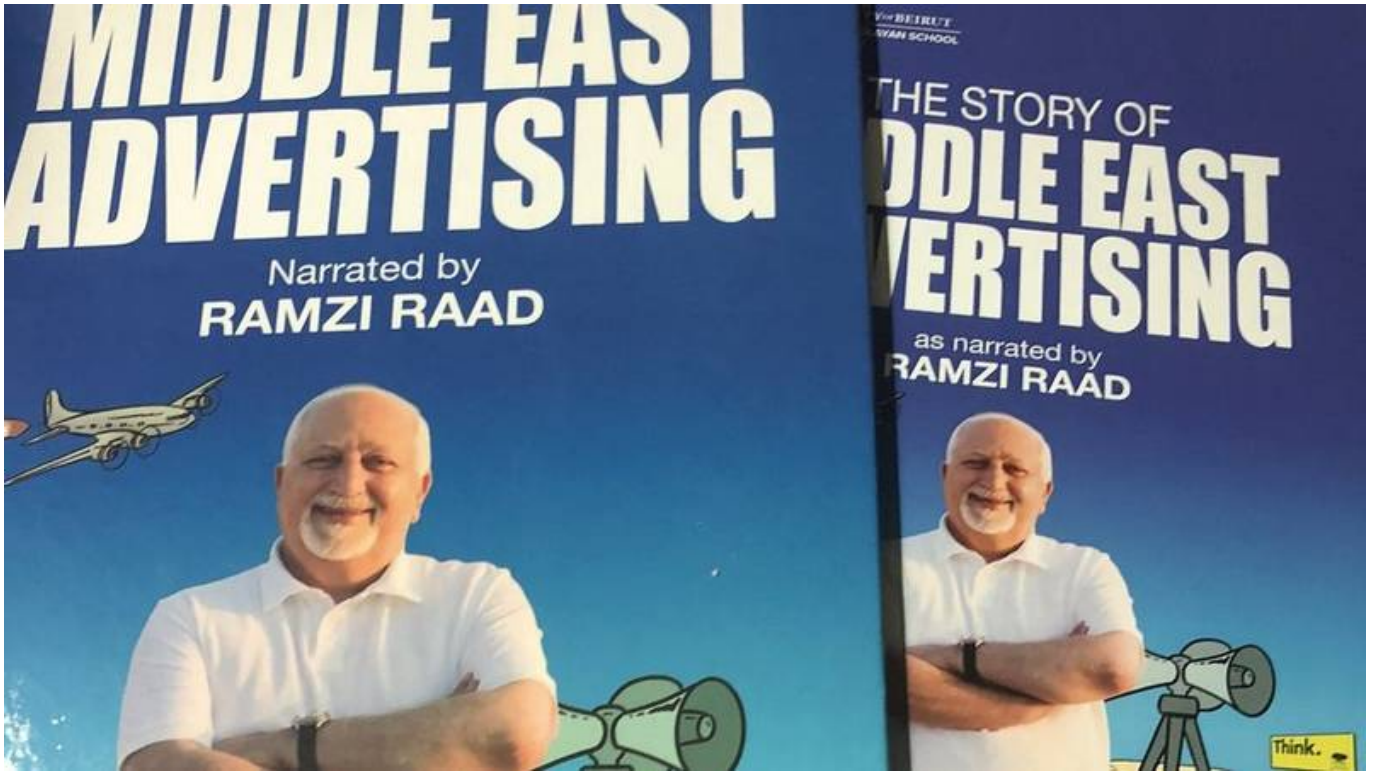


قصة صناعة الإعلان في الشرق الأوسط بين دفتي كتاب



خلال تقديمه كتابه الجديد بعنوان «قصة صناعة الإعلان في الشرق الأوسط»، يقول رمزي رعد، الشريك المؤسس ورئيس مجلس إدارة مجموعة «تي بي دبليو إيه رعد»: «بطل قصتي هو صناعة الإعلان في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا». موضحاً أن كتابه لم يكن يستهدف رحلته الشخصية في مجال الإعلان فحسب، بل يسلط الضوء أيضاً على ملحمة الإعلان كصناعة والإنجازات التي حققتها في المنطقة من وجهة نظره

ناقش رعد في كتابه عملية البناء، ومن أين جاءت فكرة الكتاب، والبحث الذي انطوى عليه، والأهم من ذلك الدافع والطموح، مشيراً إلى أن الحكاية بدأت بعد نشر كتابه الأول، «عقد من الاضطراب»، عندها شرع رعد بتدوين أفكاره المتناثرة وملاحظاته المختلفة، وأي تجربة أو حادثة تستحق المشاركة مر بها خلال سنوات عمره، وكتب كل ذلك على تذاكر الطيران والمناديل وغيرها من الأسطح غير المتوقعة للكتابة

يروى كتاب «قصة صناعة الإعلان في الشرق الأوسط» قصص الأسواق والعملاء وأنظمة الاتصال بشكل مستقل، ويعبر بالقرءاء في أروقة صناعة الإعلان، ويأخذهم وراء الكواليس ليكتشفوا بأنفسهم سرد رعد الشخصي، تماماً كما رأى وخبر

خلال رحلته لنصف قرن

يهدف رعد أيضاً من خلال كتابه الغني بالمعلومات إلى تدريب الطلاب والوافدين الجدد إلى صناعة الإعلان، وإطلاعهم على التحديات التي واجهها أسلافهم من رواد الإعلان لرسم طريق الصناعة المزدهر داخل المنطقة وخارجها، وصولاً إلى مستواها الحالي

وتحمل الفصول الـ 141 من الكتاب، والتي تشكل 540 صفحة مجزأة، عناوين غريبة مثل «رجال الإعلان المرحين من الستينيات»، و«تحويل حجاج مكة إلى سفراء للعلامة التجارية»، و«التحليق في مرحاض الطائرات»، و«ألق نظرة فاحصة على بيروت قبل أن تحترق على الأرض»، و«إقناع السعوديين بشرب المياه المعبأة»، مما يوضح بشكل لا لبس فيه إتقان الكاتب فن السرد القصصي، وإلمامه بالوصفات الأدبية لإثارة حفيظة القراء

يقول رعد: «لقد كتبت هذا الكتاب لأثبت للعالم أننا نجحنا في تطوير صناعة اتصالات قوية في الشرق الأوسط، صناعةً تتسم بالديناميكية الكافية لدعم الأسواق والعلامات التجارية المحلية، التي بات الكثير منها رائداً على الساحة العالمية

• البدايات

لأكثر من 50 عاماً، كان رمزي رعد في مقدمة صناعة الإعلان في العالم العربي، فبعد تخرجه في الجامعة الأمريكية في إلى أول شبكة إعلان إقليمية، عبر Intermarkets «بيروت عام 1969، ساهم رعد بتحويل وكالة «إنترماركيتس» تأسيس فروع لها في الكويت والبحرين والمملكة العربية السعودية ومصر والأردن واليمن. لينتقل بعد ذلك إلى دبي عام 1975، ولتصبح دبي منذ ذلك الوقت المركز الرئيسي لأعمال المجموعة التي سرعان ما أصبحت واحدة من أكثر وكالات الإعلان شهرة في المنطقة

عام 1988، انتُخب رعد رئيساً لفرع دولة الإمارات للجمعية الدولية للإعلان، ليشغل بعدها منصب نائب الرئيس العالمي للجمعية الدولية للإعلان ومديرها الإقليمي لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا عام 1990. كما ساهم في تأسيس عدد من الجمعيات والمنتديات ووكالات الإعلان في الشرق الأوسط. وألقى عدداً من المحاضرات عن الإعلان العربي في معظم العواصم والمدن العربية والعالمية

عمل رعد أيضاً مستشاراً للشرق الأوسط لمجلس تنمية التجارة في هونغ كونغ بين عامي 1988 و2000. وساهم في تأسيس نادي دبي للصحافة، وعمل مستشاراً له عامي 1999 و2000