

“كولا غزة”.. أحدث منتجات المقاطعة الجديدة لملء فراغ سلع الغرب



الاثنين 26 أغسطس 2024 07:10 م

ظهر منتج جديد يسمى "كولا غزة" ضمن أحدث منتجات المقاطعة الجديدة لملء فراغ سلع الغرب التي تجري مقاطعتها على خلفية حرب غزة

استغلت شركات ناشئة صغيرة حملات المقاطعة التي طالت بعض الشركات الكبرى على خلفية الحرب في غزة لملء الفراغ الذي خلفه عزوف المستهلكين عن شراء منتجات شركات متعددة الجنسيات متهمه بدعم إسرائيل

ومنذ أن أطلقت إسرائيل حملتها الانتقامية على حماس في غزة بعد هجوم مسلحي الحركة في السابع من أكتوبر، تعرضت أكثر من 12 شركة عالمية كبيرة متهمه بأنها داعمة لإسرائيل لمقاطعات، من بينها كوكاكولا وماكدونالدز وستاربكس

ومن بين الشركات الناشئة "كولا غزة"، التي دخلت السوق البريطانية هذا الشهر، وكذلك "مشروبات فلسطين"، وهي علامة تجارية مقرها السويد تأسست في مارس وتبيع منتجاتها في الاتحاد الأوروبي والمملكة المتحدة وجنوب أفريقيا، وفقا لمجلة "تايم" الأميركية

يقول محمد كسواني، مدير الاتصالات في شركة صفد فود، الشركة الأم الفلسطينية المالكة لـ "مشروبات فلسطين"، للمجلة إن الطلب على المنتج كان "مذهلا"

ويضيف كسواني: "لم نكن نعلم أنها ستصبح بهذا الشعبية"، مشيرا إلى أن العلامة التجارية باعت حوالي 16 مليون علبة في الأشهر الخمسة الماضية، حيث تذهب العائدات لدعم مشاريع المجتمع المدني الفلسطيني في الضفة الغربية وغزة

يؤكد كسواني أن الهدف من هذه المبادرة لا يتعلق ببيع المنتج على الإطلاق، مضيفا: "نحن لا نبيع مشروبات، نحن نبيع العلامة التجارية فلسطين لجعل الناس يتحدثون أكثر عن الإبادة الجماعية التي تحدث"

وعلى الرغم من أن المقاطعات كانت دولية، إلا أنها بارزة بشكل خاص في الشارع العربي

ففي الأردن، على سبيل المثال، يمكن ملاحظة فروع ماكدونالدز وستاربكس، التي كانت مزدحمة بالزبائن قبل عام فقط، وهي فارغة تقريبا

وفي حين يمكن العثور على منتجات مثل كوكاكولا وبيبيسي على رفوف محال بيع المواد الغذائية في الشرق الأوسط، إلا أنها غالبا ما تُعرض إلى جانب لافتات تحث الزبائن على مقاطعة المنتج

كما أن العديد من المقاهي والمطاعم في المنطقة تجنبت بشكل كبير هذه العلامات التجارية لصالح بدائل محلية مثل "ماتريكس كولا" في الأردن و"كينزا" في السعودية، خشية ردود الأفعال الشعبية الغاضبة

تقول المجلة إن حملات المقاطعة الدولية ضد إسرائيل ليست جديدة، فقد ظهرت منذ عام 2005، كما أن ظهور علامات تجارية جديدة تسعى للاستفادة من هذه المقاطعات ليس جديدا

فخلال "الانتفاضة الفلسطينية الثانية" في أوائل الألفية الجديدة ظهرت علامات تجارية مثل "مكة كولا" و"قبلة كولا" كبداية لكوكاكولا

وفي حين سوقت الأولى نفسها كجزء من حملة مقاطعة أوسع للسلع الأميركية بسبب دعم واشنطن لإسرائيل، قدمت الثانية نفسها كبديل أخلاقي للمسلمين الذين "يتساءلون بشكل متزايد عن دور بعض الشركات المتعددة الجنسيات في المجتمعات"

كذلك شهدت الفترات التي حصلت فيها حروب بين إسرائيل والفلسطينيين بين عامي 2008 و2021 حملات مقاطعة مشابهة

لكن على عكس الحروب السابقة، التي استمرت لأيام أو أسابيع في كل مرة، فإن الحرب الحالية دخلت شهرها الحادي عشر، دون أن يظهر لها نهاية واضحة

ويقول المحلل المتخصص في شؤون الشرق الأوسط في مركز الدراسات الاستراتيجية والدولية، ويل تودمان إن "حملة المقاطعة الحالية تبدو مختلفة تماما لأن هذه الحرب أوسع وأكثر فظاعة من سابقتها"

وبحسب المجلة فإن "من غير مؤكد ما إذا كانت هذه المقاطعات ستؤثر على سلوك المستهلكين على المدى الطويل أم لا؟"

وتضيف أن النسخ السابقة من المقاطعات لم تؤد بالضرورة إلى تغييرات كبيرة في عادات المستهلكين كما يأمل الناشطون

يقول كسواني إن جميع المقاطعات التي نشأت خلال الحروب السابقة "اتبعت نفس النمط، حيث استمرت بشكل قوي لبضعة أشهر ثم اختفت"

لكن مع ذلك يثق في أن المقاطعات الحالية "لن تنتهي مثل غيرها من المقاطعات السابقة" لأنها مختلفة وأكبر بمئات المرات.