



ΒΟΥΛΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ	
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ	
Αριθ. Πρωτ. ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ	1230
Ημερομηνία καταθέσεως	16/11/12



ΝΙΚΟΛΑΟΣ Ι. ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ
Βουλευτής Ν. Αχαΐας – Ανεξάρτητος
Ερώτηση προς τον Υπουργό Οικονομίας και Ανάπτυξης

Θέμα: «Διάχυση Τουρκικής Προπαγάνδας με κάθε μέσο: τώρα και μέσω διαφημίσεων της κρατικής Τουρκικής αεροπορικής εταιρίας»

Πιστό στο φασιστικό καθεστώς που υπηρετεί είτε με την κεμαλική είτε με την νέο-Οθωμανική «προβιά» του, το Τουρκικό βαθύ κράτος υπηρετεί με σχολαστικότητα και σταθερότητα τους πάγιους σοβινιστικούς του στόχους για την κυριολεκτική κατάκτηση της Ευρώπης με κάθε τρόπο ανεξαρτήτως του χρονικού ορίζοντα που αυτό θα επιτευχτεί.

Για την επίτευξη του στόχου του αυτού πλέον χρησιμοποιεί κάθε μέσο διασποράς της προπαγάνδας του. Για την Ευρωπαϊκή λογική αποτελεί πραγματικά παραλογισμό το γεγονός ότι οι Τούρκοι χρησιμοποιούν τις Τουρκικές Αερογραμμές όχι ως μία εταιρία η οποία μεταφέρει επιβάτες, αλλά πολύ περισσότερο ως ένα μέσο διασποράς προπαγάνδας σε παγκόσμιο επίπεδο για να πετύχουν τους επεκτατικούς τους σκοπούς.

Είναι άλλωστε γνωστό ότι μετά την αποτυχημένη προσπάθεια πραξικοπήματος, οι επιβάτες της εταιρίας αυτής μαζί με την «πορτοκαλάδα» τους ελάμβαναν και μία επιστολή όπου η Διοίκηση της εταιρίας «ενημέρωνε» τους πελάτες της για τα γεγονότα, ευχαριστώντας «τις γενναίες αστυνομικές δυνάμεις» και τους χιλιάδες «μάρτυρες» που έδωσαν τη ζωή τους στο όνομα του Αλλάχ, όπως χαρακτηριστικά ανέφερε η επιστολή της Turkish Airlines.

Άλλο πολύ πρόσφατο συμβάν που κορυφώνει την προκλητικότητα της εταιρίας αυτής αποτελεί η διαφημιστική της καμπάνια για την Κωνσταντινούπολη προς το ελληνικό κοινό. Μία καμπάνια η οποία δεν έχει στόχο να διαφημίσει τον προορισμό αυτό αλλά να δημιουργήσει πάτημα για τους εγχώριους πράκτορες της Άγκυρας να διαμορφώσουν σταδιακά την άποψη της Ελληνικής κοινής γνώμης για την ονομασία της Κωνσταντινούπολης.

Πρόκειται για μία διαφήμιση όπου προτρέπει τους Έλληνες να επισκεφθούν την «Ιστανμπούλ» όπως χαρακτηριστικά αναφέρει το ηχητικό μήνυμα! Μάλιστα καλά διαβάσατε... το μήνυμα μεταδίδει «Επισκεφθείτε τώρα την Ιστανμπούλ με την Turkish Airlines»!

Προσέξτε: όπως κάθε διαφημιστής γνωρίζει το ζητούμενο κάθε διαφημιστικού μηνύματος είναι να είναι όσο το δυνατόν πιο προσιτό και κατανοητό στον πελάτη-αγοραστή. Αυτός είναι ο ορισμός και ο μπούσουλας για κάθε επαγγελματία καλό διαφημιστή παγκοσμίως...

Η Turkish Airlines όμως είναι εταιρία μιας άλλης λογικής και χρήσης όμως από ότι φαίνεται! Δεν την ενδιαφέρει να κάνει διαφήμιση προσιτή προς τον Έλληνα επιβάτη έτσι ώστε να πουλήσει εισιτήρια... Την ενδιαφέρει να τον «επιμορφώσει», να τον γαλουχήσει, να του μάθει Ιστορία.

Το πετυχαίνει; Λέγε, λέγε κάτι μένει. Το Τουρκικό βαθύ κράτος ξέρει καλά από φασιστικές μεθόδους προπαγάνδας.

Άλλωστε πρόκειται περί αξιώματος ότι μία διαφήμιση που δεν σκοπεί στη λογική του κέρδους, δεν είναι διαφήμιση αλλά ο ορισμός της Προπαγάνδας.

Αυτό ακριβώς συμβαίνει και με την περίπτωση της Turkish Airlines και των ενεργειών της, οι οποίες πρέπει να ελεγχθούν και εφεξής να ελέγχονται από τα αρμόδια όργανα του κράτους καθώς όπως φαίνεται δεν σκοπούν σε μία τυπική επιχειρηματική δραστηριότητα αλλά στην

πράξη αποτελούν μέρος μίας καλοκουρδισμένης καμπάνιας για την εδραίωση των ευρύτερων Τουρκικών επιδιώξεων έναντι της χώρας μας.

Και για να δούμε ακριβώς τη λογική της Τουρκικής Στρατηγικής Προπαγάνδας φανταστείτε το αντίστοιχο να γινόταν στη διαφήμιση της Air France.

Φανταστείτε στο μήνυμα της προς το ελληνικό κοινό η Γαλλική εταιρία να αναφερόταν ως εξής: «Πετάξτε τώρα για την Φράνς με ένα από τα δρομολόγια της εταιρίας μας!»

Θα γινόταν ποτέ μία τέτοια διαφήμιση υπό τους κανόνες του παγκόσμιου Marketing; Προφανώς και όχι. Διότι στα ελληνικά η χώρα αυτή λέγεται Γαλλία και όχι Φρανς. Και η Air France ως εταιρία που σκοπεύει στην πώληση αεροπορικών εισιτηρίων δεν έχει κανένα λόγο να μπλέξει με την Ελληνική Γλώσσα. Όπως και καμία άλλη κανονική εταιρία.

Μόνον εταιρίες-όργανα προπαγάνδας ενδιαφέρονται να χειραγωγήσουν τη κοινή γνώμη μία χώρας. Είναι μία τέτοια εταιρία η Turkish Airlines;

Οι πράξεις της δείχνουν ξεκάθαρα ότι η Τουρκική Εξωτερική πολιτική «ξεσκίζει» τους νόμους του Marketing. Δεν ενδιαφέρεται για την αύξηση σε πωλήσεις εισιτηρίων, ούτε για την αύξηση της επισκεψιμότητας της Πόλης. Αυτό που την ενδιαφέρει είναι το να μάθουν οι Έλληνες ότι η Πόλη λέγεται Ιστανμπούλ. Και αύριο θα μας πουν ότι η Κομοτηνή λέγεται Γκιουμουλτζίνα και η Θεσσαλονίκη εφεξής Σελανίκ.

Πρόκειται για σαφή Τουρκική Στρατηγική. Και επειδή δεν μιλώ τυχαία παραθέτω στοιχείο από τουίτ του Τούρκου Πρόξενου Κομοτηνής κ. Ακιντζί. Ο Πρόξενος στο τουίτ του, αναφερόμενος σε επίσκεψη του στον δήμο Αρριανών στην Ελληνική Θράκη χρησιμοποιεί ΜΟΝΟ την τουρκική επωνυμία του χωριού, δηλαδή γράφει συνεχώς "Kozlukebiri". Η μέθοδος σχηματικά είναι η εξής: Βρίσκονται σε μίαν λίμνη και πετάνε στην αρχή πέτρες για να δουν αν υπάρξουν αντιδράσεις. Αφού δεν αντιδρά κανείς στο τέλος μπαίνουν και κάνουν και μπάνιο στην λίμνη.

Θα τους αφήσουμε να «κάνουν μπάνιο στη λίμνη μας»;

Αναμένουμε λοιπόν εφεξής υπό το Τουρκικό δόγμα Μάρκετινγκ, στις διαφημίσεις τους προς το ελληνικό κοινό, η Iberia να μας προτρέπει να επισκεφθούμε τη Μαδρίδ (όχι τη Μαδρίτη), η British Airways το Έντιμπρο (όχι το Εδιμβούργο) και η Alitalia τη Φιρέντζε (κι όχι τη Φλωρεντία).

Αν θέλουν δε, το Τουρκικό Κράτος και η Turkish Airlines για να αποδείξει την αθωότητα του, προτείνουμε να φτιάξουν και Πανεπιστημιακές έδρες στο Marketing όπου θα διδάσκεται η δική τους απόδοση και άποψη για την έννοια της διαφήμισης. Μόνο που θα πρέπει να τις Έδρες αυτές θα πρέπει να τις ονομάσουν τιμώντας προσωπικότητες όπως ο Γκέμπελς,

Σκοπός της προπαγάνδας είναι να αλλάξει δραστικά τις απόψεις των άλλων αντί απλώς να μεταδώσει γεγονότα. Για παράδειγμα, η προπαγάνδα μπορεί να επιστρατευτεί προκειμένου να προιδεάσει θετικά ή αρνητικά σε σχέση με κάποια ιδεολογική θέση, αντί να παρουσιάσει την ίδια την θέση. Η προπαγάνδα διαφοροποιείται από την «κανονική» επικοινωνία, επειδή επιδιώκει να διαμορφώσει απόψεις με έμμεσες και συχνά δόλιες μεθόδους. Για παράδειγμα, η προπαγάνδα συχνά μεταδίδεται με τέτοιον τρόπο ώστε να προκαλεί ισχυρά συναισθήματα.

Στόχος των Τούρκων δεν είναι αρχικώς η αλλαγή της ονομασίας της «Βασιλεύουσας» εδώ στην Ελλάδα. Στόχος τους όμως είναι όταν οι Έλληνες βγαίνουν στο εξωτερικό οπουδήποτε κι αν πάνε είτε σε προσωπικές συζητήσεις με ξένους, είτε σε μεταδόσεις γεγονότων, είτε σε

ομιλίες και διαλέξεις σε διεθνή κοινό να αναφέρονται στην Πόλη ως Ιστανμπούλ. Να διαγράφουν από κάθε στόμα Έλληνα τη λέξη Constantinople.

Οι Τούρκοι θέλουν ακριβώς αυτό που θέλουν και οι Σκοπιανοί: Όταν βγαίνουμε από τη χώρα μας, να καταπίνουμε τη γλώσσα μας, να ξεχνάμε τους προγόνους και την ιστορία μας και να λέμε αυτό που η δική τους προπαγάνδα ορίζει.

Να γιατί η Turkish Airlines «τρέχει» αυτό το μεγαλεπήβολο φαραωνικό σχέδιο Marketing που περιέχει από την χορηγία του Ευρωπαϊκού Πρωταθλήματος Μπάσκετ, μέχρι την πρόσληψη αστέρων του Χόλλυγουντ, ενώ εδώ και 3 χρόνια ο τουρισμός της έχει διαλυθεί.

Εκατομμύρια Έλληνες εκλαμβάνουν τις εν λόγω ενέργειες ως απολύτως επιθετικές και προκλητικές ιδίως μιας και διαπράττονται εντός Ελλάδας υπό το μανδύα της δήθεν «επιχειρηματικής και διαφημιστικής» δραστηριότητας. Δεν πρέπει όμως ούτε η Ελληνική εξωτερική πολιτική, ούτε η Ελληνική Δικαιοσύνη, ούτε οι δυνάμεις ασφαλείας της χώρας μας, ούτε τα αρμόδια Υπουργεία Μεταφορών και Ψηφιακής πολιτικής να έχουν αυταπάτες.

Η θρησκεία και η πολιτική πρέπει να διατηρούνται εντελώς χωριστά από την επιχειρηματικότητα, ιδίως όταν αυτή ασκείται σε διεθνές επίπεδο, όπως ο κλάδος των αερομεταφορών. Είναι απολύτως απαράδεκτο, ενοχλητικό και παράνομο το γεγονός ότι η Τουρκική κυβέρνηση προσπαθεί να σπείρει την προπαγάνδα της με κάθε τρόπο ακόμη και μέσω μεταφορικών μέσων.

Δράσεις της Turkish Airlines που «καίνε»

Η Turkish Airlines αυτοπροβάλλονται ως μία «παγκόσμια» εταιρία. Και πράγματι μπορεί να είναι έτσι αφού όλως περιέργως πετά ακόμη και σε προορισμούς που δύσκολα κάποια άλλη εταιρία θα επέλεγε να πάει... Φυσικά μιλούμε πάντα εάν πρόκειται για μία φυσιολογική αεροπορική εταιρία. Όπως όμως θα δούμε όμως η Turkish εξυπηρετεί Τουρίστες ακόμη κι εκεί που δεν υπάρχουν!

Ο τόπος αυτή τη φορά; Υεμένη. Μία χώρα χωρίς υποδομές, άγνωστη στον τουριστικό χάρτη. Στις 10 Φεβρουαρίου 2013 όμως συμβαίνει το εξής ενδιαφέρον: η Υεμένη και η Τουρκία αφαίρεσαν αμοιβαία την απαίτηση θεώρησης εισόδου (βίζα) για τους πολίτες τους που ταξιδεύουν μεταξύ των δύο χωρών. Με τη σύγκρουση στη Συρία να έχει φουντώσει, ήταν σίγουρα ενδιαφέρον αυτό το χρονικό διάστημα. Πριν από αυτό, τον Οκτώβριο του 2012, οι τουρκικές αεροπορικές εταιρείες άρχισαν να εκτελούν τέσσερις πτήσεις την εβδομάδα κατευθείαν από και προς την Κωνσταντινούπολη από τις Υεμενικές πόλεις Άντεν και Σάναα - προορισμοί που έως τότε κανείς δεν είχε ποτέ ακούσει!

Δεν ήταν δύσκολο τελικώς να συνδεθούν οι κουκίδες του μυστηρίου. Ο Εθνικός αερομεταφορέας της Τουρκίας ήταν βέβαιο ότι κάποιους μετέφερε και σίγουρα δεν ήταν τουρίστες ή businessmen... Η «Τζιχάντ» στη Συρία ήθελε νεαρούς άνδρες και ποιοι ήταν καλύτεροι από τους εξαθλιωμένους μουσουλμάνους της Υεμένης που με χαρά ταξίδευαν για να πολεμήσουν στη Συρία κατά του καθεστώτος του Προέδρου Άσσαντ, που η Τουρκία είχε αποκηρύξει. Οι πτήσεις αυτές σταμάτησαν τον Απρίλιο του 2015 (πάνω από δύο χρόνια) μετά από αναταραχές στην Υεμένη, αλλά ήταν ήδη πολύ αργά.

Γεννάται το ερώτημα: Ποιος πλήρωνε την αεροπορική εταιρία για όλους αυτούς τους ναύλους προς Συρία και πίσω;

Βάσει όλων αυτών των πηγών γίνεται φανερό ότι η Turkish Airlines έχει βάψει τα «φτερά της» με αίμα εκατομμυρίων αθώων αμάχων στη Συρία, αφού χωρίς την καίρια υπηρεσία που

προσέφερε προς τους Τζιχαντιστές θα ήταν δύσκολο να διεξαχθεί ο πόλεμος στη Συρία, ο οποίος πια αποδεδειγμένα μάλλον δεν ήταν εμφύλιος, αλλά χρηματοδοτούμενος και υποστηριζόμενος από ξένες χώρες και ιδίως από την Τουρκία.

Αντίστοιχα δρομολόγια τζιχαντιστών, αλλά και μεταφοράς οπλισμού πραγματοποιούνταν σύμφωνα με δημοσιεύματα και από το Πακιστάν προς Συρία με πτήσεις της Turkish Airlines μέσω «Ιστανμπούλ».

Αργότερα, αραβικά μέσα ενημέρωσης έκαναν ευρείες αναφορές ότι όταν ξέσπασαν οι ταραχές στην Υεμένη, η Turkish Airlines εντατικοποίησε την αντίθετη ροή μεταφέροντας μαχητές από τη Συρία προς την Υεμένη πια, όπου οι κυβερνητικές δυνάμεις χρειάζονταν Σουνίτες στη μάχη ενάντια στους Σίιτες εξεγερμένους.

Το ίδιο αξιοπερίεργη «επιχειρηματικά» είναι η έναρξη δρομολογίων της Turkish Airlines στη Σομαλία, μία χώρα που μαστιάζεται από εμφύλιο επί 40 τουλάχιστον χρόνια και που κανείς λογικός άνθρωπος δεν κάνει ούτε τουρισμό, ούτε business. Κι όμως η «πολυμήχανη» αυτή αεροπορική εταιρία «είδε επιχειρηματική ευκαιρία» ακόμη κι εκεί!

Η κίνηση της αυτή τελικά δεν έκανε τη Σομαλία κορυφαίο τουριστικό προορισμό. Έκανε όμως κάτι άλλο: πολλοί Σομαλοί χρησιμοποίησαν το άνοιγμα αυτό της Τουρκίας για να ταξιδέψουν στην Ευρώπη (μέσω Αιγαίου) με ψεύτικα διαβατήρια, κάτι που σύμφωνα με διαρροές σε ΜΜΕ, οι Τούρκοι αξιωματούχοι ούτε αγνοούσαν ούτε το έκαναν κατά λάθος, αλλά αντιθέτως έκαναν «τα στραβά μάτια». Να λοιπόν πως η Turkish Airlines έκανε επικερδή έναν προορισμό που καμία άλλη σημαντική αεροπορική εταιρεία δεν ήθελε. Μέσω μονοπωλίου στο λαθρεμπόριο ανθρώπων.

Θα αναρωτιέται ο μέσος πολίτης: Πως βγήκαν όλα αυτά για την Turkish Airlines στον «αέρα»;

Τον Μάιο του 2014 τα προβλήματα ξεκίνησαν όταν επλήγη καίρια το γενικό όραμα της Τουρκικής Κυβέρνησης σχετικά με τη διακηρυγτούμενη «μουσουλμανική αλληλεγγύη». Αυτό συνέβη όταν ένας αξιωματικός ασφαλείας της Turkish Airlines πυροβολήθηκε κατά τη διάρκεια ένοπλης επίθεσης στο Μογκαντίσου. Το περιστατικό αυτό ακολούθησε μια επίθεση τον Ιούλιο 2013 από τους μαχητές της Al-Shabaab στην Τουρκική πρεσβεία στο Μογκαντίσου, που άφησε αρκετούς άνδρες των ειδικών δυνάμεων βαριά τραυματίες. Φιλοκυβερνητικοί Τούρκοι δημοσιογράφοι στην Τουρκία ισχυρίστηκαν τότε ότι ήταν δυτικές δυνάμεις που στήριζαν την Al-Shabaab από ζήλια για τον νέο ρόλο της Τουρκίας στη Σομαλία που οδήγησε στην επίθεση. Τον Ιανουάριο του 2015, Τούρκοι υπήκοοι έγιναν και πάλι στόχοι στο Μογκαντίσου λίγο πριν από την επίσκεψη του ίδιου του Τούρκου Προέδρου Ρετζέπ Ταγίπ Ερντογάν.

Όλες οι βιαιοπραγίες υποδηλώνουν ότι οι προσπάθειες της Τουρκίας να «δέσει» τη Σομαλία στο «άρμα» της δεν έγιναν αποδεκτές από όλα τα μέρη της σομαλικής κοινωνίας, παρά την αμέριστη υποστήριξη της εθνικής Τουρκικής αεροπορικής εταιρείας, ο ρόλος της οποίας όπως είδαμε δεν έχει να κάνει διόλου με το αντίστοιχο ρόλο των ανταγωνιστριών της στην πολιτική αεροπορία.

Καιρός είναι λοιπόν να ενημερωθεί και ο μέσος Έλληνας για τις επιχειρηματικές δραστηριότητες της Turkish Airlines πριν πάει το επόμενο ταξίδι του στην «Ιστανμπούλ»!

Η Turkish Airlines δεν είναι μία κοινή αεροπορική εταιρία, αλλά ένα ακόμη εργαλείο προπαγάνδας του Τουρκικού Υπουργείου Εξωτερικών. Είναι ένα σημαντικό εργαλείο της Τουρκικής εξωτερικής πολιτικής. Μόνον με αυτήν της την ιδιότητα πρέπει να αντιμετωπίζεται. Και ως τέτοια δεν είναι δυνατόν να ανταγωνίζεται με τις υπόλοιπες

ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες οι οποίες ούτε επιδοτούνται αλλά ούτε και μετέχουν σε παράνομες ενέργειες ή δραστηριότητες της εξωτερικής πολιτικής της χώρας τους.

Το Ελληνικό Κράτος διαμέσου των αρμόδιων υπηρεσιών οφείλει άμεσα να ερευνήσει τα άνωθεν αναφερόμενα και να ελέγξει άμεσα τις ενέργειες της Turkish Airlines, οι οποίες έχουν υπερβαίνουν κατά πολύ τον όρο «αεροπορική εταιρία».

Κατόπιν των ανωτέρω ερωτάσθε:

1. Θα ερευνηθεί ποιος είναι ο ρόλος της Turkish Airlines στην Ελλάδα από τις αρμόδιες υπηρεσίες;
2. Έχει ερευνηθεί ο ρόλος της Turkish Airlines η οποία σύμφωνα με δημοσιεύματα και καταγγελίες μεταφέρει μετανάστες από τριτοκοσμικές χώρες με παράνομα έγγραφα όπως π.χ. η Σομαλία, το Πακιστάν κλπ προς την Κωνσταντινούπολη κι ακολούθως αυτοί εισέρχονται στο Ευρωπαϊκό έδαφος και μέσω της Ελλάδας;
3. Έχουν ενημερωθεί οι αντίστοιχες υπηρεσίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και η Europol σχετικά με το ρόλο αυτό της Turkish Airlines;
4. Ποια υπηρεσία/ποιες υπηρεσίες του Ελληνικού Κράτους είναι αρμόδια/ες για τον έλεγχο και πάταξη της προπαγάνδας μέσω διαφημίσεων που διαχέει μία εταιρία ως όργανο της εξωτερικής πολιτικής ενός κράτους;
5. Ως γνωστόν οι Ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες υπόκεινται σε ελέγχους και περιορισμούς «κρατικών ενισχύσεων» οι οποίες όμως δεν υφίστανται για εταιρίες όπως η Turkish Airlines. Αυτό δημιουργεί σοβαρό πρόβλημα στρεβλότητας του ανταγωνισμού. Ποια η άποψη της Επιτροπής Ανταγωνισμού;
6. Έχει ερευνηθεί από το Ελληνικό Κράτος και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το πρόβλημα ανταγωνισμού που υπάρχει καθώς η Τουρκικές Αερογραμμές υποστηρίζονται χρηματικά και πολιτικά από το Τουρκικό Κράτος;
7. Τι έχουν πράξει οι Ελληνικές Αρχές Ασφαλείας και οι σύμμαχοι μας για τα όσα έχουν δημοσιευθεί για την εμπλοκή των Τουρκικών Αερογραμμών στη μεταφορά τζιχαντιστών από την Υεμένη στη Συρία με απευθείας πτήσεις μέσω Κωνσταντινούπολης και μετά οδικώς στη Συρία;
8. Τι έχουν πράξει οι Ελληνικές Αρχές Ασφαλείας και οι σύμμαχοι μας για τα όσα έχουν δημοσιευθεί για την εμπλοκή των Τουρκικών Αερογραμμών στη μεταφορά τζιχαντιστών και οπλισμού από το Πακιστάν στη Συρία με απευθείας πτήσεις μέσω Κωνσταντινούπολης και μετά οδικώς στη Συρία;
9. Τι έχουν πράξει οι Ελληνικές Αρχές Ασφαλείας και οι σύμμαχοι μας σχετικά με την εμπλοκή των Τουρκικών Αερογραμμών στη μεταφορά τζιχαντιστών από τη Συρία στην Υεμένη μέσω Κωνσταντινούπολης;
10. Ποιος/ποιοι πλήρωναν και πληρώνουν την Turkish Airlines για να λειτουργεί η τελευταία τα δρομολόγια Τουρκία-Σομαλία και Τουρκία-Υεμένη;
11. Είναι αληθές ότι η Τουρκία χρησιμοποιεί υπέρ της τις ανά τον κόσμο Σομαλικές κοινότητες στον «αγώνα» της κατά του Γκιουλενισμού όπως π.χ. συμβαίνει στον Καναδά;

12. Είναι δυνατόν να επιτρέπεται στη χώρα μας, η δραστηριοποίηση μίας εταιρίας που φέρεται να εμπλέκεται σε όλες τις ανωτέρω έκνομες, τρομοκρατικές, πρακτορίστικες και παρακρατικές δραστηριότητες και να μην έχει γίνει ακόμη τίποτε σχετικά;

Ο ερωτών βουλευτής

Νίκος Ι. Νικολόπουλος

Πρόεδρος Χριστιανοδημοκρατικού Κόμματος Ελλάδος

Κοινοποίηση : Εισαγγελία Αρείου Πάγου, Διοικητή Εθνικής Υπηρεσίας Πληροφοριών