين سيكون لهم توقعات ومتطلبات مختلفة بشكل كبير عن عملاء السيارات الفارهة في يومنا هذا»، موضحاً أن «السنوات العشر المقبلة ستشهد تحولات جذرية بالنسبة إلى مصنعي السيارات الفارهة، حيث أن رقعة عملائهم ستوسع وتتغير بعد دخول جيل المليونيرات فيها، إضافة إلى النمو المؤثر للأسواق الناشئة». فوفقاً لبحث عالمي موشع أعدته بنتلي تبين أن مالكي السيارات الفارهة المستقبلية سيملكون تقديراً عالياً

قطاع خاص

BLC يدعم النساء لبلوغ القمم



في إطار مبادرة «WE Initiative» التي أطلقها BLC Bank والتي تهدف إلى تمكين المرأة ومساعدتها في تحقيق قدراتها كاملة، دعم «البنك اللبناني للتجارة» المتسلقة اللبنانية جويس عزام في رحلتها إلى الأرجنتين للوصول إلى قمة جبل أكونكاجوا وهي أعلى قمة في أميركا الجنوبية وأعلى قمة جبلية خارج جبال الهيمالايا والتي يصل ارتفاعها

إلى 6962 متراً. وانطلقت عزام في 24 كانون الثاني من لبنان لخوض المغامرة التي ستستغرق شهراً، من ضمن سلسلة مغامرات تسلق تحت عنوان «The Explorers Grand Slam» والتي تركز على تحدي المستكشفين لبلوغ القطب الشمالي والقطب الجنوبي، إضافة إلى تسلق أعلى القمم في القارات السبع. وقد بلغ عدد المغامرين الذين نجحوا في تسلق هذه القمم 51 متسلاً بينهم 12 امرأة.

في المناسبة قال نائب رئيس مجلس الإدارة والمدير العام لـ BLC Bank نديم القصار إن «جويس تجسد المثابرة على السعي لتحقيق الأحلام وكسر الحواجز، داعية النساء الجريئات للانضمام إليها في سعيها، وهي تشكل في تصميمها هذا تجسيدا حقيقياً لمبادرة WE Initiative، إذ تهدف لبلوغ أعلى القمم والوصول إلى أفق جديدة، ملهمة النساء للقيام بالمثل».

مقابلة إذا كانت نبوءة امرأة عربية لمناصب قيادية في أي مجال من المجالات لا يزال يعتبر «خبراً» يستحق التوقف عنده ولو في عام 2017، فإن «رياسة» امرأة عربية في قطاع الاتصالات الدولي يقترب من أن يكون حدثاً. كيف لا وحوالي 48% من النساء في العالم العربي، أي نحو 84 مليون امرأة، لا يملكن هاتفاً محمولاً. أما عدد النساء اللواتي يملكن هواتف محمولة فهو أقل بنحو 8 ملايين عن أعداد الرجال. وتصل الفجوة بين الجنسين في مجال استخدام الإنترنت في أنحاء المنطقة إلى 34%. وهي ثاني أكبر فجوة بين الجنسين بعد منطقة جنوب الصحراء في أفريقيا

رئيسة «إريكسون» في الشرق الأوسط اللبنانيون يتبنون نمط حياة قائم على الاتصال

رضا صوايا

من الشركات التي تؤمن بفاعلية دور المرأة على صعد عدة وفي جميع المجالات.

■ كيف تصفين واقع قطاع الاتصالات في العالم العربي وفي لبنان؟ وما هي برأيك مكامن القوة والضعف في هذا القطاع والخطوات الواجب اتباعها لتطوير قطاع الاتصالات في المنطقة؟

قطاع الاتصالات، في جميع أنحاء المنطقة، متنوع للغاية من حيث مستويات النضج في المعلومات والبيانات. ولكن الحديث عن تطوّر الإنترنت وسرعته، له مستويات مختلفة في منطقة الشرق الأوسط. تحاول العديد من شركات الاتصالات في المنطقة وبالتعاون مع «إريكسون» التوصل إلى خدمة إنترنت تالقي الاستحسان لدى المشترك.

علاوة على ذلك، يساهم المشغولون في هذه المنطقة بإجراء شراكة كل فترة مع الهيئات الدولية مثل الاتحاد الدولي للاتصالات للمساهمة في مجموعات الدراسة 5G.

■ نظرتك إلى تفاعل الشباب العربي مع وسائل الاتصال. هل لا تزال استخدامات الشباب العربي لوسائل وتقنيات الاتصال سطحية؟

أكد تقرير جديد من وحدة مختبرات المستهلك في «إريكسون» بعنوان «الحياة القائمة على الاتصال في لبنان» أن المستهلكين في لبنان يتبنون تدريجياً نمط الحياة القائم على الاتصال، مع ارتفاع نسبة ملكية شبكات البرودباند النقال والهاتف الذكي مقارنة مع المستويات العالمية. وهذا دليل على تفاعل الشباب العربي على مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامهم للإنترنت للتواصل في حياتهم اليومية.

لا يمكننا أن نقول إن استخدام الشباب العربي لهذه الوسائل يعدّ سطحياً لأن تقنيات الاتصال حاجة أساسية في عصرنا هذا، وللحصول على المعلومات والبيانات التي يستخدمها الشباب يومياً. باتت المجتمعات العربية مدركة لأهمية وسائل الاتصال (أي الهواتف الذكية)، وهي تعطي أهمية كبيرة لوسائل التواصل الاجتماعي. وبين التقرير أن الغالبية العظمى من المستهلكين في لبنان (76 في المئة) يستخدمون أقل من 1 غيغابايت من البيانات المتحركة شهرياً بسبب سرعة الإنترنت التي لا تساعدهم في استخدام بيانات أكثر وتركيزهم على الرسائل الفورية والتطبيقات الهاتفية التي لا تستهلك بدورها الكثير من الغيغابايت.

نواجهها كل يوم.

أن أدير عدة بلدان ومناطق فذلك تحدّ كبير. لكن الصبر والعمل الدؤوب عاملان أساسيان، ولا شك بأن شركة «إريكسون» هي من أكبر الداعمين للسيدات المتفوقات. لذلك نحرص دائماً على زيادة عدد العاملات في الشركة وترأسهن مناصب متقدمة عاماً بعد عام. عائلتي كانت أكبر مصدر قوة لي رغم وجود عوائق عدة، ولكنني تمكّنت من التوفيق بين حياتي العائلية ومنصبي الذي يأخذ الكثير من وقتي.

■ هل مشاركة النساء في قطاع الاتصالات في المنطقة مرضية من حيث أعدادهن والمناصب التي يحتلنها؟ وهل تعتبرين أن لوسائل الاتصال الحديثة

منحتك جوائز إنجازات السيدات القياديات جائزة «السيدة الفاعلة» لعام 2016. ما هي أهمية هذه الجائزة بالنسبة إليك؟ وهل هي تكريم فردي أم لشركة «إريكسون» ككل؟

هذه الجائزة لها قيمة معنوية وتقديرية كبيرة بحيث تجمع حوالي 500 شخصية قيادية وتبرز جهودها على مرّ السنوات، وخاصة أنها جائزة عربية مخصصة لتكريم السيدات المتميزات. وطبعاً لا يمكن أن أمنح هذا التقدير لجهود الشخصية فحسب، بل هناك فريق عمل من المبدعين الذين يعملون جاهدين في المنطقة التي أترأسها لتقديم كل ما هو متطور في عالم التكنولوجيا، وعلى صعيد الخدمات التي نعبرها أساسية في مسيرة إريكسون واتجاه عملائنا.

■ حديثنا عن تجربتك في عالم الاتصالات؟ متى بدأت العمل في هذا القطاع وما هي أبرز المناصب التي تسلمتها والإنجازات التي تحققت؟

من أكثر من 35 عاماً على عملي في قطاع الاتصالات، بدءاً من عام 1981 في تلّكوم ماليزيا. وتنقلت بين مناطق عدة من بينها أبو ظبي، لندن وبنغلاديش حيث عينت رئيسة «إريكسون».

كل هذه التجارب عزّزت ثقتي بنفسي وساعدتني في التطوّر والتقدّم في هذا القطاع. وأظنّ أنّ النجاح هو حصيلة العمل الجادّ والطموح والالتزام. وكذلك وضع هدف معيّن وبذل الجهد للوصول إليه. هذا هو النجاح الحقيقي.

■ ما هي في رأيك المقومات التي تساعد النساء في المنطقة في أن يكن فاعلات في مجتمعاتهن وما هي العوائق التي تحول دون ذلك؟

عمل النساء في العالم أجمع ليس بالأمر السهل ولا سيما في مجال التكنولوجيا وعالم الاتصالات. من الصعب على المرأة العاملة وربّما المنزل الوصول إلى مراكز عالية في منطقة الشرق الأوسط والدول الآسيوية بسبب متطلبات العائلة والمجتمع، ناهيك عن التحديات التي



سرعة الإنترنت في لبنان لا تساعد اللبنانيين في استخدام بيانات أكثر



عمل النساء في العالم أجمع ليس بالأمر السهل ولا سيما في مجال التكنولوجيا وعالم الاتصالات. من الصعب على المرأة العاملة وربّما المنزل الوصول إلى مراكز عالية في منطقة الشرق الأوسط والدول الآسيوية بسبب متطلبات العائلة والمجتمع، ناهيك عن التحديات التي