

ΑΠΙΣΤΕΥΤΟ ΣΚΑΝΔΑΛΟ

«Ψάρευαν» εκατομμύρια με τσιπούρες και λαβράκια!

Την ώρα που η Ελλάδα βρισκόταν στον προθάλαμο της χρεοκοπίας, οι κυβερνώντες, αντί να κάνουν οικονομία, σκορπούσαν τα εκατομμύρια από εδώ και από εκεί! «Πέταξαν» στη θάλασσα, αβλή και στις τσέπες επιτήδειων, 3,5 εκατομμύρια ευρώ για να προωθήσουν στην εγχώρια και διεθνή αγορά το... λαβράκι και την τσιπούρα!

ΑΠΟ ΤΟΝ ΓΙΩΡΓΟ ΣΙΑΔΗΜΑ

Η

τσιπούρα είναι ένα ψάρι επιφυλακτικό που τσιμπάει το δόλωμα με τρόπο μίζερο και το δολωμένο αγκίστρι πρέπει να είναι τέλειο σε παρουσίαση, ισχυρό, αλλά μικρό σε μέγεθος.

Ιδανικά δολώματα για το ψάρεμα της τσιπούρας θεωρούνται τα μικρά κομμάτια μάνας, φιλέτα σαρδέλας, κομμάτια φαραώ, ολόκληρα αμερικάνικα, περασμένα με βελόνα στο αγκίστρι μας για τέλεια φυσική παρουσία και κινητικότητα και, τέλος,

bigattini, ενώ δεν αποκλείεται η τσιπούρα να τσιμπήσει και σε ζυμάρια ή ψωμί, με την προϋπόθεση όμως ότι τη συγκεκριμένη στιγμή διακατέχεται από μεγάλη πείνα.

Ξέρετε πόσο κόστισαν οι παραπάνω απλές οδηγίες για το ψάρεμα της τσιπούρας στο ελληνικό κράτος; Μόνο... 3,5 εκατομμύρια ευρώ. Ναι, καλά διαβάσετε! Τόσα χρήματα διατέθηκαν για την προώθηση της ιχθυοκαλλιέργειας τσιπούρας και λαβρακιού στην εγχώρια και στις διεθνείς αγορές.

Το «Informer» αποκαλύπτει τα ποσά που δόθηκαν από το ελληνικό κράτος για τη διαφήμιση της τσιπούρας και του λαβρακιού.

Στο πλαίσιο του Γ΄ ΚΠΣ και του επιχειρησιακού προγράμματος Αλιείας 2000-2006 εντάχθηκε και υλοποιήθηκε το υποέργο «Ολοκληρωμένο σχέδιο προώθησης τσιπούρας - λαβρακιού ιχθυοκαλλιέργειας» όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται στον διαγωνισμό.

Ο προϋπολογισμός του υποέργου ήταν 3.570.000 ευρώ, συμπεριλαμβανομένου και του ΦΠΑ., και ανατέθηκε έπειτα από διαγωνισμό σε γνωστή διαφημιστική εταιρεία (υπογραφή σύμβασης 29-03-2007). Για την τσιπούρα και το λαβράκι, λοιπόν, απαιτήθηκαν πάνω από 3,5 εκατομμύρια ευρώ. Από τα παραπάνω μπορεί κανείς να



Διαφήμιση για την... αύξηση κατανάλωσης!

Θα αναλογιστεί βέβαια κανένας με τόσα χρήματα που έδωσε το ελληνικό Δημόσιο, την ώρα που το χρέος αυξανόταν δραματικά, τι μπορεί να περιελάμβανε αυτή η διαφημιστική εκστρατεία. Διαβάστε ποιες ήταν οι δράσεις που έπρεπε να αναλάβει η εταιρεία.

Δράση 1

Εκστρατεία προώθησης, άμεση και έμμεση διαφήμιση για την αύξηση της κατανάλωσης και την ενίσχυση του τομέα εμπορίας (τηλεοπτικό-ραδιοφωνικό spot, καταχώρηση σε εφημερίδες, περιοδικά, Internet, συνεντεύξεις, παραγωγή διαφημιστικών υλικών, διαγωνισμοί μαγειρικής).

Δράση 2

Συμμετοχή σε εκθέσεις αλιευτικού χαρακτήρα και σε εκθέσεις τροφίμων με στόχο το άνοιγμα των νέων εγχώριων και διεθνών αγορών.

Δράση 3

Μελέτες αγοράς και έρευνες σχετικά με την κατανάλωση, για την απόκτηση γνώσεων για τις συνήθειες των καταναλωτών σε ό,τι αφορά τα αλιευτικά προϊόντα, καθώς και εκπόνηση μελετών για την απόκτηση γνώσεων σε ό,τι αφορά τους παράγοντες που επιδρούν στην εμπορία των αλιευτικών προϊόντων.

αντιληφθεί πώς η χώρα μας έχει πτωχεύσει. Εκατομμύρια ευρώ σπαταλούνται όλα αυτά τα χρόνια για δραστηριότητες που δεν πάνε στο μυαλό του Έλληνα πολίτη. Το «δόλωμα» είναι η προώθηση προϊόντων της Ελλάδας και η... τοιπούρα τα εκατομμύρια ευρώ που μοιράζονται για διαφημιστικές εκστρατείες που κάποιοι ίσως δεν θυμούνται καν.

Πάντως, παρά το γεγονός ότι ο προϋπολογισμός ξεπερνούσε τα 3,5 εκατ. ευρώ, τελικά δαπανήθηκαν μόνο 3.315.758,69 ευρώ. Δεν μπορεί να κατηγορήσει κανείς τους αρμόδιους ότι δεν έκαναν και το απαραίτητο «κούρεμα». ☹

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΑΝ. ΥΠΟΥΡΓΟΣ ΑΝΑΓΕΥΞΗΣ,
ΑΝΤΙΔΙΕΚΤΗΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ
Κ. ΠΑΜΦΙΛΟΠΟΥΛΟΣ
ΥΠ. ΚΟΙΝΩΝΟΜΑΘΗΤΙΚΟΥ ΕΛΓΧΟΥ

Πόρτα 22 Απριλίου 2011
Αρ.Π. Πρωτ. 661/150

ΠΡΟΣ ΣΥΝΟΡΘΩΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗΣ
ΑΝΤΙΔΙΕΚΤΗΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ
ΑΥΤΟΕΛΕΓΧΗ ΚΟΙΝΩΝΟΜΑΘΗΤΙΚΟΥ ΕΛΓΧΟΥ
(Νόμος 55 Αθήνα)

Της Δ/σης - 4ης Βαλετσίδης
Γραφ. Κολοσσός: 183 10 ΠΕΡΙΣΣΙΑΣ
Τηλέφωνο: 210 4141464
FAX: 210 4040336

ΘΕΜΑ: «Χρηματοδοτούμενη διαφημιστικών εκστρατειών»

Σ. απόφαση της επιτ. πρωτ. 21531/04-8-2011 Ερώτηση του Βουλευτή κ. Κ. Αιβαλιώτη η οποία κατατέθηκε στη Βουλή των Ελλήνων, στη γνωμάτευση τα ακόλουθα:

1. Στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ και του Επιχειρησιακού Προγράμματος Αλιείας 2000-2006, υλοποιήθηκαν και ολοκληρώθηκαν το υποέργο «Ολοκληρωμένο σχέδιο προώθησης τυπικής αλιευτικής φθοροαλιευτικής».

Το υπόγειο ανατέθηκε μετά από διεθνή διαγωνισμό στην εταιρεία Ανώνυμος Διαφημιστική Εταιρεία* (απογραφή σύμφωνα με 2/23-3-2007).

Α. σκοπός του υποέργου ήταν η παροχή:

α) υπηρεσιών αναδύσεως για την εξόφληση, υλοποίηση, παρακολούθηση και αξιολόγηση ενός ολοκληρωμένου πλέγματος προωθητικών δράσεων και β) υπηρεσιών γραμμοπληκτικού ενταξιακού για τη διακίνηση της αγροτικής βίαιης και την «δραστηριότητα της τοπικής» και του λαϊκού υφιστάμενων στην εγχώρια και στις διεθνείς αγορές.

Ο συνολικός κόστος του υποέργου ήταν 3.315.758,69 ευρώ, συμπεριλαμβανομένου Φ.Π.Α. 19%, ολοκληρώθηκε στο ποσό των 3.315.758,69 ευρώ και τα ποσοστά 92,9% από την Αλιείας (ΣΜΠΤΑ) κατά 75% και από Πληνικής πόρους κατά 25%.

2. Η ολοκλήρωση του υποέργου περιλάμβανε τις εξής δράσεις:

Αρ. 1: Εκστρατεία προώθησης, άμεση και έμμεση διαφήμιση για την αύξηση της κατανάλωσης και την ενίσχυση του τομέα εμπορίας (τηλεοπτικό-ραδιοφωνικό spot, καταχώρηση σε εφημερίδες, περιοδικά, Internet, συνεντεύξεις, παραγωγή διαφημιστικών υλικών, διαγωνισμοί μαγειρικής).

Αρ. 2: Συμμετοχή σε εκθέσεις αλιευτικού χαρακτήρα και σε εκθέσεις τροφίμων με στόχο το άνοιγμα των νέων εγχώριων και διεθνών αγορών (ΠΣΕ 2007 & 2009, ΠΟΙ. ΠΣΙ Ι 2007 & 2008, ΑΝΕΚΑ 2007).

Αρ. 3: Μελέτες αγοράς και έρευνες σχετικά με την κατανάλωση, για την απόκτηση γνώσεων για τις συνήθειες των καταναλωτών σε ό,τι αφορά τα αλιευτικά προϊόντα, καθώς και εκπόνηση μελετών για την απόκτηση γνώσεων σε ό,τι αφορά τους παράγοντες που επιδρούν στην εμπορία των αλιευτικών προϊόντων (δομή, προμήθεια κ.λπ).

Η Προϊσταμένη
Γρ. Κοινωνομαθητικού Ελέγχου κ.α.

Ανθοποιός Α.Σ. Παταλάη Σοφία

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΤΙΤΡΑΦΕΩΣ
10-11-2011
Αλιευτικός Έλεγχος
ΑΝΤΙΔΙΕΚΤΗΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ
Κ. ΠΑΜΦΙΛΟΠΟΥΛΟΣ