



Удар по репутации нефтяного гиганта British Petroleum произошел в апреле этого года, и он может оказаться сильнее и серьезнее, чем финансовые потери от разлива нефти в Мексиканском заливе. Сегодня BP ассоциируется как виновник наиболее серьезной и крупной катастрофы в области нефтедобычи. Компания находится с тяжелом положении, из-за которого каждый день теряет миллионы долларов.

Массовое презрение компании началось с катастрофы на нефтяной платформе Deepwater Horizon, в результате которой Мексиканский залив стал зоной стихийного бедствия, вследствие которого в воды попало около 5 млн. баррелей сырой нефти на протяжении трех месяцев.

Залив, некогда был чистым и считался хорошим местом для рыбаков и туристов, после катастрофы стал похож на черное пятно на карте мира. Нефть, разлитая на 180 тыс. км, парализовала рыболовный и туристический бизнес. Компания, за свою оплошность, должна выплатить почти треть своей рыночной стоимости, примерно \$ 32 млрд.. Специалисты рекомендуют продавать свои акции как можно быстрее. Тем временем акции компании упали в цене на 40%.

Но более масштабный удар был нанесен по репутации корпорации. Дальнейшая судьба

зависит от решения государственной компании, которая расследует причины катастрофы. И если же будет определено, что произошла халатность, то компания може не удержаться на плаву и превратиться в банкрота. Сейчас компания наняла специалистов по пиару и спасает свою репутацию. Работа пиарщиков, которая обошлась в \$50 млн. малоэффективна. Хотя последствия катастрофы ликвидируются, но ситуация остается нестабильной. Особой угрозой для залива может стать сезон ураганов, который должен скоро начаться.

Сегодня BP позиционируется как компания, борющаяся с загрязнением окружающей среды, инвестирующая на развитие альтернативных источников энергии (солнечных батарей, ветряных электростанций). Рекламный образ компании стал «зеленым», рекламируются поля без каких-либо признаков нефтяных вышек. Специалисты по пиару придумали новую аббревиатуру названия компании – Beyond Petroleum (вне нефти). Еще одним нововведением является он-лайн просмотр ликвидации нефти в Мексиканском заливе.

Однако такие ходы ассоциируются у людей с лицемерием, такая рекламная компания только отталкивает аудиторию. Таким образом, BP добилась совершенно противоположного эффекта. Особенно, не по душе простым людям, это акцент компании на сумме денежных выплат пострадавшим людям. Особенно, учитывая тот факт, что иски в суд прибавляются, а корпорация не спешит выплачивать компенсации. Негативной окраски компании и усиление внимания на том, что это британская корпорация придают американские власти. Американский президент Барак Обама уверен, что последствия были бы не такими плачевными, если б это была американская корпорация. Как бы там ни было, кто бы ни был виноват, а последствия этой аварии останутся навсегда и отразятся не только на заработке рыбаков и туристических фирм, а на самом главном – на флоре и фауне Мексиканского залива и прибрежных зон.