

: NARRATIVE. :

everything that happens between
THE COLON AND THE DOT

مقدمة

نعمل معا من أجل بناء اسم قوي
لمصر بهدف أن نصبح مسئولين
من جديد عن سرد قصة بلادنا

انطلقت فعاليات القمة الدولية للعلاقات العامة والإعلام تحت عنوان Narrative PR Summit "صوت مصر" كمبادرة في شهر أكتوبر عام ٢٠١٦، لتصبح بعد ذلك منتدى سنويا يعقد بانتظام في مصر، ويضم مجموعة من المسؤولين البارزين في أهم المؤسسات الحكومية والخاصة، تحت سقف واحد، بهدف التأكيد على أهمية خلق صورة إيجابية وهوية قوية لمصر أمام العالم.

فالطريقة التي يتم بها التعبير عن الدول والنظر إليها تسهم بشكل كبير في نجاح الجهود الاقتصادية، والتجارية والسياحية لهذه الدول، فضلا عن علاقاتها الدبلوماسية والثقافية مع البلاد الأخرى.

اليوم يرى البعض هويتنا من خلال آخرين، وهو ما يجعل هناك ضرورة أن تقوم الدولة بتقديم قصتها للعالم بنفسها، وأكثر الطرق فاعلية للقيام بذلك هي تبني استراتيجية شاملة لبناء الهوية الوطنية لمصر، والتي تمتد من كونها محاولة لإبراز الإمكانيات السياحية للدولة لتشمل حملة دولية في الداخل والخارج.

ويظهر تقرير هوية الدول Nation Brands لعام ٢٠١٧ والذي نشرته شركة "برانند فاينانس" في يناير ٢٠١٨ أن فرنسا من بين أكثر ٢٠ دولة تمتلك أكثر الهويات الوطنية قيمة حول العالم، ونجحت في الاستمرار في تعزيز قيمة هويتها بشكل ملحوظ هذا العام. ويرجع هذا إلى الجهود التي تبذلها الحكومة الفرنسية في هذا الصدد في جميع أنحاء العالم.

ولقياس قيمة الهوية الوطنية للدول، أنشأت "برانند فاينانس" مؤشر قوة الهوية الوطنية والذي يأخذ في الاعتبار مجموعة واسعة من معايير ظروف الاستثمار، ويشمل ذلك التدريب والمهارات، والبيئة الاجتماعية، ومستوى الفساد، ونوعية الحياة، فضلا عن ظروف السوق للسلع والخدمات.

وجمعت وثيقة التوصيات جميع التصريحات من الـ ٣٩ متحدثا أثناء Narrative PR Summit ولذلك شغلنا لجنة من الخبراء تتألف من السيدة لمياء كامل خبير الاتصالات الاستراتيجية - الرئيس التنفيذي لشركة CC Plus ومؤسس المنتدى الدولي للعلاقات العامة والإعلام، Narrative PR Summit، السيد هاني محمود - خبير إداري - وزير التنمية الإدارية الأسبق ووزير الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الأسبق-رئيس مجلس إدارة فودافون مصر والسيد

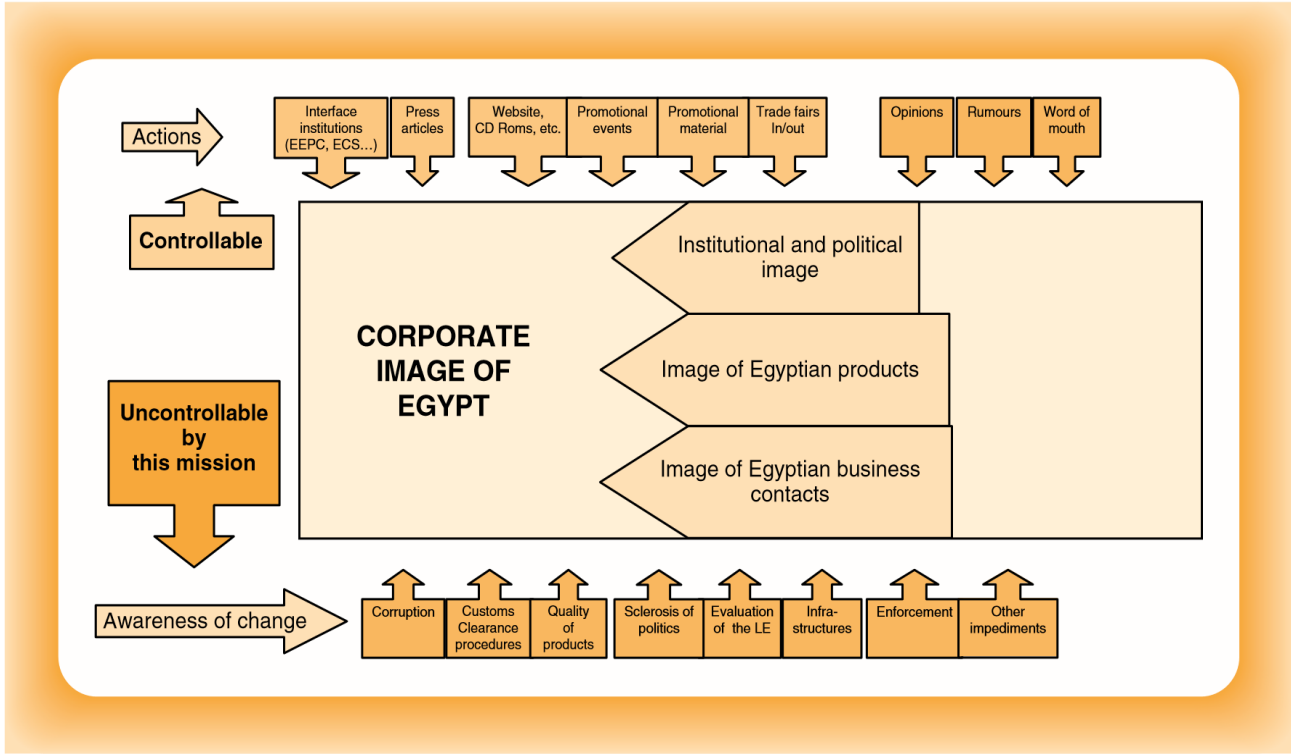
: NARRATIVE. :

everything that happens between
THE COLON AND THE DOT

إبراهيم المناسترلي - خبير صناعة - رئيس مصلحة الرقابة الصناعية والسيد إيهاب مصطفى - خبير تكنولوجيا - رئيس إيتيدا السابق - مدير عام الإدارة بشركة Dell EMC، والسيد شريف عبد القادر - خبير العلامات التجارية والتسويق - ماجستير التسويق الدولي والهوية الوطنية، جامعة ستراثكلايد، المملكة المتحدة.

وعكفت اللجنة على وضع التوصيات التي يمكنها أن تخلق صورة إيجابية وتحسن قيمة الهوية الوطنية المصرية وتضعها في مركز متقدم، مع ضرورة متابعة تنفيذها من قبل الجهات المختصة.

يمكننا أولاً استعراض الصورة المؤسسية لمصر والعوامل التي يمكن التحكم بها مقابل تلك التي لا يمكن التحكم بها:



صورة الأعمال في مصر - العناصر والعوامل المؤثرة، من كتاب كيث ديني "هوية الدول"

لا تمتلك أي دولة هوية قوية دون محركات تسويق رئيسية تدفعها، لذلك كان يجب أن تكون القمة الدولية للعلاقات العامة والإعلام مبتكرة من خلال وضع نهج يتم عن طريقه خلق عملية تضمن أساساً قويا جدا لصورة واسم مصر كدولة عظمى مؤثرة.

: NARRATIVE. •

everything that happens between
THE COLON AND THE DOT

يتم تقسيم هذه العملية على النحو التالي:

الجوانب الرئيسية – الخطوات الأولى:

المرحلة الأولى: خلق "وعد" تقدمه الهوية الوطنية – ماذا تقدم مصر لزوارها الدوليين؟

المرحلة الثانية: تحديد الشريحة المستهدفة من الزوار الدوليين – من سيقوم بزيارتها.. ولماذا؟

المرحلة الثالثة: وضع نظام متابعة عالمي للهوية الوطنية لمصر لقياس الاتصالات القائمة والتطورات المستمرة.

المرحلة الرابعة: تحديد الفرص الذهبية لخلق الحافز – الأحداث الدولية مثل (الألعاب الأولمبية للشباب ٢٠٢٣) والمؤتمرات مثل (المعرض الدولي ٢٠٢٧).

وفقا لـ"كيث ديني" في كتابه "هوية الدول":

تعد مصر مثالا مثيرا للاهتمام لدولة حاولت أن تميز نفسها إلى حد كبير من خلال الاعتماد على منتج واحد عالي الجودة، وهو القطن المصري.

إلا أنه من خلال التركيز على منتج واحد كجانب رئيسي للدولة يعد تحديا كبيرا لأنه، في حال تدهور ظروف سوق القطن، هناك خطر أن يؤثر ذلك بالتالي بشكل سلبي على صورة وهوية الدولة. ولذلك يتسني على الحكومة المصرية أن تقوم بدلا من ذلك بالتركيز على تبني استراتيجية شاملة لبناء الهوية الوطنية تشمل عدة مجالات.

يقدم "سيمون أنولت" خبير بناء هوية الدول ستة أبعاد للكفاءة الوطنية لاكتشاف صورة الدول: الاستثمار، الصادرات، الحوكمة، الاستثمار والهجرة، الثقافة والتراث، والسياحة.

وتوفر هذه الاستراتيجية مؤشرات أداء رئيسية ممتازة للقطاعين العام والخاص لتحقيق السيطرة المركزية وإدارة الرؤية والتوجه الاستراتيجي العام.



8 L Abdel Raouf Road,
From Tunis Street,
Off El Gazayer Street,
New Maadi, Cairo, Egypt



(02) 251-714-94



narrativesummit.com



narrativesummit



info@narrativesummit.com

NARRATIVE.
PR SUMMIT

: NARRATIVE. •

everything that happens between
THE COLON AND THE DOT

تعتمد العلامات التجارية الرائدة على "الحقائق" - تظهر "الحقائق" الخاصة بمصر إمكانات هائلة:

- نمو الناتج المحلي الإجمالي بأكثر من ٤ بالمائة على مدى العامين الماضيين، مقارنة بنصف الرقم في الفترة التي تلت ثورات الربيع العربي.
- توقعات بزيادة عدد السياح إلى مستويات ما قبل الثورة، من ٥,٣ مليون في عام ٢٠١٦ إلى أكثر من ١٠ ملايين زائر.
- المقياس: عدد سكان مصر الكبير والاقتصاد الكبير يعني أنها قوة إقليمية مؤثرة.
- الشباب: ٦٥ بالمائة من السكان دون الثلاثين؛ وهو ما يمثل قوة كبيرة للمستثمرين.
- الفنون والثقافة: قلب الثقافة العربية الشعبية.
- الدين: تحتضن مصر الأزهر الشريف، وهو أهم صوت للإسلام الوسطي اليوم.
- الرياضة: تأهل المنتخب الوطني لكأس العالم/ القوة المهيمنة في كل الألعاب الرياضية الأفريقية والعربية.

تمتلك مصر قصة عظيمة يتوق العالم للاستماع إليها، يمكن أن يتم سرد كل هذه القصص وأكثر بشكل فعال من خلال استراتيجية قوية وشاملة للهوية الوطنية والاتصالات.

عندما يتعلق الأمر بالترويج، نكون بحاجة إلى تبني نهج تصاعدي لنسرد من خلاله قصتنا مع النظر في الوقت ذاته إلى الأمور بمنظور شامل.

وهذا يتطلب تقسيم قصة مصر إلى رسائل قصيرة وتحديد تفاصيل دقيقة عند شرح وضع بلدنا وهذا سيتيح لنا إجراء مناقشات بناءة مع الاستفادة من العمل الجاد الذي تقوم به الدولة. فنحن لدينا قصة مميزة قائمة علي تاريخ عريق لا مثيل له، وبالتالي نحن بحاجة إلى تطوير رسائل بسيطة للترويج لقصتنا بشكل فعال.

الخطوات الأساسية:

- وضع رؤية للهوية الوطنية لمصر والترويج لها:
- سيتم النظر إلى مصر باعتبارها أفضل وجهة للأعمال والاستثمار والسياحة.
- إعادة الترويج للبرنامج المصري تحت رعاية السيد رئيس الوزراء "مصر، أرض الفرص".

• NARRATIVE. •

everything that happens between
THE COLON AND THE DOT

• إنشاء برنامج وطني برعاية رئيس الجمهورية لتغيير السلوكيات السلبية المتعلقة بالهوية الوطنية على أن يستمر البرنامج لمدة خمس سنوات بهدف تغيير أكثر من ١٠ إلى ١٥ سلوكا ثقافيا سلبيا في مصر.

وفيما يلي بعض الأمثلة عن كيفية استخدام التطبيقات لتحقيق الأهداف المذكورة أعلاه:

قياس هوية الأمم

في السوق العالمية، أصبحت الهوية الوطنية للدول أحد أهم الأصول التي تملكها الدول، ويكون العامل الرئيسي لخلق هوية قوية للدول هو تناول جميع القطاعات الجاذبة، وتشجيع الاستثمارات الأجنبية، وزيادة قيمة الصادرات، وجذب السياح.

أين نحن اليوم؟

يجري استخدام علامة تجارية لتعزيز الدراية المصرية والترويج لبلدنا الجميل على مستوى العالم: وشعار "مصر بداية الحكاية".

أطلقت وزارة السياحة في السنوات القليلة الماضية العديد من الحملات الملهمة بهدف تعزيز التنوع في قطاع السياحة في مصر. لكن كما رأينا مع مثال جمهورية الدومينيكان، ليس من السهل تطبيق شعار السياحة على السلع والخدمات.

وفي ظل نقص العملة الصعبة، تواجه هذه المبادرات تحديا ليس فقط للنجاح في الترويج للمنتجات المحلية باعتبارها الأرخص، لكن أيضا باعتبارها ذات جودة أعلى وهو ما يواجه بعض الصعوبات.

ومن هذا المنظور، فإن منتجات المنسوجات هي بلا شك أحد الأصول الرئيسية التي يمكن الاستفادة منها في بناء الهوية الوطنية لمصر، حيث ظلت مصر لسنوات كثيرة مشهورة عالميا بمنتجات المنسوجات والمعروفة بالجودة العالية للقطن، العلامات التجارية المفضلة مثل كوتونيل، موباكو وكوتونوس. واستطاعت في الآونة الأخيرة بعض الشركات الجديدة مثل "كليم مصر" إعادة إحياء صناعة الكليم في مدينة "قوه" بعدما كادت أن تتلاشى.

ولاشك أن القطن ليس الصناعة الوحيدة التي تظهر المواهب المصرية، فقطاع خدمة العملاء علي سبيل المثال هو واحد من أقوى القطاعات، وكما تفعل العديد من الشركات الفرنسية أمثال تيلي بيرفورمانس أو ناولس، تقوم أورنج

: NARRATIVE. •

everything that happens between
THE COLON AND THE DOT

مصر بتوظيف الآلاف من الشباب ممن يستطيعون التحدث بعدة لغات وأصحاب التعليم الجيد لتقديم الدعم للعملاء الدوليين في جميع أنحاء العالم.

بدأت شبكة من الشركات الناشئة في الظهور، مما كان له دور في إطلاق العنان لقدرات المصريين على المخاطرة وريادة الأعمال. يمكن للشركات الناشئة المصرية مثل "إنستاباج" الاعتماد على دعم الشركات الكبرى، مثل مركز الابتكار Flat6Labs الذي تم إطلاقه في القاهرة في يونيو ٢٠١١.

وفي الوقت نفسه، بدأت الشركات المصرية في اقتحام أسواق جديدة مثل سوق الهواتف الذكية وصناعة السيارات. وقاد رائد الأعمال المصري أحمد سعيد الفقي مشروعاً طموحاً لإنتاج سيارة مصرية بنسبة ١٠٠٪، والتي ستكون النسخة المصرية من التوكتوك، لكن أكثر أماناً وراحة.

تقوم شركة سيكو المصرية بتصنيع الهواتف الذكية المصرية الصنع في مصنعها بأسبوط، وتستهدف الشركة السوق المحلية وكذلك الدول الأفريقية. كما تعمل المبادرات الحكومية، مثل المنطقة الصناعية سيليكون واحة، على دعم تلك المشروعات الصناعية.

كل هذه المبادرات تحتاج إلى التعزيز من خلال خلق هوية وطنية قوية يمكنها الترويج للمنتجات والخدمات المصرية في الخارج ودعم اقتصاد البلاد بشكل عام. ويتمثل التحدي الرئيسي لهذه الصورة والهوية الوطنية في تبني تنوع الاقتصاد المصري والترويج ليس فقط للأسعار، ولكن أيضاً لجودة المنتجات والخدمات المصرية، بدءاً من السياحة ومراكز خدمة العملاء ووصولاً إلى النسيج الممتاز والشركات الناشئة المبتكرة.

وفي زمن العولمة والمنافسة الدولية العالية، يتسنى على الدول أن تعيد الترويج لنفسها لتكون قادرة على النمو. لقد حان الوقت الآن لابتكار أو إعادة خلق الصورة والهوية التي تستحقها مصر.

دور السياحة والثقافة في هوية الدولة

استخدام التكنولوجيا لجذب السائحين

تعتبر التكنولوجيا هي الأداة الرئيسية والأهم لتنشيط السياحة والترويج لها في وقتنا الحالي، فهي لم تعد خياراً كما كان من قبل، بل أصبحت ضرورة حتمية، فالتكنولوجيا تسهم بشكل كبير، في تقليل تكاليف الترويج وتخفيض حجم العمالة، وتساعد السائح في اختيار الوجهة المناسبة.



8 L Abdel Raouf Road,
From Tunis Street,
Off El Gazayer Street,
New Maadi, Cairo, Egypt



(02) 251-714-94



narrativesummit.com



narrativesummit



info@narrativesummit.com

NARRATIVE.
PR SUMMIT

: NARRATIVE. :

everything that happens between
THE COLON AND THE DOT

وفي ظل التنافس الكبير بين المقاصد والوجهات السياحية في العالم، وباعتبار السياحة، واحدة من أهم الصناعات التي تحقق دخلا قوميا كبيرا للدول، فإن استخدام التكنولوجيا في التنشيط السياحي، يلعب الدور الأكبر في تطوير صناعة السياحة، بكل تفاصيلها بداية من تدريب وتأهيل العاملين، وصولا لحصول السائح على المعلومة والبيانات السليمة.

وعلى هذا يتطلب وجود خطة واحدة ومحددة، تستخدم من خلالها التكنولوجيا لجذب السائحين، من حيث تطوير أداء العاملين، أو الخدمات المقدمة للسائح، أو الترويج للمقاصد السياحية نفسها.

خلق شراكات بين هيئة تنشيط السياحة وشركات تنظيم الحفلات والمؤتمرات العالمية

ضرورة عقد شراكات بين هيئة تنشيط السياحة، والشركات العالمية المنظمة للحفلات والمؤتمرات، لوضع مصر ضمن برامجها، فهذه الشركات تعد نافذة أو واجهة مؤثرة في الجمهور المستهدف، بالأسواق الخارجية، وهو ما يساعد على الترويج للمناطق السياحية بمصر، وجعلها مقصدا رئيسيا للسائحين من مختلف بلاد العالم.

ويجب أن تؤكد الرسالة الموجهة من خلال تلك الشركات أن مصر لديها العديد من عوامل الترفيه، والمزارات السياحية المختلفة، وأنها كدولة حضارية لا تفرق بين السائحين وتفتح ذراعيها للجميع، وأنها مستعدة لتقديم أفضل الخدمات لزائريها، علاوة على التركيز على العوامل الأخرى التي تجذب السائح باختلاف جنسياته، سواء تلك المتعلقة بدرجات الحرارة والجو المثالي في معظم فترات العام، أو البرامج السياحية الأقل سعرا وغيرها.

أسلوب التعامل مع السائحين

أول ما يتحدث عنه أى سائح بعد الرجوع لبلاده هو كيفية تعامل أهل البلد معه وسلوكياتهم، فهو يعطي انطباعا سواء إيجابيا أم سلبيا، لذلك يجب أن يتقن الجميع فنون التعامل مع السائح، وطرق إرضائه، فلا بد أن يشعر السائح بالأمان وأنه لم يتعرض للنصب، وأن تكون هناك تسعيرة محددة لكل السلع التي من المتوقع أن يستخدمها السائح، كذلك سهولة تحرك السائح وتنقله، أولا من خلال توافر وسائل مواصلات مناسبة وآمنة، وثانيا من خلال وجود خرائط ومعلومات تساعده على الوصول لهدفه دون أن يضيع وقته في البحث، وأن تكون خريطة الزيارة محددة وواضحة، بحيث لا تقع عين السائح على صور أو سلوك سلبي قدر الإمكان.

سلوك المواطنين مع السياح والتعامل برقي، من أهم الوسائل التي تساعد على عودة السائح مرة أخرى، فنحن نحتاج لدورات تثقيفية لكيفية التعامل مع السياح، بنوع من الود والأخلاق السليمة المعبرة عنا، وأكبر مثال لذلك، اللاعب المصري محمد علي رشوان، بطل الجودو، والذي ساعد على زيادة نسبة السياحة اليابانية لمصر بنسبة ٣٠٠% بعد

: NARRATIVE. •

everything that happens between
THE COLON AND THE DOT

موقفه في المباراة النهائية أمام اللاعب الياباني في أولمبياد ١٩٨٤ وعدم استغلاله لإصابته. فكلما زادت نقاط مستوى تحسين السمعة تزيد معه معدلات تدفق السياحة، ويجدر أيضا أن نشير إلى اللاعب المصري محمد صلاح، لاعب نادي ليفربول الإنجليزي الذي استطاع أن يروج لاسم مصر خارجيا بما يعادل جهود تشكيل وزاري كامل أو ما يعادل ١٠ ملايين مصري.

خلق محتوى فني وثقافي

ضرورة خلق محتوى فني وثقافي يعبر عن الدولة المصرية وتاريخها الحضاري بجزوره في أعماق التاريخ، فالثقافة ما هي إلا تعبير عن تاريخ وهوية الوطن، فهي التي ترسم صورة عن الواقع والماضي، وعن العادات والتقاليد والقيم، والخبرات التي اكتسبها أبناء الوطن.

الثقافة هوية، ونحن نملك أكبر وأهم ثقافة في التاريخ، وعلينا أن نبرزها وأن تكون ظاهرة وواضحة، ونعيد صياغتها بأسلوب يتلاءم مع واقعنا، ويصل بسلاسة لمن نخاطبه، حتى نعبر عن هويتنا الوطنية ونحددنا.

لذلك علينا أن نعمل على ترسيخ ثقافتنا وفنوننا التي تميزنا بها، سواء على مستوى الأفراد، أو المنظمات أو الدولة، من خلال المحافظة على موروثاتنا الثقافية والتوعية بها ونقلها من جيل لآخر، وهذا من خلال المؤسسات الدينية (الأزهر، الكنيسة)، والمدارس (المنهج المدرسية، الندوات التثقيفية) والمراكز الثقافية، ووسائل الإعلام (المرئية، المسموعة، المقروءة)، الأعمال الفنية (أفلام، مسلسلات، مسرحيات، معارض).

لابد من العمل على الثقافة المصرية والتركيز عليها سواء على المستوى الرسمي أو مشاركة المواطنين، فالثقافة لها دور مهم في بناء الهوية.

دور الصناعة في التسويق لمصر كمناخ جاذب للاستثمار

أولا التسويق الداخلي

١. وضعت الدولة قانونا لتيسير إجراءات الترخيص وذلك لتنمية الصناعات الوطنية.
٢. جرى وضع آلية لتيسير ترخيص مراكز خدمة وصيانة تلحق بالمصانع الوطنية.
٣. أصدرت قرارات ملزمة لمتابعة مستلزمات الإنتاج وقطع الغيار الخدمية لتعميق مفهوم الصناعة المحلية والنهوض بها.

: NARRATIVE. :

everything that happens between
THE COLON AND THE DOT

٤. قانون الاستثمار الجديد والذي تبنى فكر الشباك الواحد للتيسير على كافة المستثمرين، وذلك بإنهاء كافة الإجراءات للترخيص من شباك واحد، ووضع امتيازات للاستثمار من بينها المشاركة فى تدريب العمالة وتأهيلها.
٥. إطلاق خريطة الاستثمار الصناعى والتي سهلت على كافة المستثمرين معرفة الأنشطة الصناعية المتاحة والتجمعات الصناعية وأماكن إقامتها.
٦. وزارة الصناعة تتبنى تدريب العمالة وتأهيلها عن طريق مركز تحديث الصناعة على سبيل المثال.
٧. ضم جميع الجهات المسؤولة عن دعم الصادرات بجميع الأنشطة فى جهة واحدة.
٨. تيسير الأنظمة الجمركية المعمول بها لسهولة حصول المصدرين على مستحقاتهم لدى الدولة.
٩. عمل حملات توعية مقروءة ومسموعة ومرئية للمواطن والعامل والمستثمر المصرى على كافة المستويات للتعريف بأهمية النهوض بالصناعة على الصعيد المحلى والدولي.
١٠. عمل حملات دعائية للصناعات الوطنية مثل (صناعات السجاد- الملابس والغزل والنسيج- أشغال الرخام...)، وأيضا الصناعات التى حققت مصر فيها ميزة تنافسية مثل (الكابلات والظلمبات الزراعية وخطوط إنتاج الويفر والشيكولاتة...).
١١. توعية الصناع وصغار المنتجين للتعريف بأهمية الاعتماد على الموارد المصرية فى الانتاج والتوجه المحدود للاستيراد.
١٢. تشجيع الصناعات الصغيرة المغذية للمصانع الكبيرة حتى لو كانت تكلفة الإنتاج بها أعلى من المستورد لتعميق الصناعة المصرية وهذا عن طريق تشجيع المصانع الكبيرة بالتعاون مع المصانع الصغيرة المغذية لها.
١٣. إنشاء إدارة مركزية لمراقبة جودة الصادرات المصرية طبقا للمواصفات المعدة سلفا تختص بفحص المنتجات المصدرة قبل التصدير، والتأكيد على مطابقتها بوضع عبارة "صناعة وطنية مصرية" مما يعزز ثقة السوق الخارجى فى منتجنا المصرى.
١٤. إنشاء وحدة بحثية بوزارة الصناعة للعمل على ربط المنتجات المصرية بعضها ببعض بدراسة المستلزمات المستوردة واستبدالها بالمنتج المحلى لإحداث تكامل داخلي بين الصناعات المختلفة ووضع بعض التشريعات لإلزام المصانع بالاستعانة بمنتجات المصانع الأخرى كمستلزم إنتاج.

ثانيا التسويق الخارجي

- خطوات الدولة نحو رفع جودة المنتج فى مصر وزيادة نسبة التصنيع المحلى سيعطى انطبعا جيدا لدى المستهلك الأجنبى فى الخارج عن القفزة التى حدثت فى جودة المنتج المصرى.

: NARRATIVE. •

everything that happens between
THE COLON AND THE DOT

- خفض الواردات سيعطى انطبعا ومؤشرا عن زيادة جودة المنتج المصري وقدرته على تلبية احتياجات السوق المحلي.
- منع تصدير أي منتجات تسيء لسمعة الصناعة المصرية ل مجرد أنه بناء على طلب عميل خارجي معين (على سبيل المثال) سيجعل نظرة السوق الخارجى للمنتج المصرى تتسم بالاحترام.

انعكاسات خطوات التسويق الداخلى على رؤية مصر خارجيا

١. رؤية المناخ الداخلى بكل تيسيراته الصناعية والاستثمارية تعتبر مشجعا على الاستثمار الأجنبي فى مصر.
٢. أهمية السوق المصرى، وكذلك موقع مصر الاستراتيجى كمشجع للمستثمر الراغب فى الإنتاج للسوق المحلى وكذلك التصدير.
٣. التركيز على استغلال الموارد الطبيعية والصناعات التى لدينا ميزة تنافسية بها سيجذب المستثمر الأجنبى لاستغلال هذه الموارد.
٤. التكامل بين الصناعات المصرية المحلية والاستغناء عن استيراد بعض الصناعات المغذية سيجذب المستثمر للاستثمار فى صناعات جديدة على الأسواق المصرية مثل الإلكترونيات مع توافر الموارد الطبيعية التى تتميز بها مصر فى هذا المجال ك(السيلىكون) مثلا.

المرأة والفن المعاصر فى مصر:

نتناول ثلاثة عوامل ثقافية وتجارية يمكن للحكومة والمواطنين أن يلعبوا دورا هاما لتحسينها بهدف تعزيز قيمة صورة واسم مصر وهي: النساء فى مصر، الفن المعاصر:

تم التصويت لمصر كأسوأ دولة فى العالم العربى للنساء فى عام ٢٠١٣ من خلال استطلاع رأى أجرته مؤسسة تومسون رويترز والذي صنّف مدينة القاهرة بأنها "المدينة الكبرى الأكثر خطورة للنساء" فى منتصف أكتوبر ٢٠١٧.

قام الاسطلاع بالتركيز على مدى حماية المرأة من العنف الجنسى والممارسات الثقافية الضارة وما إذا كانت تتمتع بإمكانية الحصول على الأموال والرعاية الصحية والتعليم. ينبغى على الحكومة اتخاذ الإجراءات اللازمة لتحسين الصورة التى تظهر بها مصر فيما يخص حقوق مواطنيها.

هناك إجراءات تنتهجها الحكومة المصرية خلال الفترة الأخيرة لتحسين أوضاع المرأة، كان آخرها استحوادها على ٦ حقائب وزارية، فى التعديلات الأخيرة التى شهدتها حكومة المهندس شريف إسماعيل فى ١٤ يناير ٢٠١٧، وضمت الوزارة، الدكتورة إيناس عبد الدايم، لوزارة الثقافة، والدكتورة رانيا المشاط، لوزارة السياحة، والدكتورة غادة والى، لوزارة

: NARRATIVE. •

everything that happens between
THE COLON AND THE DOT

التضامن، والدكتورة سحر نصر، لوزارة التعاون الدولي، والدكتورة هالة السعيد، لوزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري، والدكتورة نبيلة مكرم، لوزارة الدولة للهجرة وشؤون المصريين بالخارج.

وبالانتقال إلى الفن المعاصر في مصر، فمن الجدير بالذكر أن المجتمع الفني لأي بلد يمثل ثقافة هذا البلد في التعبير والابتكار الثقافي. وقد اتبع الفن الرئيسي داخل مصر الأيديولوجيات الوطنية المصاحبة للنظم السياسية المتعاقبة للدولة المصرية.

وبما أن مشهد الفن المصري المعاصر لا يزال يستجيب بشكل واضح للتغيرات السياسية والثقافية والاجتماعية، يشير ذلك تساؤلات عدة حول مدى تأثير هذه التغيرات على الحركة الفنية الجديدة التي تجري في البلاد.

وأخيرا، عندما يتعلق الأمر بالتجارة، فإن جميع الدول تقريبا يتم تقييمها علي أساس اقتصادها وما تملكه من عوامل تجارية.

ووفقا لما تم نشره في وسائل الإعلام المحلية في ١٦ نوفمبر ٢٠١٦، قامت وزارة التجارة بإعداد استراتيجية لتطوير صناعة إنتاج التمور، والتي تهدف إلى زيادة صادرات مصر من ٣٨ ألف طن إلى ١٢٠ ألف طن خلال السنوات الخمس المقبلة، بالإضافة إلى زيادة سعرالطن من ١٠٠٠ دولار إلى ١٥٠٠ دولار.

تهدف هذه الاستراتيجية إلى الاستعادة من بقايا التمور والنخيل لتعظيم القيمة المضافة؛ خاصة أن مصر هي أكبر دولة تنتج التمور في العالم، حيث يبلغ إنتاجها ١,٤ مليون طن سنويا، وهو ما يمثل ١٧,٧٪ من الإنتاج العالمي. كما تهدف الخطة أيضا إلى خلق فرص عمل جديدة.

ينظم مجلس الصناعة للتكنولوجيا والابتكار التابع لوزارة التجارة بالتعاون مع جائزة خليفة الدولية لنخيل التمر والابتكار الزراعي مهرجانا تحت رعاية الرئيس عبد الفتاح السيسي.

ويهدف المهرجان إلى تسليط الضوء على قطاع التمور في مصر وتوحيد جهود المؤسسات الحكومية ومراكز البحوث والمنظمات الدولية لتعزيز القطاع وإيجاد حلول لمشاكل المنتجين ومصنعي التمور.

استراتيجية العلاقات العامة المقترحة:

توضح التقارير والتحليلات الخاصة بأوضاع المرأة التي تمت الإشارة إليها سابقا أن مصر يتم النظر إليها باعتبارها



8 L Abdel Raouf Road,
From Tunis Street,
Off El Gazayer Street,
New Maadi, Cairo, Egypt



(02) 251-714-94



narrativesummit.com



narrativesummit



info@narrativesummit.com

NARRATIVE.
PR SUMMIT

: NARRATIVE. :

everything that happens between
THE COLON AND THE DOT

مجتمعا وثقافة تسيء معاملة المرأة، حيث لا تتمتع النساء بنفس الحقوق والحريات والاحترام التي تتمتع بها المرأة في البلدان الغربية.

ومن أجل التصدي لهذا التصور، تحتاج الحكومة المصرية إلى تقدير المرأة بطرق مختلفة، ومن خلال الاعتراف بالنساء كقادة وكعضوات فاعلات في المجتمع.

على الحكومة المصرية أن تختار المرأة في المناصب القيادية في المجال المهني والسياسي، على أن تشمل الاستراتيجية الدعائية اختيار نساء كمتحدثات رئيسيات في المؤتمرات، أيضا إرسال ممثلات من النساء في المناقشات الدولية، إضافة إلى توفير معلومات عن تعليم المرأة والتطورات فيما يخص تمكين المرأة المصرية. سيؤدي هذا إلى خلق نوع من الاهتمام، سيقوم بدوره بتغيير نظرة الغرب لمصر والتصدي للتغطية الإعلامية التي تركز على جانب سلبي في مصر عندما يتعلق الأمر بوضع المرأة في المنطقة.

أما بالنسبة للفن المعاصر في مصر، فيعتبر المشهد الفني المصري حيويا ومتطورا وثوريا وسياسيا، وبالتالي سيكون من الضروري قيام الحكومة المصرية بتسليط الضوء على هذا الحراك في المنطقة.

يمكن من خلال منظومة تقديم الجوائز والتقدير للفنانين في القاهرة والإسكندرية تسليط الضوء على ما تقدمه السلطات المصرية من دعم وتشجيع لحرية الإبداع والتعبير بشكل يقدم صورة مصر كدولة مبتكرة في الشرق الأوسط.

اختيار وفد من الفنانين المصريين المعاصرين للذهاب إلى لندن، أو باريس أو نيويورك (عواصم الفن في العالم) من خلال معرض يتم تنظيمه بعناية سيقوم بتعريف العالم علي ما تملكه مصر من مواهب لينتج لمجتمع الفن العالمي الاكتشاف والتعامل مع الفنانين المصريين.

وتماشيا مع الاستراتيجية الموضحة أعلاه (تعزيز القيادة النسائية في مصر)، يجب على الحكومة أن تسلط الضوء على قادة القطاعات المبتكرة مثل التكنولوجيا لعرض مجموعة من المواهب المصرية بشكل معاصر.

: NARRATIVE. •

everything that happens between
THE COLON AND THE DOT

ملخص توصياتنا:

وفقا لقيمة "الهوية الوطنية"، من المتوقع أن تصبح مصر واحدة من أفضل ٢٠ دولة حول العالم في عام ٢٠٢٥. كيف سيحدث ذلك؟

من خلال تنظيم جهاز لتنسيق وتشجيع الجهود بين الهيئات والمؤسسات الحكومية والقطاع العام لتنفيذ خطة فعالة تعزز من قيمة اسم مصر في جميع أنحاء العالم وتصدر صورة ذهنية مشرقة لمصر.

وفيما يلي الهيكل للجهاز المقترح للجنة القمة الدولية للعلاقات العامة "صوت مصر":

الرؤية:

مصر ستصبح في سنة ٢٠٢٥ من ضمن أفضل ٢٠ دولة في مؤشر:

(Nation Brand Value)

وهذا يتطلب رؤية واضحة وتنسيقا علي مستوى عالٍ باستخدام كل عناصر القوة الناعمة التي تملكها مصر وتحسين الوضع داخليا علي المستوى الاستثماري والسياسي والاجتماعي والثقافي، فتحسين صورة مصر داخليا ينعكس بالإيجاب علي الصورة خارجيا.

المهمة:

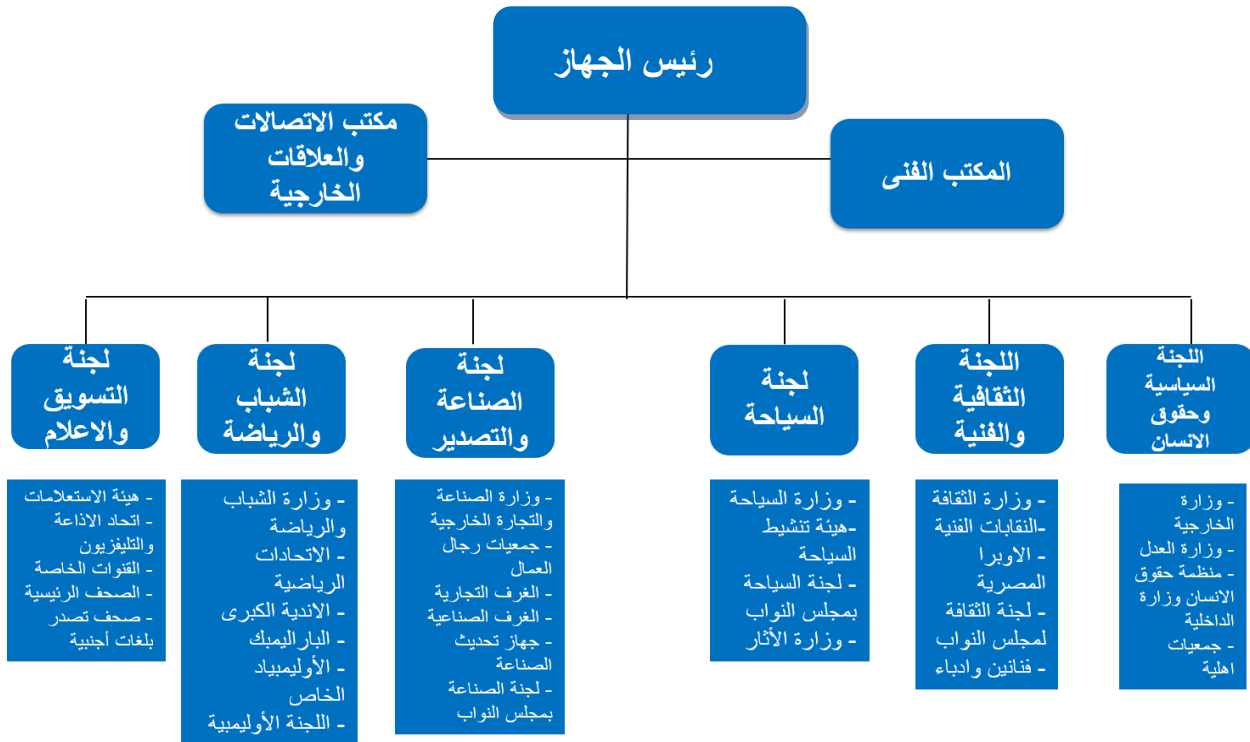
تنسيق وتحفيز الجهود بين الهيئات والمؤسسات الحكومية والشعبية لتنفيذ خطة فعالة لرفع قيمة اسم مصر حول العالم وتصدير صورة ذهنية مشرقة عن مصر.

وتلعب وزارة التعاون الدولي دورا استراتيجيا في تفعيل أداء الجهاز ولجانه الفرعية، من خلال جلب المنح والمعونات لتمويل البرامج والأفكار التي يمكنها أن تحسن الصورة الذهنية لمصر، وتحسن من هويتها كدولة.

• NARRATIVE. •

everything that happens between
THE COLON AND THE DOT

الجهاز التنفيذي لتنمية الهوية المصرية



من خلال الاستراتيجيات التي تم ذكرها سابقا والتي تتناول كافة النواحي التي يمكن التعامل معها في مصر، نتوقع أن تصبح الهوية الوطنية لمصر من أهم الهويات الوطنية في العالم إذا قمنا بتكثيف جهودنا ومن خلال دعم الحكومة لنتمكن من تحقيق ذلك.