

إعلانات تخون البيئة في خدمة النفط السعودي

نبا - تغاضت شركة Interpublic Group عن تعهّداتها 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 تمّهـد لتحولٍ حقيقي في دور وكالات الإعلان في مواجهة أزمة المناخ. لكن ما تلا ذلك كشف تناقضـاً صارخـاً بين الشعارات والممارسة.

في الوقت الذي كانت IPG تُروّج لسياسة الجديدة التي تنتهجها، كانت وكتها الإنتاجية "ما كان" تُعدّ مقترحـاً دعائـياً 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 لاحقـاً بتعديل سياستها البيئية، لكن بدلاً من تعزيز التزامها، قامت بتفصيلها بطريقة مرنّة 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 يُجمـل وجه الصناعات التي تساهم في تفاقم أزمة المناخ. في النهاية، لم تُدافع IPG عن المناخ، بل دافعت عن عقودها.