

**ΝΙΚΟΛΑΟΣ Ι. ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ - ΒΟΥΛΕΥΤΗΣ Ν. ΑΧΑΪΑΣ**

**ΑΘΗΝΑ 06/08/18**

**ΑΝΑΦΟΡΑ**

**ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΥΠΟΥΡΓΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ**

**Θέμα: «Υποβολή αναφοράς για διερεύνηση σκανδάλων σχετικά με τον χώρο της  
διαφήμισης»**

Σχετικά με το συνημμένο δημοσίευμα, της εφημερίδας «**ΜΙΚΡΟΜΕΤΟΧΟΣ**» της  
**15/07/18**, παρακαλείσθε για την τοποθέτηση σας σε όλα όσα εμπεριέχονται σ' αυτό.  
Το θέμα ενδιαφέρει αρκετούς συμπατριώτες και συγκεκριμένα μας το έθεσε  
ο κος Συνοδινός Αριστείδης-----  
και μάλιστα ζητά να του μεταφέρουμε την απάντηση του αρμόδιου Υπουργού.

**Ο αναφέρων βουλευτής**

**Νικόλαος Ι. Νικολόπουλος  
Βουλευτής Αχαΐας  
Πρόεδρος Χριστιανοδημοκρατικού  
Κόμματος Ελλάδος**

Στο χέιλος του γκρεμού βρέθηκε μεγάλος αριθμός διαφημιστικών εταιρειών λόγω της εμπλοκής τους στην υπόθεση Alter. Οι τράπεζες σφράγισαν τις επιταγές του Alter και ζήτησαν από τις διαφημιστικές να φέρουν ζεστό χρήμα για να καλύψουν τη θέση τους. Ελάχιστα διαφημιστικές ανταποκρίθηκαν στην κλήση των τραπεζών και οδηγήθηκαν προς λύση. Οι υπόλοιπες μπόηκαν στον Τερεσία και πολλές χρεοκόπησαν.

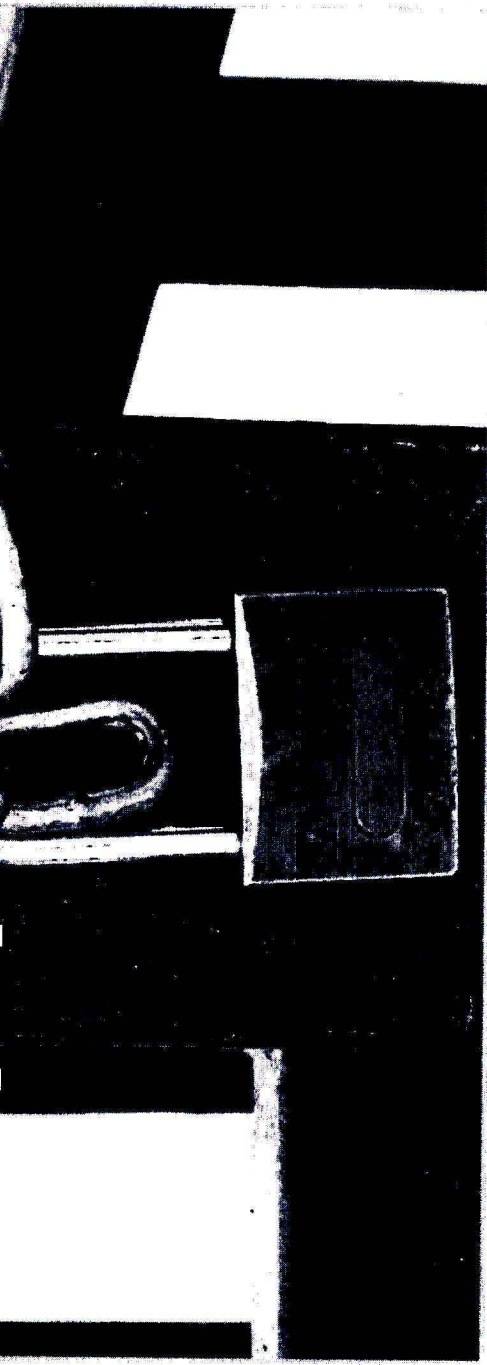
Η λίστα των ανοιγμάτων που διέρρευσε στα ΜΜΕ προήλθε από πληροφορίες και δεν ήταν πλήρης, καθώς οι ίδιες οι διαφημιστικές τήρησαν και πάντα τηρούν ένοχη σιγή ιχθύος για την υπόθεση. Από τη λίστα, εντύπωση προκαλεί η εμπλοκή όλων των μεγάλων παικτών της αγοράς και ειδικά θυγατρικών πολυεθνικών που με την τακτική που ακολούθησαν εκθέτουν και τις μητρικές.

Το πρόβλημα για τις εκτεθειμένες εταιρείες ήταν τεράστιο, καθώς τα αναφερθέντα ποσά ήταν, φυσικά, πολλαπλάσια της κερδοφορίας τους.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει η περίπτωση της Mass (όμιλος Leo Burnett), δεδομένου ότι ήταν η εταιρεία με τεράστια έκθεση που προσέγγισε τα 46 εκατ. ευρώ και ταυτόχρονα συνδεόταν έμμεσα με μεγάλο τραπεζικό όμιλο που έχει υψηλή άμεση έκθεση στο Alter. Με δεδομένο ότι ο όμιλος είχε δανείσει και τη Mass, είναι απορίας άξιον πόση είναι η συνολική του έκθεση, αλλά και με ποια κριτήρια δανειοδοτούσε τη Mass.

Από αυτό το χαρακτηριστικό παράδειγμα καταλαβαίνουμε ότι το τεί-

# Το τεράστιο σκάνδαλο που οδήγησε σε λουκέτα διαφημιστικές



## ΤΟΥ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΤΗ

**ΠΟΛΛΟΙ** το χαρακτήρισαν ως το μεγαλύτερο σκάνδαλο του χώρου των μέσων μαζικής επικοινωνίας, που στην ουσία αλλοίωσε το μεγαλύτερο κομμάτι της ελληνικής διαφημιστικής αγοράς.

Ένα σκάνδαλο εκατοντάδων εκατομμυρίων ευρώ, το οποίο, ως φαίνεται, θάφτηκε και είναι αμφίβολο αν θα γίνουν ποτέ γνωστές και οι λοιπές σκοτεινές πτυχές του, δεδο-

πολλά λόγια περιττεύουν.

Είναι το σκάνδαλο της πτώχευσης του τηλεοπτικού σταθμού Alter.

Το πρώτο «θύμα» της αμαρτωλής ιστορίας του Alter και των διαφημιστικών εταιρειών ήταν η εν Ελλάδι θυγατρική του γαλλικού ομίλου Publicis, η Leo Burnett.

Όπως έγινε γνωστό επισήμως, η εταιρεία αυτή οδγήθηκε προς την πτώχευση μετά από όργανα που έγιναν στους κόλπους της και στις συναλλαγές της με το Alter.

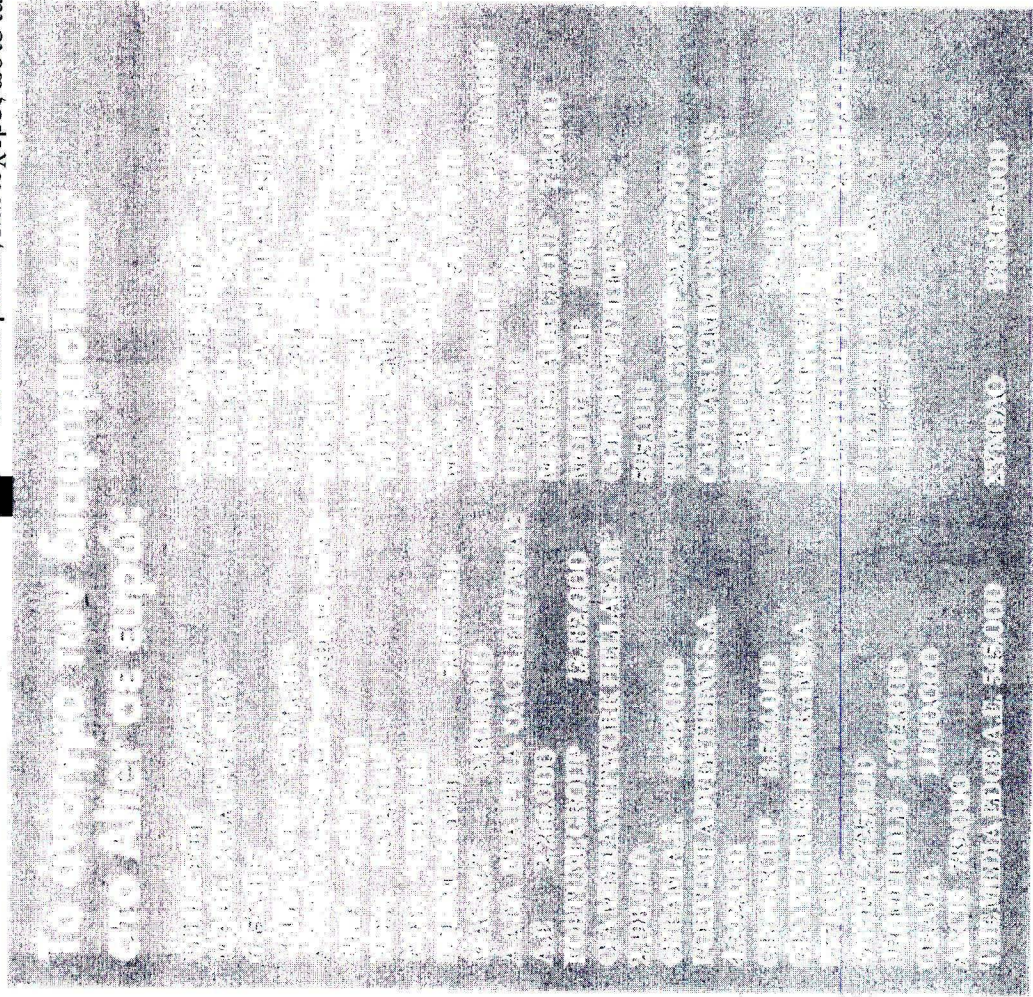
Ο Μ. Emmerich, στέλεχος της

ότι σε περίπτωση πτώχευσης της Leo Burnett δεν θα καταβληθούν ούτε οι αποζημιώσεις στο προσωπικό της εταιρείας!

Και σε άλλο σημείο της συνέντευξης, που δόθηκε λίγο πριν την πτώχευση της Leo Burnett, πρόσθεσε: «Δεν μπορούσαμε να ανταποκριθούμε στο αίτημά τους για τις αποζημιώσεις στους ανθρώπους της εταιρείας. Στην κατάσταση που βρίσκεται η εταιρεία δεν μπορούμε να δεσμευούμε ότι θα καταβληθούν, καθώς η πτώχευση είναι κάτι πασα-

Χρόνα συνδέονταν έρμεα με μεγάλο τραπεζικό όμιλο που έχει υψηλή άμεση έκθεση στο Alter. Με δεδομένο ότι ο όμιλος είχε δανείσει και τη Mass, είναι απορίας άξιον πόση είναι η συνολική του έκθεση, αλλά και με ποια κριτήρια δανειοδοτούσε τη Mass.

Από αυτό το χαρακτηριστικό παράδειγμα καταλαβαίνουμε ότι το τρίγωνο της διαπλοκής στη διαφήμιση αποτελείται από: διαφημιστικές, MME και τράπεζες.



των μεσων μαζικής επικοινωνίας, που στην ουσία αλλοίωσε το μεγάλο κομμάτι της ελληνικής διαφημιστικής αγοράς.

Ένα σκάνδαλο εκατοντάδων εκατομμυρίων ευρώ, το οποίο, ως φαίνεται, θάφτηκε και είναι αμφίβολο αν θα γίνουν ποτέ γνωστές και οι λοιπές σκοτεινές πτυχές του, δεδομένου ότι οι σχέσεις διαφθοράς στην Ελλάδα μεταξύ πολιτικής, δημοσιογραφίας και βαρόνων των MME είναι τόσο βαθιές και ισχυρές ώστε τα

ισχυρά του ελαττώματα των διαφημιστικών εταιρειών ήταν η εν Ελλάδι διθυγατρική του γαλλικού ομίλου Publicis, η Leo Burnett.

Όπως έγινε γνωστό επισήμως, η εταιρεία αυτή οδηγήθηκε προς την πτώχευση μετά από όργια που έγιναν στους κόλπους της και στις συναλλαγές της με το Alter. Ο M. Emmerich, στέλεχος της Publicis, σύμφωνα με τότε συνέντευξη του στο «Marketing Week», αναφέρθηκε στις συναλλαγές της Leo Burnett με το Alter, χωρίς να εξηγήσει τις τιμολογιακές κορπίνες που γίνονταν: «Οι συναλλαγές αυτές με το Alter είχαν θεωρηθεί ασφαλείς από τους εμπλεκόμενους. Θεωρούσαν ότι η Leo Burnett δεν θα διέτρεχε ρίσκο, διότι ο Alter θα την πλήρωνε και στη συνέχεια η Leo Burnett θα πλήρωνε τους παρόχους του προγράμματος. Επίσης, οι πάροχοι προγράμματος ήξεραν από την αρχή ότι η πληρωμή που τους χρώστανε η Leo Burnett ήταν άμεσα συνδεδεμένη με την πληρωμή που θα λάμβανε από το Alter».

Όμως, εκεί που η προστασία αυτή έγινε αναποτελεσματική ήταν όταν το Alter έκανε αίτηση για το άρθρο 99. Από τη μία πλευρά, λοιπόν, είχαμε το Alter να χρωστάει στη Leo Burnett δεκάδες εκατ. ευρώ, και από την άλλη τράπεζες που διεκδικούσαν από την εταιρεία αυτά τα εκατομμύρια ευρώ. Επίσης, είναι προφανές ότι το Alter δεν πλήρωσε ποτέ. Αυτό που έκανε μεγάλη εντύπωση για τη μητρική πολυεθνική εταιρεία Publicis ήταν ότι δεν απορόφησε τη Leo Burnett, αλλά επίσης δεν ήταν διαθεσιμότητα να καλύψει τα ανοίγματα της θυγατρικής της στην ελληνική αγορά. Μάλιστα, ο M. Emmerich ανακάλυψε κυνικά

και ως αλλοιωματιστή της συνέντευξης, που δόθηκε λίγο πριν την πτώχευση της Leo Burnett, πρόσθεσε: «Δεν μπορούσαμε να ανταποκριθούμε στο αίτημά τους για τις αποζημιώσεις στους ανθρώπους της εταιρείας. Στην κατάσταση που βρίσκεται η εταιρεία δεν μπορούμε να δεσμευθούμε ότι θα καταβληθούν, καθώς η πτώχευση είναι κάτι παραπάνω από πιθανό...».

Τρίτον, θεωρούσε πως η μητρική πολυεθνική εταιρεία δεν φέρει καμία ευθύνη (!) για τα όσα συνέβησαν. Και, ενώ άφησε ανοιχτό το ενδεχόμενο να κινηθεί ποινικά εναντίον του μανάτζερντ, προφανώς «έξαλλο» να αναφέρει ότι η μητρική πολυεθνική εταιρεία ήταν εκείνη που όρισε το μανάτζερντ, αυτή που θα έπρεπε να διαθέτει τους μηχανισμούς εσωτερικού ελέγχου, αυτή που θα έπρεπε να έχει αντιληφθεί τι γινόταν μέσα στο ίδιο της το σπίτι εδώ και τόσο μεγάλο χρονικό διάστημα.

Σε άλλο σημείο της συνέντευξης, ο M. Emmerich σημειώνει: «Το Publicis Group θέλει να μείνει και να καταλάβει τι πήγε στραβά. Βλέπουμε επίσης ότι αυτή η υπόθεση με το Alter δεν ήταν εξίσου μοιρασμένη στην αγορά. Δεν μπόκαν όλες οι διαφημιστικές εταιρείες σε τέτοιου είδους συμφωνίες με τον σταθμό. Μπόκαν αρκετές τοπικές και κάποιες πολυεθνικές, από τις οποίες πολυεθνικές καμία στον βαθμό που μπόκε η Leo Burnett. Άρα δεν μπορούμε να πούμε ότι ήταν μια κοινή πρακτική της αγοράς. Δεν ήταν. Δεύτερον, ήταν κάτι που ξεκίνησε και οργανώθηκε γύρω από έναν παίκτη, το Alter, και με παρόχους προγράμματος που είχαν κοινούς μετόχους με το Alter»...