

## إكسلانت كومينيكشنز أول شركة بمجال الإعلام بمنطقة الشرق الأوسط تنضم لمبادرة «Race to Zero» لتطبيق معايير الاستدامة وخفض الانبعاثات

الإعلامية دينا عبدالفتاح: انضمام اكسلانت لمبادرة **Race to Zero** بمثابة نقلة نوعية في طريقة إدارة أعمال الإعلام والتسويق بمصر والشرق الأوسط

سفيرة الأمم المتحدة للمناخ: مبادرة إكسلانت كومينيكشنز للإنضمام إلى **Race to Zero** هي الأولى من نوعها لدخول الشركات العاملة بالحقل الإعلامي لتطبيق ودعم الجهود البيئية

الدكتور إيهاب شلبي: التزام الشركات العاملة في مجال الإعلام والتسويق بالمعايير البيئية من شأنه رفع الوعي العام بخطورة التغير المناخي

القاهرة، 3 نوفمبر 2022

أعلنت شركة إكسلانت كومينيكشنز التابعة للشركة المتحدة للخدمات الإعلامية انضمامها كأول شركة عاملة في مجال الخدمات الإعلامية والإعلانية والعلاقات العامة في المنطقة العربية والشرق الأوسط لمبادرة الأمم المتحدة **Race to Zero** "السباق إلى الصفر"، وهي المبادرة العالمية التي أطلقتها الأمم المتحدة لتوحيد سياسات الشركات والجامعات والمدن والمستثمرين لدعم التوصل إلى صفر انبعاثات كربونية في العالم من أجل الوصول إلى حياة صحية خالية من الكربون مما يمنع التهديدات المستقبلية التي تواجه كوكب الأرض جراء التغير المناخي، ويعمل على التحول نحو الاستدامة البيئية وخفض الانبعاثات الكربونية.

وحصلت شركة إكسلانت على دورات تدريبية متكاملة فيما يخص آليات التحول نحو الاستدامة البيئية وتطبيق المعايير اللازمة لإدارة نشاط اقتصادي صديق للبيئة متعاونة في ذلك مع شركة دي كاربون للاستشارات البيئية بهدف التأهيل للإنضمام كعنصر فاعل ضمن هذه المبادرة العالمية.

ويعتبر انضمام إكسلانت كومينيكشنز لـ **Race to Zero** حدثاً فارقاً في صناعة الإعلام والإعلان حيث يصنف هذا التحول كأول مبادرة بمنطقة الشرق الأوسط لدخول الأنشطة المتعلقة بأعمال الإعلام والإعلان ضمن الغير ضارة بالمناخ.

وقالت الإعلامية دينا عبدالفتاح رئيس مجلس إدارة الشركة أن انضمام اكسلانت لمبادرة **Race to Zero** بمثابة نقلة نوعية في طريقة إدارة الأعمال الإعلامية والإعلانية والتسويقية بشكل عام وقد كان للشركة شرف السبق بالدخول ضمن هذه المبادرة للقيام بدور رئيسي في تغيير المفاهيم والثقافات المتعلقة بالممارسات البيئية، مشيرة إلى أن الشركة تعلن من اليوم التزامها الكامل بتطبيق كافة المعايير وانتهاج الممارسات التي تضمن تحقيق نشاط اقتصادي فعال دون إحداث أي ممارسات ضارة بالبيئة.

وأضافت عبدالفتاح أن المؤسسات الإعلامية يجب أن تقوم بدور ريادي وخلاق فيما يخص دفع الجهود المبدولة في مواجهة التحديات المناخية والآثار الضارة المترتبة عليها وتعزيز السياسات الرامية إلى الحد من تغيرات المناخ في كافة الأنشطة الاقتصادية المختلفة، وخلق رسائل إعلامية وحملات اعلانية مبتكرة من شأنها تغيير السلوك الفردي والمؤسسي تجاه البيئة.

وتابعت: "لدي شركة إكسلانت كومينيكشنز دور رئيسي للقيام به لجعل العالم الذي نعيش فيه في مكان أفضل، وذلك من خلال قوة أفكارنا الإبداعية وتأثير حملات التوعية المختلفة التي يمكن أن تقوم بها الشركة في هذا المجال لرفع معدل الوعي الجمعي بالقضايا والتهديدات البيئية التي نواجهها جميعاً وخلق حالة من التغيير الفكري الذي يستهدف تأهيل الثقافة المجتمعية لمواجهة الأخطار والتحديات الناجمة عن تغير المناخ."

وقالت أن إكسلانت لن تكفي كونها الشركة الأولى في مجال الإعلام والإعلان التي تنضم إلى حملة Race to Zero بل تعترم تنظيم أول فعاليات تدريبية متخصصة للشركات والمستثمرين للتعريف والتدريب والتأهيل والتوعية بضرورة تطبيق معايير التنمية المستدامة في مجالات الأعمال المختلفة عبر إطلاق مبادرات وبرامج تعاون في هذا المجال بالتعاون شركة دي كاربون للاستشارات البيئية ومنظمة الأمم المتحدة.

وأضافت الإعلامية دينا عبدالفتاح أن شركة إكسلانت قررت أن تكون نموذجاً يحتذى به، وأن تكون جزءاً من الحل عبر انضمامها لهذه المبادرة العالمية والتي ستنجح للشركة تصدير المعرفة البيئية للمجتمع المحيط عبر التطبيق الدقيق للمعايير المطلوبة داخلياً وليس عن طريق التنظير فقط.

وأشارت أن شركة إكسلانت سوف تبدأ في صياغة رسائل إعلامية وإدارة حملات إعلانية وتسويقية لتأصيل المفاهيم المناخية ورفع معدلات التوعية المجتمعية من خلال التعاون مع الشركاء من المؤسسات العاملة في المجال ذاته، وذلك بهدف بناء ركيزة أساسية لدى المنشآت والجمهور بشكل عام بضرورة التضامن بشأن خفض الانبعاثات الكربونية.

وفي السياق نفسه؛ أكدت سارة البطوطي سفيرة الأمم المتحدة للمناخ أن انضمام إكسلانت كومينيكشنز إلى حملة Race to Zero يعتبربادرة هي الأولى من نوعها لدخول الشركات العاملة بالحقل الإعلامي في تطبيق المعايير التي تستهدف خفض الانبعاثات الكربونية، وهو ما سيؤدي إلى رفع الوعي البيئي لدى المنشآت والشركات المصرية لتأهيل لدخولها في هذه الحملة التي تدعمها الأمم المتحدة، والتي من خلالها يمكن أن تتخذ الشركات والمدن والمؤسسات المالية والتعليمية وغيرها إجراءات حقيقية وفورية لخفض الانبعاثات العالمية إلى النصف بحلول عام 2030.

ومن جانبه قال الدكتور إيهاب شلبي رئيس مجلس إدارة شركة دي كاربون، أن انضمام شركة إكسلانت لمبادرة Race to Zero يعتبر حدثاً استثنائياً حيث أن دخول الشركات العاملة في مجال الإعلام والتسويق ضمن الأنشطة الصديقة للبيئة من شأنه رفع الوعي العام بخطورة القضايا البيئية، كما يأتي انضمام إكسلانت لهذه المبادرة إضافة إلى الجهود المصرية المبذولة بشأن مواجهة التغيرات المناخية والتي تأتي تزامناً مع استضافة مصر لأكبر حدث عالمي خاص بالمناخ، 27 cop والذي يقام في مدينة شرم الشيخ نوفمبر الجاري لدعم جهود العمل المناخي المشترك، وحث المجتمع الدولي على القيام بدور أكثر فاعلية للحد من الانبعاثات الضارة وكافة الممارسات الغير صديقة للبيئة.

وتعتبر شركة "إكسلانت كومينيكشنز" شركة إعلام وتسويق تقدم خدماتها لأكثر من 70 مؤسسة، وانضمت إلى الشركة المتحدة للخدمات الإعلامية في عام 2020. ومع انضمام شركة "إكسلانت كومينيكشنز" إلى مبادرة Race to Zero سوف تلزم الشركة باتباع كافة الشروط الخاصة والتي تتمثل في قياس ونشر جميع انبعاثات الكربون الناتجة عن نشاطها وسلسلة الموارد لديها سنوياً بما يتماشى مع بروتوكول الـ Greenhouse Gas وسوف تعلن الشركة عن الالتزامات المناخية وسياستها للحد من الانبعاثات على موقعها خلال السنة القادمة، هذا بالإضافة إلى إعداد استراتيجية لخفض الانبعاثات وتدريب العاملين لدى الشركة لنشر الوعي عن أهمية قياس وتقليل انبعاثات الكربون. وتعمل المبادرة على مكافحة أزمة المناخ، وتسريع التقدم إلى خفض الانبعاثات للوصول إلى الصفر لمساعدة المستهلكين على اتخاذ خيارات أكثر مراعاة وصداقة للبيئة.

انتهى