

Φοβερές καταγγελίες για «μαφία των πινακίδων»

Συγγενείς θυμάτων τροχαίων κάνουν λόγο για απειλές και συναλλαγές

Του ΓΙΩΡΓΟΥ ΛΙΑΛΙΟΥ

Απειλές για τη ζωή τους ή προτάσεις δωροδοκίας καταγγέλλουν ότι δέχονται όσοι στρέφονται ενάντια σε εταιρίες που εκμεταλλεύονται παράνομες διαφημιστικές πινακίδες. Γονείς, αδέρφια ή συγγενείς ανθρώπων που έχασαν τη ζωή τους σε ένα τροχαίο δυστύχημα εξαιτίας μιας παράνομης διαφημιστικής πινακίδας έχουν ξεκινήσει τον δικό τους αγώνα, προσπαθώντας να πετύχουν την απομάκρυνση των τουλάχιστον 15.000 διαφημιστικών πινακίδων που βρίσκονται αναρτημένες στο κέντρο και τους μεγάλους οδικούς άξονες της Αθήνας. Ένας αγώνας που δείχνει άριστος, καθώς, όπως καταγγέλλουν, οι εν λόγω εταιρίες βρίσκονται σε απευθείας συναλλαγή με την τοπική αυτοδιοίκηση και τα ποσά που αλλάζουν χέρια εμφανώς ή «κάτω από το τραπέζι» δεν είναι αμελητέα...

Το γνωστό, λιμνάζον πρόβλημα επανέφεραν χθες στη δημοσιότητα οι συμφοιτητές του 25χρονου Γιάννη Σταυρουλάκη, που έχασε τη ζωή του τον περασμένο Δεκέμβριο όταν το αυτοκίνητο που οδηγούσε προσέκρουσε σε σιδερένια διαφημιστική κατασκευή στη λεωφόρο

Κηφισίας. Στην εκδήλωση, που πραγματοποιήθηκε στη μνήμη του στους χώρους του Παντείου Πανεπιστημίου, βρήκαν βήμα συγγενείς και φίλοι ανθρώπων –ως επί το πλείστον νέων– που έχασαν τη ζωή τους σε ανάλογα ατυχήματα. Και οι άνθρωποι αυτοί είναι πολλοί: σύμφωνα με παλαιότερη έρευνα του Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, το 12% όλων των θανατηφόρων τροχαίων ο-

Το 12% των θανατηφόρων τροχαίων οφείλεται στις παράνομες διαφημιστικές πινακίδες.

φείλεται στις παράνομες διαφημιστικές πινακίδες.

Ένας από τους χαροκαμένους γονείς είναι ο κ. Θανάσης Τσιώκος, δικηγόρος, που έχασε πριν από έξι χρόνια τον 33χρονο γιο του σε τροχαίο ατύχημα στη λεωφόρο Κατεχάκη. «Θεωρώ ότι ο γιος μου δολοφονήθηκε. Αν δεν υπήρχε η διαφημιστική κατασκευή στην οποία προσέκρουσε όταν έφυγε από τον δρόμο, το αυτοκίνητό του θα είχε απλώς πέσει στα χωράφια πριν από το Πολυτεχνείο», ανέφερε. Ο κ. Τσιώκος κατήγγειλε ότι δέχεται απειλές για τη ζωή του από τις διαφημιστικές ε-

ταιρίες, όπως και άλλοι γονείς θυμάτων, ενώ μία από τις εν λόγω εταιρίες του πρότεινε θέση νομικού συμβούλου(!). Ο ίδιος υπέβαλε αγωγές ενάντια στο Δημόσιο και τον δήμο Παπάγου, τη διαφημιστική εταιρεία που εκμεταλλευόταν την πινακίδα και τη ΔΕΗ που την ηλεκτροδοτούσε. «Στο ποινικό σκέλος, απαλλάχθηκαν όλοι με το σκεπτικό ότι στη θέση της πινακίδας θα μπορούσε να υπήρχε ένα δέντρο ή ένας τοίχος! Δεν είναι λογική αυτή!», εξανίσταται. Με το ίδιο σκεπτικό, όμως, απερρίφθη η έφεση που άσκησε.

Η σύγκρουση με μια τεράστια διαφημιστική πινακίδα, η οποία παρανόμως βρίσκεται δίπλα στο οδόστρωμα δεν είναι η μόνη αιτία πρόκλησης τροχαίων. Όπως ανέφερε ο αντινομάρχης Αθήνας κ. Γιώργος Καστρινάκης, τα γιγαντιαία διαφημιστικά μνημύματα αποσπούν την προσοχή των οδηγών. Επίσης, όπως συμπλήρωσε ο υποψήφιος δήμαρχος Αθηναίων κ. Αλέξης Τσίπρας, οι διαφημιστικές πινακίδες συχνά καταλαμβάνουν τα πεζοδρόμια αναγκάζοντας τους πεζούς να κατεβαίνουν στον δρόμο, ενώ επιβάλλουν την αισθητική τους ρύπανση στον πόλη. «Πρέπει οπωσδήποτε να ανοίξει το ζήτημα της

«μαφίας» των εταιρειών», ανέφερε. «Πρόκειται για δύο μεγάλες διαφημιστικές, οι οποίες έχουν δημιουργήσει δεκάδες μικρές εταιρίες-δορυφόρους, με νόμιμους εκπροσώπους... υπερήλικες, ώστε να μην μπορεί να τους χτυπήσει ο νόμος. Ο τζίρος τους ανέρχεται σε 200 εκατ. ευρώ ετησίως, από τα οποία τα δύο τρίτα είναι «μαύρα»».

Στην εκδήλωση παρενέβησαν και εκπρόσωποι διαφημιστικών εταιρειών, οι οποίοι μίλησαν υπέρ της διαφορετικής αντιμετώπισης νόμιμων και παράνομων υπαίθριων διαφημίσεων. «Για εμένα ο πραγματικός δολοφόνος είναι η τοπική αυτοδιοίκηση», ανέφερε ο κ. Νίκος Κατριμπούζας, διαφημιστής. «Οι δήμαρχοι κάνουν υπόγειες συναλλαγές με τις εταιρίες και γι' αυτό δεν απομακρύνουν τις πινακίδες». Εκπρόσωποι δήμων υποστήριξαν από την πλευρά τους ότι βρήκαν ισχυρά εμπόδια, δέχθηκαν απειλές ή απομακρύνθηκαν από τη θέση τους όταν ήρθαν σε αντιπαράθεση με τις εν λόγω εταιρίες. «Όλοι τις καλύπτουν», είπε στην «Κ» ο κ. Στέλιος Σταυρουλάκης, αδερφός του άτυχου φοιτητή. «Μια ημέρα μετά το δυστύχημα, η πινακίδα αντικαταστάθηκε. Όταν στραφήκαμε ενάντια στον δήμο Αμαρουσίου, ξηλώθηκε σε μια ημέρα...».



Σκηνές σαν και αυτή σπανίζουν... Οι παράνομες υπαίθριες διαφημιστικές πινακίδες πληθαίνουν αντί να αποκαθλώνονται.

«Ξαναφύτρωσαν μετά τους Ολυμπιακούς»

Η μόνη συστηματική προσπάθεια απομάκρυνσης των παράνομων διαφημιστικών πινακίδων έγινε πριν από τους Ολυμπιακούς Αγώνες, από την Εταιρεία Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων (ΕΑΧΑ). Σήμερα, δύο έτη μετά την έναρξη της προσπάθειας, οι πινακίδες «ξαναφυτρώνουν» εκεί που ξηλώθηκαν, με την ανοχή δήμων και πολιτείας. Χαρακτηριστικό είναι άλλωστε ότι οι δήμοι αντλούν μεγάλο μέρος των εσόδων τους από τις πινακίδες αυτές, ενώ το ΥΠΕΧΩΔΕ δεν επιβάλλει πρόστιμα. Και πολύ σύντομα, εν όψει δημοτικών και νομαρχιακών εκλογών, οι γιγαντιαίες πινακίδες θα ανακάμψουν ως μέσο προβολής των υποψηφίων, με τα ανάλογα ανταλλάγματα...

Σήμερα, υπολογίζεται ότι στους δρόμους της Αθήνας και των όμορων

δήμων βρίσκονται περίπου 15.000 θέσεις υπαίθριας διαφήμισης. Κάθε μία από αυτές ενοικιάζεται για χιλιάδες ευρώ, συνήθως σε δεκαπενθήμερη βάση. Τα κέρδη είναι τεράστια, ωστόσο οι διαφημιζόμενοι τις προτιμούν επειδή θεωρούνται ότι έχουν πολύ καλό αποτέλεσμα. Την ίδια στιγμή, όμως, το κέντρο του Λονδίνου έχει μόλις 100-200 υπαίθριες διαφημίσεις, ενώ στις περισσότερες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες η ανάρτηση διαφημιστικών πλασιών απαγορεύεται.

Η προσπάθεια καθάρσεώς τους στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας ξεκίνησε το 2003, με βάση τον νόμο 2833/2000 περί ολυμπιακής προετοιμασίας. Η νομοθεσία τροποποιήθηκε τέσσερις φορές, με σκοπό να γίνει αυστηρότερη. Ομως, όπως καταγγέλλουν άνθρωποι της ΕΑΧΑ, κατέληξαν

για μήνες να παίζουν «κρυφτούλι» με τους υπαλλήλους των εταιρειών, που προσπαθούσαν να τους εμποδίσουν με κάθε τρόπο. Παράλληλα, οι εταιρείες τους υπέβαλαν τουλάχιστον 500 μηνύσεις, για να τους σταματήσουν. Μάλιστα, μία από τις εμπλεκόμενες διαφημιστικές εταιρείες μήνυσε ολόκληρο το διοικητικό συμβούλιο του ΕΑΧΑ... για παράβαση καθήκοντος, διεκδικώντας από κάθε μέλος ένα εκατομμύριο ευρώ...

Σήμερα, οι πινακίδες «ξαναφυτρώνουν» σαν τα κεφάλια της Λερναίας Ύδρας. Είναι κοινό μυστικό στο διαφημιστικό χώρο το πώς εξασφαλίζεται η ανοχή της πολιτείας: ένας συνθησιμμένος τρόπος θεωρείται η προεκλογική παροχή δωρεάν διαφημιστικού χώρου, με αντάλλαγμα τη μετεκλογική ανοχή...

Γ. Α.