

ΝΙΚΟΛΑΟΣ Ι. ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ - ΒΟΥΛΕΥΤΗΣ Ν. ΑΧΑΪΑΣ

ΑΘΗΝΑ 08/08/18

ΑΝΑΦΟΡΑ

ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΥΠΟΥΡΓΟ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Θέμα: «Υποβολή καταγγελίας για την διαπλοκή των εταιριών επικοινωνίας και διαφήμισης»

Σχετικά με το συνημμένο δημοσίευμα, της εφημερίδας «**ΜΠΑΜ**» της **08/07/18**, παρακαλείσθε για την τοποθέτηση σας σε όσα εμπεριέχονται σ' αυτό. Το θέμα ενδιαφέρει αρκετούς συμπατριώτες και συγκεκριμένα μας το έθεσε η κα Παπαράπτη Θέκλα, ----- και μάλιστα ζητά να της μεταφέρουμε την απάντηση του αρμόδιου Υπουργού.

Ο αναφέρων βουλευτής

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

Κυριακή 02.07.2018

ΡΕΠΟΡΤΑΖ

ΜΠΑΜ

του Ειδικού Συνεργάτη

ΤΗΝ ΕΠΙΟΧΗ που «λεφτά υπήρχαν» για όλους, η κατανάλωση στην Ελλάδα ήταν μεγάλη. Και όταν είναι μεγάλη η κατανάλωση, υπάρχει ανάγκη για προβολή. Ένα κλασικό μέσο προβολής είναι οι διαφημίσεις. Τις διαφημίσεις διαχειρίζονται οι διαφημιστικές εταιρείες, οι οποίες έχουν τμήματα δημιουργικού, media, δημιουργίας περιεχομένου, digital και εξυπηρέτησης πελατών. Όταν οι «αγγελάδες ήταν παχιές», υπήρχε αγορά για μικρές και μεγάλες διαφημιστικές εταιρείες.

Η μορασία της διαφημιστικής λίτας
Σήμερα μέσα στην κρίση, στην ήδη μειωμένη διαφημιστική πίττα, τη μερίδα του λέοντος παίρνουν οι μεγάλες διαφημιστικές εταιρείες. Αυτές ανήκουν συνήθως σε μεγάλους ομίλους επικοινωνίας, που προσφέρουν υπηρεσίες δημοσίων σχέσεων, lobbying, διοργάνωσης εκδηλώσεων και φυσικά έχουν και από ένα media shop που θα μοιράσει τη διαφήμιση.

Άρα η διαφήμιση μοιράζουν τα μεγάλα συμφέροντα των ομίλων επικοινωνίας, άρρηκτα συνδεδεμένα με τα μεγάλα επιχειρηματικά και πολιτικά συμφέροντα. Οι υπόλοιπες υπηρεσίες επικοινωνίας, π.χ. το PR, έρχονται πάντα συμπληρωματικά στη διαφήμιση.

Τα συστημικά μαγαζιά

Οι όμιλοι που στήριζαν το λεγόμενο «σύστημα» είναι αυτοί που αποτελούσαν τη συγκολλητική ουσία μεταξύ επιχειρηματιών, κομμάτων, τραπεζών και ΜΜΕ. Τα θαλασσοδάνεια έδιναν και έπαιρναν και η πολιτική διαπλοκή έσπρωχνε το σύνολο του τζιρού επικοινωνίας στους ομίλους επικοινωνίας.



Η διαπλοκή των εταιρειών επικοινωνίας

Διαδηλώσεις είναι
πλέον οι διαδρομές στις
διαφημιστικές εταιρείες,
στα media shops, στις
εταιρείες επικοινωνίας και
στην πολιτική

Πολλοί από τους...

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Οι όμιλοι που στήριζαν το λεγόμενο «σύστημα» είναι αυτοί που αποτελούσαν τη συγκολλητική ουσία μεταξύ επιχειρηματιών, κομμάτων, τραπεζών και ΜΜΕ. Τα θαλασσοδάνεια έδιναν και έπαιρναν και η πολιτική διαπλοκή έσπρωχνε το σύνολο του τζάφρου επικοινωνίας στους ομίλους επικοινωνίας.

Κάπως έτσι, το μεγάλο ψάρι έφραγε το μικρό και οι μεγάλες εταιρείες κανίβλισαν τις δουλειές και τους πελάτες των μικρών εταιρειών, οδηγώντας τις σε αφανισμό, προσφέροντάς τους πολιτικά ανταλλάγματα και άλλων ειδών εξυπηρέτήσεις.

Τα πολιτικά τζάκια στην επικοινω- νία

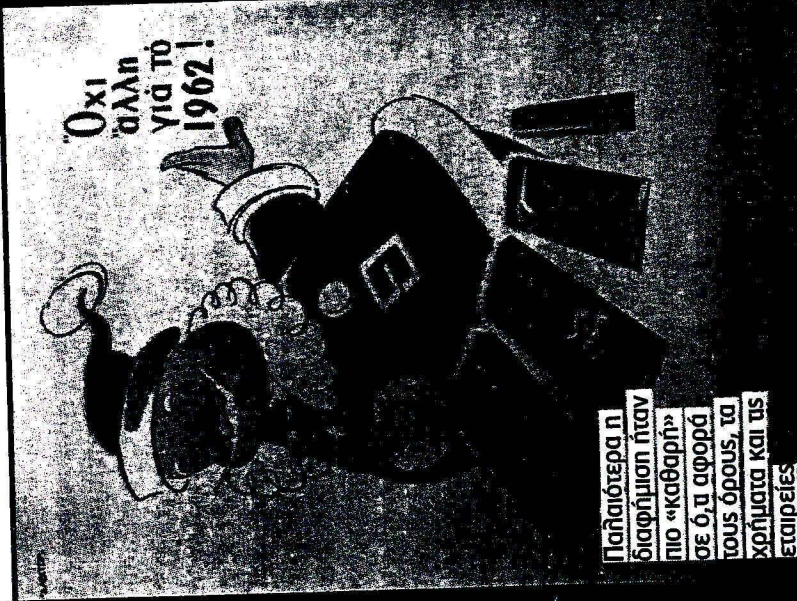
Χαρακτηριστικό παράδειγμα διαπλοκής είναι ότι κάποιες μεγάλες εταιρείες επικοινωνίας ανήκουν σε πολιτικές οικογένειες, όπως η V+O των Βαρβιτσιώτη-Ολύμπου και η AIA RELATE της Αλεξίας Μπακογιάννη. Υπάρχουν λοιπόν 2 βασικές κατηγορίες εταιρειών που κλείνουν τα μεγάλα deals. Οι μεγάλες ελληνικές εταιρείες επικοινωνίας και οι αντίστοιχες πολυεθνικές μοιράζονται τις μεγάλες δουλειές, όπως διαγωνισμοί Δημοσίου και λειάς, όπως διαγωνισμοί Δημοσίου και εκστρατείες ενημέρωσης. Το ζητούμενο βέβαια είναι και ποιες είναι οι υπηρεσίες που παρέχουν τα media shops. Παράνομο μόνο διαφήμιση ή μέσα από αυτά ο διαφημιζόμενος μπορεί να αποκτήσει επαφές και γνωριμίες με τον πολιτικό κόσμο οι οποίες στην πορεία του χρόνου μπορούν να του φανούν... χρήσιμες. Επίσης, είναι πολύ σημαντικό να ξεκαθαρίσει και το πλαίσιο της παρεχόμενης υπηρεσίας προβολής και επικοινωνίας που προσφέρουν αυτές οι εταιρείες. Ποιους πληρώνουν στα MME για να προβάλουν για παράδειγμα έναν γιατρό ή για να δημοσιευθεί ένα δελτίο τύπου μια εταιρείας. Τέτοια πράγματα πρέπει να ξεκαθαριστούν προκειμένου το «παιχνίδι» να γίνει πιο καθαρό και όλοι να ξέρουν ποιος, πού, τι και γιατί. Και το πιο σημαντικό πώς γίνονται οι πληρωμές και

από ποί προσέγονται τα χρήματα αυτά.

Τα media επιλογής

Οι συστημικοί όμιλοι συνεργάζονται και με τα συστημικά media, δηλαδή τα πρώην και νυν χρεοκοπημένα εκδοτικά συγκροτήματα και κανάλια.

Πίσω από τα γνωστά σκάνδαλα που ταλαιπώρησαν τον ελληνικό δημόσιο βίο, όπως τα δάνεια των κομμάτων και τα δάνεια των ΜΜΕ, βρίσκονται οι ίδιοι πρωταγωνιστές: κόμματα, ΜΜΕ και όμηλοι.



Φυσιολογικά τρεχάματα

Κάποιες από αυτές τις εταιρείες επικοινωνίας έφτασαν (!) μέχρι την πτώχευση, όπως η πάλαι ποτέ CIVITAS του Γιώργου Φλέσσα, όπου ευτυχώς όλα τα στελέχη βγήκαν στέγη στη νεοσύστατη εταιρεία TOUCHPOINT STRATEGIES, η οποία διευθύνεται από τον παλιό αντιπρόεδρο της CIVITAS, Ντίννο Αδριανόπουλο, και ανήκει πλέον στον όμιλο OGILVY. Οικακές γλώσσες βέβαια μιλάνε για «αλλαγή ΑΦΜ» της παλαιάς CIVITAS, άποψη την οποία δεν υιοθετούμε.

Άλλοι, πάλι, ιδιοκτήτες ομίλων όπως ο Γιαννάκης Ολύμπιος της V+O ταλαιπωρούνται από την ΑΑΔΕ για φορολογικές υποθέσεις. Για τη συγκεκριμένη υπόθεση κατέθεσε ερώτηση στη Βουλή ο Νίκος Νικολόπουλος, ανεξάρτητος βουλευτής Αχαΐας και πρόεδρος του Χριστιανοδημοκρατικού Κόμματος Ελλάδος.

Τι μέλλει γενέσθαι

Εδώ και χρόνια είχατε σε αναμονή εφαρμογής του νόμου, που πρακτικά καταργεί τον ρόλο μεσαζόντων όπως τα media shops και δίνει τη δυνατότητα τους διαφημιζόμενους να επικοινωνούν και να τιμολογούνται απευθείας από τα ΜΜΕ. Αυτό βέβαια σήμερα λόγω κρίσης συμβαίνει σε μεγάλο βαθμό, καθώς όλα τα ΜΜΕ θέλουν διαφημίσεις μικρές και μεγάλες και δεν αφήνουν να... πέσει κάτω ούτε ευρώ. Από την άλλη, πολλοί όμιλοι επικοινωνίας αναμένουν, σύμφωνα με δικές τους δηλώσεις, αλλαγή της κυβέρνησης. Γιατί άραγε; Μήπως με κυβέρνηση ΝΔ τα πράγματα θα είναι πιο αβανταδόρικά γι' αυτούς; Τδωμεν...