

## «بيرة» مثيرة

رهزي ج التجار

رغم ابتعادي منذ أكثر من عقد ونيّف عن الإعلان مهنة أساسية لي والتزامي بمجال الاستشارات الإعلامية والتواصلية الاستراتيجية، إلا أنني شعرت بالاستفزاز والمهانة التي تروّج لبيرة عبر مسلسل من الإعلانات التي تنتهي بكلمات مفادها إن الإعلان لا زال جارياً ويتبع... والبيرة المثيرة تصرّ على إظهار شركات الإعلان والمبدع الإعلاني ذكراً وأنثى بنموذج الغباء أو البله، حيث لا يستوعب الشاب أو الشابة معلومات بديهية عن مزايا البيرة المعلنة، ونلاحظ حوارهما الذي يصرّ على إظهارهما بصورة المهرج أو المعتوه أو العاجز عن استيعاب ما يقال لهما.

أما البعد الثاني في هذا المسلسل الإعلاني وهو لا يقل عنصرية وإمعاناً في إهانة نموذج المبدع ووكالة الإعلان في لبنان، فهو الإمعان في تصوير المحترف لهذه المهنة المميّزة والمشرّفة على أنه مجرّد من القيم والمهنية الأخلاقية، إذ تناور الشابة وتتمرّن لتبرّر فشل إيجاد الفكرة المثالية للبيرة المثيرة، فإذا هي مرة تكذب أو تدّعي بأن مانع إبداعها هو مرض أحد أقاربها ودخوله العناية في المستشفى، أو تتحدّج بالأبراج التي نصحتها بأن لا تفكر بينما يعجز زميلها عن استيعاب كلام العامل في شركة البيرة والذي لا يتعدى كلامه أبسط شروط مراقبة الجودة ووصف عملية التصنيع.

مؤسف أن تُهان مهنة ويعمّم نموذجها كما لو أنها بؤرة مدعين سُدّج فارغين وشبه محتالين فاشلين، وذلك لترويج بيرة وقعت في الإثارة المهينة ولم تولد فكرة رغم أنها تدّعي البحث عنها.

ما هكذا تورد الإبل. وصناعة الإعلان والإبداع هي مصدر فخر للبنان، وجامعاتنا كلها التي أفردت لها كليات لتعليمها وريادة لبنان للإعلان في العالم العربي والفوز المتكرر للبنانيين ولبنانيات من المبدعين والمبدعات لجوائز أوروبية وعالمية. كل هذا الإنجاز لا يستحقّ حتماً تسطيح وتنقيته وتسفيه وتنميط العاملين في هذا القطاع المميز، والذي هو عن جدارة مصدر اعتزاز لكل لبنان.

كلمة أخيرة: أولاً: المرح أو الإيحاء بالدهاء (humor and wit) يتطلب إبداعاً وظلالاً (nuance) غير متوفرة حتماً في هذا المسلسل الأقرب إلى الركلام منه إلى إعلان. وثانياً: الإثارة والجنوح إلى السهولة والتعدي على كرامة مهنة مبدعة لن يبيع البيرة المثيرة لأنه كلام «رغوة» بلا محتوى.

## قطاع

## نخال

## سوق السفر «ستنظف» نفسها

بعد أكثر من نصف قرن من العمل في صناعة السياحة والسفر في بلد «صعب» كلبان، تترعب شركة «نخال» على قائمة كبريات الشركات اللبنانية الرائدة في هذا القطاع. صحيح أن السفر بات أمراً «مقدوراً» عليه أكثر من السابق، خاصة في الثقافة اللبنانية، وباتت أكلافه بمتناول فئات أكثر من ذي قبل، وصحيح أن شركات السفر نمت بشكل لافت في لبنان خلال السنوات الأخيرة، وتتنافس في ما بينها لتقديم العروض الأكثر إغراءً لزبائنها، إلا أن «نخال» ميزات تفضلية عدة تجعلها الأقوى والأشمل على الساحة المحلية.

## شركة عالمية

من المحبب للمدير العام لـ «شركة نخال» إليي نخال أن توصف شركته بأنها «عائلية». فهذا الأمر من منظوره يكرّس مفهوم أن «نخال» وزبائنها «عائلة واحدة»، لا تنتهي علاقتهم بمجرد حجز وسفر، بل تتواصل وتستمّر. فنحن اليوم لدينا زبائن كانوا يسافرون مع والدي منذ عشرات السنين، بات أولادهم وأولاد أولادهم يسافرون معنا اليوم. هذا جوهر تميزنا، قوة العلاقة التي تربطنا مع زبائننا، وثقتهم بنا وبتقديماتنا وولائهم لما اختبروه معنا».

وكما أن العائلة تحتاج دوماً إلى تجديد في روحيتها وكسر الروتين، يشير نخال إلى «أننا في شركة نخال

## سيارات

## نيسان «Kicks»... سيارة المدن «الذكية»

خطت شركة نيسان خطوة جديدة نحو تأكيد ريادتها في فئة سيارات الكروس أوفر من خلال إطلاقها الجيل الأول من سيارة «Kicks» التي أتت لتحل مكان طرازي «Juke» و«Qashqai» اللذين لكانا متوفرين بعد الآن خلال الأشهر القليلة المقبلة في أسواق الشرق الأوسط. ويبدو أن المولود الجديد الذي أصبح متوفراً في السوق اللبنانية من خلال صالات عرض شركة رسامني يونس للسيارات «ريمكو» الوكيل الحصري لعلامة نيسان في لبنان التي فرضت نفسها بسرعة فائقة مع الإقبال الكثيف للمستهلكين على الطراز الحديث وهو ما أدى إلى نضوب المستودعات كلياً خلال 3 أسابيع فقط!

علاقة شركة نيسان مع طرازات الكروس أوفر ليست بالجديدة. فالشركة العالمية كانت سباقة في إطلاق هذه الفئة والإيمان بجاذبيتها، وذلك منذ عام 2003 حين أطلقت إنفينيتي FX ومن ثم نيسان «Juke» لتكرس نفسها مرجعاً في تصنيع هذا النوع من السيارات، وتدفع باقي المصنعين العالميين إلى السير على خطاها وفقاً لمدير التسويق في «ريمكو» جاد أيوب.



تلقت طرازات الكروس أوفر رواجاً كبيراً في لبنان

لدينا زبائن اليوم كان  
أهلهم يسافرون  
مع والدي



يقوم موظفونا بالتحدث معهم وترك أرقام هواتفهم في حال أراد الزبائن معلومات إضافية، لأن اللمسة الإنسانية تبقى الأساس حتى لزبائن الأونلاين».

## فوضى في السوق

ظاهرة لافتة سجلت خلال الأعوام



هناك فوضى

في عمل الشركات

ونقص في الرقابة من

قبل النقابة والوزارات



يمكن إستبدال أي

سيارة مهما كان تاريخ

تصنيعها أو نوعيتها

بسيارة «Kicks»



## سيارة المدن

يشير أيوب إلى أن طرازات الكروس أوفر تلقى رواجاً هائلاً في الأسواق العالمية وفي السوق اللبنانية. فبدل شراء سيارة هاتشباك ذات الحجم المتوسط بات المستهلك يفضل اقتناء سيارة لا تختلف من حيث الحجم عن الهاتشباك، لكنها تتميز بكونها أكثر ارتفاعاً ما يمنحها طابعاً أجراً وشخصية أقوى، وهو ما يشعر السائق بالمزيد من الثقة والأمان.

في هذا الإطار يوضح مدير التسويق في «ريمكو» أن سيارة نيسان «Kicks» تجمع ما بين طرازي «Juke» و«Qashqai» فهي أكبر حجماً من الأولى وأقرب إلى الثانية، ما يجعلها