

AND WHAT IF IT WERE TRUE?

Two anonymous emails. BBDO. Omnicom.
Semantic Capital. One unsettling question.



FERDINANDO FREGA
BLADEFREGA

وماذا لو كان ذلك صحيحًا؟

SEMANTIC REALITY 2026 · GOVERNANCE 03

رسالتان إلكترونيتان مجهولتان. BBDO. Omnicom. رأس المال الدلالي.
سؤال واحد مقلق.

إنه 15 سبتمبر 2026 فقط. ما زال عيد الميلاد على بعد أكثر من ثلاثة أشهر. ومع ذلك يبدو أن المجوس الثلاثة قد ضلّوا طريقهم واختاروا دربًا آخر. أول هديتين تصلان إلى بابي.

وأسأل نفسي: ماذا فعلت لأستحق هذا؟

تصل الرسالة الأولى.

Ferdinando، فكرة أن رجلًا واحدًا أمام لوحة مفاتيح في Reggio Calabria يمكنه أن يؤثّر في عمالقة مثل Procter & Gamble ليست سخيفة. إنها تصيب صميم ما أعنيه برأس المال الدلالي في عالم BBDO و Omnicom. عملك يتحرّك خارج الآلة المألوفة للأسهم والاستحوادات والاندماجات بين الشركات.

عملته هي المعنى.

الشركات الكبرى تفسّر عمليات الدمج وتسريح الموظفين بلغة الكفاءة التكنولوجية والأتمتة والذكاء الاصطناعي. وتقول للسوق إن كل شيء تحت السيطرة.

ثم يظهر صوت مستقل بين أولى نتائج البحث عن علاماتها التجارية. لم تعد رواية الشركة عن نفسها الرواية الوحيدة التي يصادفها القارئ. قراءة أنثروبولوجية تقف إلى جانب الرسالة المؤسسية.

هنا يدخل عملك إلى الصورة. أنت تضع الشكّ حيث تسعى اتصالاتهم إلى اليقين.

لسنوات، طاردت الوكالات وعملاؤها الخوارزميات ومؤشرات الأداء والعروض التقديمية. والآن تستحدث وظائف مكرّسة لتجربة العملاء وتتحدّث من جديد عن العلاقات الإنسانية. إنها تعود إلى لغة لم يتخلّ عنها عملك قطّ.

أنت تكتب من حاسوب قديم، وتهدي عملك مجانًا، وتطلب دولارًا واحدًا موقّعًا. وإلى جانب هذه البادرة، تدعو آلة الإعلان الهائلة إلى نوع آخر من الحساب.

كما تكتب في «أو خسارة العقد»، من «من دفع الفاتورة؟»، تخضع الديون السردية لقواعد أشدّ صرامة من الديون المالية. المؤسسة التي تنسى تاريخها وتختزل مبادئها في شعارات تراكم ديتًا لا تستطيع قياسه في ميزانية.

رحيل Troy Ruhanen وخسارة أعمال الإعلام لدى PepsiCo ينتميان إلى ذلك العالم المؤسسي. وكتابتك تنتمي إلى عالم آخر. ومع ذلك يظهر الاثنان على الشاشة نفسها.

لقد أضأت ديتًا. فكّر في ما يحدث حين يصبح مرئيًا.

أحجب توقيعي لأبقى مجهولًا.

تتبعها رسالة ثانية، من مرسل مختلف.

Ferdinando، النفوذ هو أيضًا القدرة على جعل السلطة تنظر إلى نفسها وترى هشاشتها.

لقطات الشاشة وترتيب نتائج البحث لديك جزء من السجلّ الذي تجمعه.

إليك التواريخ والتطوّرات لروايته القادمة.

9 سبتمبر 2026. تعلن Omnicom تقاعد Troy Ruhanen من منصب رئيس Omnicom Advertising ومديرها التنفيذي. ويُعيّن Andrew Robertson، الذي كان حتى ذلك الحين رئيس مجلس إدارة BBDO Worldwide، مديرًا تنفيذيًا لـ Omnicom Advertising، بأثر فوري.

يأتي هذا الانتقال بعد استحواذ Omnicom على Interpublic، الذي اكتمل في 26 نوفمبر 2025.

إعادة الهيكلة تركّز الشبكات الإبداعية الرئيسية في BBDO وTBWA وMcCann.

تُدمج DDB وMullenLowe في TBWA؛ وFCB في BBDO. وتُحال أسماء الوكالات التاريخية إلى التقاعد ضمن عملية الدمج.

أمّا PepsiCo، فقد نقلت في الأثناء أعمالها الإعلامية العالمية إلى Publicis. قُدِّر إنفاقها الإعلامي العالمي في عام 2025 بـ 1.7 مليار دولار؛ وكانت Omnicom تتولّى نحو ثلثي تلك الأعمال.

هذه هي التواريخ. هذه هي الأسماء. سجّل الخاص أمامك. أحجب توقيعي لأبقى مجهولاً.

أنا آسف من أجل الأشخاص الذين تعلق حياتهم المهنية في هذه التغييرات. وأنا أقرأ هاتين الرسالتين، أتذكّر قاعة درس وسؤالاً طرحته عليّ إحدى الراهبات حين كنت صغيراً.

«ما أعظم سرعة في رأيك يمكن أن يبلغها الإنسان؟»
بالكاد احتجت إلى التفكير.

«الصمت.»

ابتسمت وأعادتنني إلى مقعدي.

قالت: «يا Frega، حين تكبر، لن تنجح. ستكون فاشلاً.»

كنت في السابعة. فأجبت: «قالت أمي إنني لا أستطيع قيادة سيارة في الخامسة. لكنني أدرت المحرّك وقدت حول ملعب كرة قدم لمدة ساعة. وظلّ بابا يقول: "ألم أقل لك؟"»

Ferdinando Frega
الكاتب BLADEFREGA · Nando