

استطلاع رأي: واحد من كل ثلاثة أشخاص يقاطع العلامات التجارية بسبب الحرب الإسرائيلية على غزة



الثلاثاء 18 يونيو 2024 06:53 م

يقول أكثر من واحد من كل ثلاثة أشخاص إنهم يقاطعون علامة تجارية يُنظر إليها على أنها تدعم جانبًا في الحرب الإسرائيلية على غزة، وتتصدر دول الخليج الغنية بالنفط والدول ذات الأغلبية المسلمة □
أكد الإصدار الأخير من تقرير مقياس إدمان للثقة السنوي الصادر عن شركة العلاقات العامة إدمان كيف أن الانقسامات الحادة حول الحرب تدفع المستهلكين في جميع أنحاء العالم إلى اتخاذ موقف بشأن محافظهم □
وقد استطلع الاستطلاع آراء 15 ألف مستهلك في 15 دولة، بما في ذلك فرنسا والسعودية والمملكة المتحدة والولايات المتحدة □
لم يذكر الاستطلاع الجهة التي انحاز إليها المشاركون في الحرب، ولكن من بين الدول الخمس الكبرى المدرجة على قائمة الدول المشاركة في مقاطعة العلامات التجارية بشأن غزة، هناك ثلاث دول ذات أغلبية مسلمة: السعودية والإمارات وإندونيسيا والهند وكانت ألمانيا الدولة الخامسة □
اكتسبت حركة المقاطعة وسحب الاستثمارات وفرض العقوبات (BDS) زخمًا في جميع أنحاء العالم، حيث تهدف إلى الضغط على إسرائيل بسبب انتهاكاتها للقانون الدولي وقمعها للفلسطينيين □ ومع ذلك، فقد واجهت أيضًا معارضة شديدة في الولايات المتحدة ودول غربية أخرى حيث يتعاطف عدد كبير من السكان مع إسرائيل □
وشهدت السعودية أكبر عدد من المشاركين، بنسبة 71 بالمائة، قائلين إنهم يقاطعون العلامات التجارية بسبب دعمهم المتصور لجانب واحد □

أغلبية السعوديين معادون لإسرائيل
أظهر استطلاع للرأي أجراه معهد واشنطن لشؤون الشرق الأدنى، وهو مركز أبحاث مؤيد لإسرائيل، في ديسمبر، أن 96% من المواطنين السعوديين يعتقدون أن الدول العربية يجب أن تقطع علاقاتها مع إسرائيل رداً على حربها على غزة □
قبل الحرب، كانت الولايات المتحدة تعمل بنشاط من أجل التوصل إلى اتفاق من شأنه أن يؤدي إلى تطبيع العلاقات بين إسرائيل والسعودية □
وفي الإمارات، قال 57% من المشاركين إنهم يقاطعون العلامات التجارية بسبب الحرب □
وفي إندونيسيا، أكبر دولة ذات أغلبية مسلمة في العالم، قال أكثر من شخص من كل شخصين إنهم يقاطعون العلامات التجارية □
إن عدد المشاركين من الدول العربية والإسلامية الذين يقاطعون المنتجات بسبب الحرب على غزة أعلى بكثير من المتوسط العالمي البالغ 37%، أي أكثر قليلاً من واحد من كل ثلاثة مشاركين □

"القومية الاستهلاكية" ترتفع في الخليج
وقد بدأ الشعور بالمقاطعة في مجالس إدارة الشركات الغربية □
في مارس، قررت مجموعة الشاي العملاقة للبيع بالتجزئة، والتي تمتلك حقوق ستاربكس في الشرق الأوسط، البدء في تسريح أكثر من 2000 موظف في المنطقة وشمال أفريقيا، أو أربعة بالمائة من إجمالي قوتها العاملة، نتيجة لمقاطعة المستهلكين المرتبطة بغزة □
وقال الرئيس التنفيذي لشركة ماكدونالدز كريس كيمبزينسكي أيضًا في وقت سابق من هذا العام إن المبيعات كانت أضعف في البلدان ذات الأغلبية المسلمة - مثل ماليزيا وإندونيسيا - وكذلك في جميع أنحاء الشرق الأوسط □
وأثارت شركة ماكدونالدز غضبًا بين الناشطين المؤيدين لفلسطين في أكتوبر عندما أعلن فرعها في إسرائيل أنه يقدم وجبات مجانية للجنود الإسرائيليين في فروعه في البلاد □ وفي باكستان، خفضت الشركة أسعارها واضطرت إلى إصدار بيان تنأى فيه بنفسها عن ماكدونالدز في إسرائيل □

وقال كيمبتزينسكي يوم الاثنين متحدثاً إلى محللين في مؤتمر عبر الهاتف للشركة "إن التأثير المستمر للحرب على الأعمال التجارية المحلية لأصحاب الامتياز هؤلاء أمر محبط ولا أساس له من الصحة".

لطالما كان المستهلكون في منطقة الخليج بمثابة جائزة للشركات الغربية لأن سكانها الشباب يتمتعون بقدرة شرائية عالية نسبياً ولم تتعرض اقتصاداتها المنتجة للنفط والغاز لحروب وأزمات مثل الدول العربية الأخرى منذ الربيع العربي. وأفاد موقع ميدل إيست آي كيف أن المستهلكين في عمان، الشريك الغربي الرئيسي، يقاطعون البضائع الغربية بسبب الدعم الذي قدمته الولايات المتحدة وحلفاؤها لإسرائيل. لقد بدلوا المشروبات مثل ماونتن ديو إلى كينسا، وهي ماركة مشروبات سعودية. وفي باكستان، بدأت العلامات التجارية المحلية في إنتاج منتجات محلية لتحل محل المشروبات الغازية ومستحضرات التجميل الغربية. كما سلط الاستطلاع الضوء على تزايد النزعة القومية الاستهلاكية في دول الخليج. وقفز عدد المشاركين في السعودية والإمارات الذين قالوا إنهم يشترون العلامات التجارية لبلادهم أكثر من العلامات التجارية الأجنبية بمقدار 13 و10 نقاط على التوالي.

<https://www.middleeasteye.net/news/one-three-people-are-boycotting-brands-over-israels-war-gaza-poll-finds>