



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



Αθήνα, 7 Δεκεμβρίου 2006

## ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Την παρέμβαση του Συνηγόρου του Καταναλωτή **κ. Γιάννη Αδαμόπουλου**, προκάλεσε το περιεχόμενο έντυπης διαφήμισης της εταιρείας Media Markt που δημοσιεύθηκε στις αρχές του πρώτου δεκαήμερου του Νοεμβρίου 2006. Στη διαφήμιση, με την οποία αναγγέλλονται τα εγκαίνια καταστήματος, παρουσιάζεται, από τη μία μεριά, ο Σωκράτης με τη γνωστή ρήση του σε παραλλαγμένη μορφή “Εν οίδα ότι... τέτοιες τιμές πουθενά δεν είδα” και, από την άλλη, ο Διογένης να “συνεχίζει την αναζήτηση” με την επισήμανση “Κορόιδο είμαι να μην ψάξω τη μεγαλύτερη ποικιλία;”! Επίσης, εμφανίζεται ο Πλάτων με το συνοδευτικό κείμενο “Κορόιδο όποιος το χάσει!”.

Με επιστολή του, προς τον Πρόεδρο της Ένωσης Εταιρειών Διαφήμισης - Επικοινωνίας κ. Μανώλη Παπαπολύζο, ο Συνήγορος του Καταναλωτή, καταθέτει τους προβληματισμούς που προκαλεί το περιεχόμενο της διαφήμισης και παρακαλεί να ληφθούν όλα τα απαραίτητα μέτρα ώστε οι διαφημίσεις, παράλληλα με την ικανοποίηση του εμπορικού στόχου τους, να επιδεικνύουν τη δέουσα σοβαρότητα όταν καταφεύγουν στην ιστορική παράδοση ενός λαού για να αντλήσουν έμπνευση.

Στην επιστολή επισημαίνεται μεταξύ άλλων:

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή αναγνωρίζει τη συμβολή του χιούμορ ως θεμιτού διαφημιστικού μέσου για την προσέλκυση του

πολίτη-καταναλωτή, ωστόσο εφιστά την προσοχή στην ανάγκη για προσεκτική χρήση-μεταχείριση φράσεων-ρήσεων, ιστορικών περιόδων και προσωπικοτήτων που ταυτίζονται με την εθνική και πολιτιστική παράδοση ενός λαού ή και μιάς ομάδας ανθρώπων. Ο Συνήγορος του Καταναλωτή συνειδητοποιεί ότι στην εποχή της οικονομικής και πολιτισμικής παγκοσμιοποίησης η κοινωνία μας χαρακτηρίζεται από την πολυσυλλεκτικότητα των θρησκευτικών, γλωσσικών, ιστορικών χαρακτηριστικών των πολιτών και επομένως καλείται στο όνομα της δημοκρατίας να στεγάζει την πολυπολιτισμική ποικιλομορφία και να προάγει τον σεβασμό στη διαφορετικότητα και την ιδιαιτερότητα.

Στο πλαίσιο αυτού του σεβασμού είναι επιτακτικό οι διαφημίσεις να προβαίνουν σε διακριτική και όχι προσβλητική ή περιπαικτικού ύφους μεταχείριση στοιχείων της ιστορικής και πολιτισμικής παράδοσης που κρίνονται αναλλοίωτης σπουδαιότητας στη συνείδηση των πολιτών, ανεξαρτήτως αν αυτοί συνιστούν την επικρατούσα πλειονότητα ή απλώς κάποια μειονότητα του πληθυσμού.

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή σημειώνει επίσης πως η διακωμώδηση προσωπικοτήτων του Αρχαίου Ελληνικού πολιτισμού συνιστά υποβάθμιση της πολιτικής κληρονομιάς για την οποία κυρίως η χώρα μας είναι διεθνώς γνωστή.

Και καταλήγει:

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή γνωρίζει πολύ καλά το υψηλό επίπεδο ποιότητας στο οποίο βρίσκονται οι ελληνικές διαφημιστικές εταιρείες, όπως και το γεγονός ότι πολλές από αυτές έχουν λάβει διεθνή βραβεία για τις αισθητικά άρτιες παραγωγές τους.

Είναι όμως σημαντικό, να λαμβάνουν υπόψη το ενδεχόμενο της προσβλητικής υποτίμησης μέσω της διαφήμισής τους της πολιτιστικής ταυτότητας κάποιας μεγάλης ή και μικρής ομάδας πολιτών και να λειτουργούν με την υπευθυνότητα ενός φορέα που μπορεί με τα μηνύματά του και την επαφή του με τον κόσμο να επηρεάσει θετικά ή αρνητικά συνολικές στάσεις και συμπεριφορές.

Τέλος, με την επιστολή του ο Συνήγορος του Καταναλωτή Γιάννης Αδαμόπουλος ζητεί από τον Πρόεδρο να συστήσει στην εν λόγω εταιρεία να μην προβεί στο μέλλον σε αντίστοιχες διαφημιστικές καταχωρίσεις.