

Il Guardian rinuncia alle pubblicità di aziende petrolifere: “Il clima è la sfida più importante della nostra epoca”



Il quotidiano britannico *The Guardian* ha annunciato che rinuncerà a tutte le pubblicità di compagnie petrolifere e del gas come atto concreto contro la crisi climatica. Si tratta della prima grande testata internazionale a prendere una decisione del genere. Immediato il plauso di Greta Thunberg: “Un buon inizio, chi andrà oltre?”, ha scritto l’attivista svedese su Twitter.

“The Guardian will no longer accept advertising from oil and gas companies, becoming the first major global news organisation to institute an outright ban on taking money from companies that extract fossil fuels.”

A good start, who will take this further? <https://t.co/csRuXWZXdG>

– Greta Thunberg (@GretaThunberg) [January 29, 2020](#)

La decisione, ha detto il giornale, ha effetto immediato. Riguarda tutte le aziende coinvolte nell'estrazione di fonti di energia fossile, tra cui anche alcuni dei maggiori investitori pubblicitari al mondo. Nel motivare la svolta, il quotidiano londinese ha dichiarato di voler contrastare “gli sforzi fatti per decenni da molti attori in questo settore per impedire ai governi di tutto il mondo di intraprendere azioni significative sul clima”. In una nota, il direttore generale ad interim, Anna Bateson, e il suo Revenue Manager, Hamisch Nicklin sottolineano che la risposta al riscaldamento globale rappresenta “la sfida più importante del nostro tempo”.

“Il modello di finanziamento del *Guardian* rimarrà precario per i prossimi anni”, affermano i due funzionari del giornale, che ricava quasi il 40% delle sue entrate dalla pubblicità. Il *Guardian* ora spera che alcuni inserzionisti approvino la mossa e si rivolgano di più al giornale in futuro. “Questo è un momento fondamentale, il *Guardian* deve essere applaudito per questa coraggiosa mossa volta a porre fine alla legittimità dei combustibili fossili”, ha affermato Mel Evans, attivista per Greenpeace nel Regno Unito, invitando altri media a fare lo stesso. “Per troppo tempo, giganti di combustibili fossili come BP e Shell, che causano la nostra emergenza climatica, sono stati in grado di cavarsela facendo il greenwashing investendo il 97% del loro fatturato in petrolio e gas “, ha aggiunto.

In autunno, il *Guardian* aveva rivisto le sue pratiche editoriali per riflettere meglio l'entità della sfida, anche usando i termini “emergenza climatica” anziché “cambiamento climatico”. Il quotidiano punta al raggiungimento dell'obiettivo “impatto zero del carbonio”, o “carbon neutrality”, entro il 2030. Prima di lui, il piccolo giornale

svedese *Dagens ETC*, lanciato nel 2014, a settembre ha rinunciato a tutta la pubblicità che promuoveva beni e servizi da combustibili fossili.