



المهندس محسن العبد رئيس مجلس إدارة روستيكو في حديث مع المهندس / عدلى القبيعى مدير التسويق والعلاقات العامة.

حيث استعرض الحامة الرئيسية في الصناعة والتي تم عرضها بشكلها الخام بأسلوب شائق وضحت منه جودة الحامة . ثم استعرضه الملموس على الطبيعة لمراحل الإنتاج المختلفة التي يمر بها قطعة خشب الأرو الخام قبل إجراءات التشطيب النهائية عليها والتي شملت جزءاً صغيراً من المعرض بشكل مقنع يحتاج إلى كثير من الشرح والجدل وضحت فيه كل عناصر التفوق الصناعي وارتفاع مستوى الحامة ودقة التصميم والتنفيذ . وبحصولك على قطعة من أثاث روستيكو فأنت تفتني شيئاً للمعركة بل لأجيال قادمة . (يكمل المهندس عدلى القبيعى تحليله) كما أن اختيار الحامة من الأرو الفرنسي الخالص يجعل من القطعة لهذا الأثاث استئثاراً مضموناً لأموالك نظراً لارتفاع أثمان الأرو عالمياً لانخفاض غاباته وارتفاع قيمته فهو تحفة فنية تزداد قيمتها بمرور الزمن والتمتع . . .

إن معادلة الجودة وعمر القطعة مع السعر توضح أن أثاثات روستيكو أرخص بكثير من غيره من الأثاثات ولكنها الجودة والدقة والرفع والدقة في التصميم والوعي الكامل من القائمين على الشركة بمقتضيات السوق المصرية للجودة التي غابت عن هذه السوق فترة طويلة . ثم أخيراً تلك الابتسامة الساحرة الواثقة التي تستبلك بها مجموعة العاملين وهي تتجول مع زوارها لتقوم بالشرح والإجابة عن الاستفسارات في رشاقة وأسلوب صادق وواضح .

إن كل هذا الجمال والمستوى الفني المرتفع والجودة التي تعلق كل شيء حتى ذلك الاختيار الدقيق لمجموعة العاملين أمر متعلق فصاحب المشروع ورئيس مجلس إدارة الشركة المهندس محسن العبد . وهو ليس مهندساً فقط ولكنه فنان اشترك في العديد من المعارض الفنية .



أما اللغز الحقيقي الذي يدهشنا فهو ذلك الأسلوب العلمى في إنتاج قطعة أثاث روستيكو وتلك الراحة التي تحسها من خلال استخدام هذه القطعة وخلال تعاملك معها ، فأنت تشعر براحة محبة إلى النفس انضمت فيها الجودة العالية والاستخدام الصحي في المقاعد الوليرة أو حتى الحشية البسيطة وهذه وحدها سر من أسرار تميز هذه التصميمات .

الانطباع العام في هذا المهرجان الكبير كان الانبهار . فالعرض مير وكلمات التهيئة تتأثر من الزوار على المسؤولين عن الشركة ومعرضها . حاجة مشرفة . . . شيء مذهل . . . رينا بوقفكم . . . هل هذه حقاً صناعة مصرية ؟؟ غالى شوية لكن يستاهل . . .

استوقفتني العبارة الأخيرة ، لكن الذي استوقفتني أكثر هو أسلوب الإجابة عنها . فلقد تابعت تحليل المهندس عدلى القبيعى مدير التسويق والعلاقات العامة بالشركة - دون تدخل منى -

ماذا يشغل .. الإسكندرية هذه الأيام

أوشك موسم الصيف على الانتهاء في مدينة الإسكندرية أو النفر المدلل كما يحب أن نسميه والذي تعودنا أن نخرج منه كل عام بالقصص والتقاليع ومسابقات الجمال والديسكو .

روستيكو والعجمي :

أما الجديد حقاً فهو ذلك الاهتمام الكبير الذي أولته الشركة لراحة ضيوفها وجذب اهتمامهم بشكل جديد ومبتكر . فقد انتقلت حمى روستيكو إلى شواطئ العجمي الحامدة حيث قامت الشركة بتسيير أو توبيس مكيف الهواء يتحرك يومياً من محطة روستيكو بالعجمي التي أقامتها الشركة خصيصاً لنقل الزوار الراغبين في زيارة معارضها من وإلى العجمي دون أن تكيدهم مشقة القيادة من العجمي إلى سان استيفانو . وقد وزعت لهذا الغرض خمسة آلاف دعوة تتيح لحاملها استخدام أو توبيس روستيكو مجاناً .

ولكن هل ينسب هذا النجاح الذي حققته الشركة إلى أسلوب الدعاية وحده . . . التجول بقاعة العرض يؤكد حقيقة واضحة أن ما شاهدناه بداخل هذه القاعة شيء جميل حقاً . فالأثاث يتميز بالبساطة الشديدة في خطوطه وألوان لم تحف مظهر خشب الأرو الفاخر وتأثيره العميق في النفس . واستخدام أخشاب الأرو الصلبة في صناعة هذا الطراز يعود بنا إلى عراقة الماضي والحواسن الرومانسي روستيكو في عبوبة وفطرة وأصالة كتعبير فني عميق عن هذه الصناعة

كتب : حاتم حلمي .

وباقتراب انتهاء الموسم تأخذ كل هذه المهرجانات طابع الهدوء وتلبس ثوب الوداع ولكن شيئاً ما جديداً تستطع أن تتذوقه على شواطئ المدينة الساحرة هذا العام وهو مهرجان الأثاث الذي تقيمه شركة روستيكو بفندق سان استيفانو منذ منتصف الشهر الماضي ويستمر حتى منتصف هذا الشهر .

هذه الظاهرة التي قرصت نفسها على أحداث اجتماع السكندري منذ أكثر من ثلاثة أسابيع واستطاعت أن تحول الانظار إليها وكان لا بد أن نتعرف عليها وتحلل أسبابها .

قد يكون للأسلوب المبتكر الذي اتبعته الشركة في الدعاية والإعلان عن نفسها دور في هذا الانطباع . فبذات اللحظة الأولى التي تقترب فيها من فندق سان استيفانو يشد انتباهك مهرجان الأعلام التي ترفرف على واجهة الفندق العريق التي تحمل شعار الشركة . وقد سلطت عليها الأضواء بشكل أخاذ يتناسب مع مستوى العرض الذي تقيمه الشركة ، وأحاطت بالفندق اللافتات التي تحمل وودة روستيكو بألوانها الزاهية .