

## ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ

### Αμ ποιος δε θέλει να καταλάβει το χιούμορ;

Αθήνα, 23 Αυγούστου 2012 - Η Amstel σέβεται την απόφαση του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας, το οποίο ζήτησε τροποποιήσεις στην πρόσφατη διαφημιστική της ταινία, αλλά δηλώνει ότι **διαφωνεί τελείως** με το σκεπτικό της επιτροπής, η οποία αγνοεί τα στοιχεία της ελληνικότητας της παραγωγής και την ουσία της επικοινωνίας της Amstel. Τέλος, μόνο έκπληξη προκαλεί το γεγονός ότι, σε μια εποχή που όλοι χρειαζόμαστε ένα χαμόγελο, ο χώρος της επικοινωνίας «τιμωρεί» το χιούμορ και τον αυτοσαρκασμό σε μια διαφημιστική ταινία.

Είναι δυνατόν να μην καταλάβει κανείς το **πραγματικό νόημα** της επικοινωνίας της Amstel αλλά και το **χιούμορ** στη δημιουργική της προσέγγιση, η οποία «παίζει» με το πώς «βγήκε» το όνομα Amstel δημιουργώντας λογοπαίγνια με τη φράση «**Αμ στέλναν**» και το όνομα «**Αμοιράκης Στέλιος**» και διασκεδάζοντας με τη συνήθεια των Ελλήνων να παίζουμε με τις λέξεις, όταν θέλουμε να κάνουμε δικό μας κάτι που αγαπάμε;

Αυτό που βεβαίως δεν είναι χιούμορ είναι τα **αδιάσειστα στοιχεία που παραθέτει η Amstel για την ελληνική της παραγωγή και τη σχέση της με την Ελλάδα**, εδώ και σχεδόν 50 χρόνια, όταν παράγεται στην Ελλάδα με ελληνικές πρώτες ύλες (π.χ. μπουκάλια, ετικέτες, κουτάκια, καπάκια, κ.ο.κ) και χρησιμοποιεί εδώ και χρόνια ελληνικό κριθάρι για την παραγωγή της, το οποίο έφτασε πλέον φέτος να καλύπτει το 100% των αναγκών της.

Τώρα είναι η σωστή στιγμή να ξεκινήσει μια σοβαρή συζήτηση περί «ελληνικότητας» των προϊόντων, ορίζοντας καταρχήν τι είναι ελληνικό προϊόν. Πόσο ελληνικό είναι ένα προϊόν με ελληνικό όνομα που φέρνει όλες τις πρώτες ύλες του από το εξωτερικό και συσκευάζεται μερικώς στην Ελλάδα; Είναι λιγότερο ελληνικά τα προϊόντα που παράγονται σε εργοστάσια και εγκαταστάσεις που λειτουργούν στην Ελλάδα, από έλληνες εργαζομένους, από ελληνικές πρώτες ύλες; **Οι επενδύσεις, οι θέσεις εργασίας, η τεκνογνωσία και η προστιθέμενη αξία που προσφέρουν στην Ελλάδα δεν παίζουν κανένα ρόλο;** Κι αν τα κριτήρια αυτά έχουν την ίδια βαρύτητα, αν όχι μεγαλύτερη, από ότι το όνομα, τότε θα είχε μεγάλο ενδιαφέρον να μάθουν οι καταναλωτές ποια άλλη μπίρα στην Ελλάδα έχει αγκαλιάσει όπως η Amstel την πραγματική αξία της Ελλάδας, που είναι οι άνθρωποι.

Μια τέτοια συζήτηση θα έδινε πραγματικά την ευκαιρία να φανεί ποιοι τελικά πραγματικά επενδύουν στην Ελλάδα και ποιοι απλά προσπαθούν να εκμεταλλευτούν τις καταστάσεις αλλά και τους έλληνες καταναλωτές.

Σε κάθε περίπτωση, η διαφημιστική ταινία θα προσαρμοστεί με βάση τις συστάσεις του Συμβουλίου, και ... «Αμ επιστρέφει» το Σεπτέμβριο!

---

#### Λίγα λόγια για την Άμστελ

Η μπίρα Άμστελ λανσάρεται στην Ελλάδα από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ΑΕ το 1965. Πρώτη σε κατανάλωση μπίρα στην Ελλάδα με 47 και πλέον χρόνια ποιοτικής παρουσίας, η αγαπημένη ξανθιά lager οφείλει το χρυσό της χρώμα στο συνδυασμό ανοιχτόχρωμης και σκουρόχρωμης βύνης. Με γεμάτη γεύση και άρωμα λυκίσκου και μαγιάς, περιλαμβάνει 5% αλκοόλ.

Σήμερα η παραγωγή της πραγματοποιείται σε τρία εργοστάσια στην Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και την Πάτρα.

Με μία πλούσια ιστορία σχεδόν 50 χρόνων, και σταθερά στην κορυφή των προτιμήσεων των Ελλήνων καταναλωτών για 30 χρόνια, η Άμστελ, όλα αυτά τα χρόνια έχει επιδείξει μία μεγάλη επενδυτική δραστηριότητα και καινοτομική πρωτοβουλία στο σύνολο της επικοινωνίας της, στην παραγωγή των προϊόντων της και στη σχέση της με τον καταναλωτή. Ανταποκρίνεται στις ανάγκες της κοινωνίας και προσφέρει σε αυτή και τον πολιτισμό μας παραμένοντας πιστή στις αξίες και την ποιότητά της που τη χαρακτηρίζουν και την έχουν κάνει να ξεχωρίσει μέσα στο χρόνο.

#### Για περισσότερες πληροφορίες:

- Φαίη Χαδιού, Ντόρα Μπουγιούκα, Μαριλένα Παπαχαλαμπους, Publicom/ Hill & Knowlton, τηλ: 210 6281800, φαξ: 210 6281820, E-mail: [fhadiou@hkstrategies.com](mailto:fhadiou@hkstrategies.com), [dbougiouka@hkstrategies.com](mailto:dbougiouka@hkstrategies.com), [marilena.papachalampous@hkstrategies.com](mailto:marilena.papachalampous@hkstrategies.com)
- Αμαλία Τριφύλλη, Αθηναϊκή Ζυθοποιία, τηλ: 210 5384345, [Amalia\\_Trifilli@Heineken.com](mailto:Amalia_Trifilli@Heineken.com)