

## إعلانات تخون البيئة في خدمة النفط السعودي

نبأ - تغاضت شركة Group Interpublic عن تعهداتها المناخية وقدّمت حملات دعائية لأرامكو، مخالفة الالتزام البيئي الذي أعلنته.

حين أعلنت شركة الإعلانات العملاقة في 2022 التزامها بعدم الترويج للوقود الأحفوري، رأت جهات بيئية أن خطوة كهذه قد تمهّد لتحوّل حقيقي في دور وكالات الإعلان في مواجهة أزمة المناخ. لكن ما تلا ذلك كشف تناقضًا صارخًا بين الشعارات والممارسة.

ففي الوقت الذي كانت IPG تُروّج للسياسة الجديدة التي تنتهجها، كانت وكالتها الإنتاجية "ماكان" تُعدّ مقترحاتًا دعائيةً لأرامكو السعودية.

لم يكن المشروع مجرد إعلان، بل حملة لإعادة تعريف أرامكو كجزء من "مستقبل الطاقة"، مع التمسك الكامل بجوهرها النفطي.

تحت ضغط داخلي من موظفين غاضبين، قامت IPG لاحقًا بتعديل سياستها البيئية، لكن بدلًا من تعزيز التزامها، قامت بتفصيلها بطريقة مرنة تتيح لها الاستمرار في العمل مع شركات الوقود الأحفوري مثل إكسون موبيل وقطر للطاقة.

لقد اختارت الشركة التلاعب بالسياسات بدل الالتزام بها، فحوّلت أدواتها الإبداعية من وسيلة للتغيير الإيجابي إلى غطاء تسويقي يُجمّل وجه الصناعات التي تساهم في تفاقم أزمة المناخ. في النهاية، لم تُدافع IPG عن المناخ، بل دافعت عن عقودها.