

ΝΙΚΟΛΑΟΣ Ι. ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ
Βουλευτής Ν. Αχαΐας – Ανεξάρτητος

**ΕΡΩΤΗΣΗ ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΥΠΟΥΡΓΟ ΔΙΚΑΙΟΣΥΝΗΣ, ΔΙΑΦΑΝΕΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ
ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ**

**Θέμα : Οργή Ελλήνων κληρικών, γονέων, κηδεμόνων, οικογενειάρχων, καθηγητών και Χριστιανικών
μαθητικών ομάδων για την πρόκληση των Jumbo με την προβολή «γκέι ζευγαριού» από τις οθόνες των
τηλεοράσεων**

Επικαλούμενη τη «Χαρά της Δημοκρατίας», η εταιρεία Jumbo προκαλεί την κοινή γνώμη και τα Χριστιανικά πιστεύω δημιουργώντας πολλά σχόλια και συζητήσεις με τη διαφήμισή της, στην οποία πρωταγωνιστεί ένα γκέι ζευγάρι. Οι αντιδράσεις που ξεσήκωσε το συγκεκριμένο σποτ – η εταιρεία απευθύνεται κυρίως σε μικρά παιδιά, λόγω των προϊόντων της, καθώς έχει καθιερωθεί στη συνείδηση του καταναλωτικού κοινού ως πολυεθνική με είδη παιχνιδιού – δεν αντιστοιχούν στον σκοπό της αρνητικής διαφήμισης, στρατηγική που συχνά ακολουθεί η εταιρεία. Όπως έχει αποδειχθεί και στο παρελθόν, τα Jumbo επιλέγουν να προβάλλονται μέσω τηλεοπτικών σποτ και διαφημίσεων που προκαλούν αντιδράσεις και στη συνέχεια αναγκάζονται, είτε να τα αποσύρουν από την τηλεόραση, είτε να αφαιρέσουν επίμαχα πλάνα που ενοχλούν. Ωστόσο, η εν λόγω επιλογή του γκέι ζευγαριού δημιουργεί συζητήσεις και αντιδράσεις στο μεγαλύτερο μέρος του καταναλωτικού κοινού των Jumbo, και όχι μόνο, που στην πλειονότητά του είναι συντηρητικό και δεν θέλει να ταυτιστεί με τα πρότυπα που προβάλλει η εταιρεία, άσχετα αν η επιλογή αυτή είναι αδιάφορη για κάποιους άλλους καταναλωτές. Είναι άξιο λύπης η σιωπή και η αβλεψία του Προέδρου και των μελών του Δ.Σ. του ΕΣΡ. Το παιχνίδι του κέρδους με κάθε μέσο και τρόπο είναι το παιχνίδι που... ξέρει καλύτερα η Jumbo, των εξαντλητικών εργασιακών συνθηκών, προκλητικών διαφημίσεων και των δυσφημιστικών δηλώσεων. Ο ιδρυτής των Jumbo και μέτοχος του 27% της εταιρείας Απ. Βακάκης, δεν δίστασε να αποκαλέσει τους Έλληνες «κακομαθημένο λαό» και την ελληνική οικονομία «τρύπια σαμπρέλα» και προσθέτει ότι... προτιμά να επενδύει στη Ρουμανία. Αν και οι επενδυτικές επιλογές του κάθε επιχειρηματία, Έλληνα ή ξένου, είναι δική του υπόθεση, εντυπωσίασε η πρόθεση του κ. Βακάκη να δυσφημίσει τη χώρα του σε μια εποχή που η εκστρατεία προσέλκυσης επενδύσεων είναι πλέον εθνικός στόχος και αναγκαία προϋπόθεση για να αναπνεύσει η οικονομία. Και τα δηλώνει αυτά, τη στιγμή που από τους Έλληνες προέρχεται το 70% του τζίρου του, ενώ την τελευταία τριετία, παρά την κρίση, τη μείωση των διαθέσιμων εισοδημάτων και τη μείωση της κατανάλωσης, ο τζίρος των Jumbo αυξήθηκε κατά 100 εκατ. ευρώ.

Επειδή, εκείνο που δημιουργεί την προσωπικότητα ενός παιδιού είναι και η τηλεόραση.

Επειδή, άλλο είναι το πρότυπο της οικογένειας.

Επειδή, μέχρι τώρα τα διαφημιστικά των Jumbo μπορούσαν να χωριστούν σε κατηγορίες, όπως αστεία, πρωτότυπα, κίτς, εκνευριστικά, προκλητικά, η τελευταία καμπάνια ανοίγει μια νέα κατηγορία, αυτή με... κοινωνικό μήνυμα που προκαλεί τους γονείς με τους γκέι που προβάλλει για τσάμπα δημοσιότητα βάζοντας κενά δαιμόνια, προβάλλοντας τύπους που οδηγούν σε κοινωνική ένταση και ρατσισμό.

Κατόπιν όλων αυτών ερωτάσθε ο αρμόδιους Υπουργούς:

1^ο Έχουν γίνει καταγγελίες στο ΕΣΡ για τα ρατσιστικά διαφημιστικά σποτ του Jumbo, που προσβάλουν τον συνταγματικά κατοχυρωμένο θεσμό της οικογένειας και την αγωγή των νέων;

2^ο Το ΕΣΡ ζήτησε την γνώμη των νομικών του συμβούλων για το εάν με βάσει τον αντιρατσιστικό νόμο, έπρεπε αυτόματα, να παραπέμψει τους τηλεοπτικούς σταθμούς και όλους τους συντελεστές στη Δικαιοσύνη επειδή οδηγούν σε κοινωνική ένταση και ρατσισμό με το συγκεκριμένο σποτ και ποια πρόστιμα επέβαλαν;

Ο ερωτών βουλευτής

Νίκος Ι. Νικολόπουλος

Πρόεδρος Χριστιανοδημοκρατικού Κόμματος Ελλάδος