



Κατερίνα Τσεμπερλίδου, Συγγραφέας

Ότι κατεβαίνει, ανεβαίνει

Οι κύκλοι κλείνουν και ανοίγουν καινούργιοι. Όταν ξεκίνησε το Marketing Week το 1981, ως Διαφημιστική Εβδομάδα τότε, η Διαφήμιση ήταν στα κάτω της, αφού χαρακτηριζόταν «μίασμα» από τον τότε υποψήφιο πρωθυπουργό της χώρας. Μετά, «άνθισε».

Σήμερα, τριάντα χρόνια μετά, με τη Διαφήμιση να βρίσκεται πάλι «στα κάτω» της, αφού έχει χάσει 50% από την προ τριετίας δύναμή της, ποιος ξέρει πότε και πόσο ψηλά θα ξαναπάει. Το ευχόμαστε όλοι. Θέλω να σταθώ σε τρεις σταθμούς για τη χώρα μου, για τη διαφήμιση και για μένα που συμπέσαμε με τα ίδια γεγονότα. Τρεις ευκαιρίες, τρεις πρωτιές.
Σταθμός πρώτος: Το λανσάρισμα στην Ελλάδα της ιδιωτικής τηλεόρασης το 1989. Είχαμε τη χαρά, εμείς στην ΑΔΕΛ, να λανσάρουμε το πρώτο ιδιωτικό κανάλι, το Mega Channel με το σύνθημα «Το Μεγάλο Κανάλι» και, επομένως, την ιδιωτική τηλεόραση στην Ελλάδα.
Σταθμός δεύτερος: Η πολιτιστική αναβάθμιση της Ελλάδας μέσα από τα προγράμματα του Μεγάρου Μουσικής. Αναλάβαμε την πρώτη επικοινωνία της χορηγίας του «Κύκλου Μότσαρτ» το 1991 από την Ιονική Τράπεζα.
Σταθμός τρίτος: Το λανσάρισμα της κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα το 1994. Εμείς λανσάραμε την Panafon (σήμερα Vodafone) στην Ελλάδα. Ήμασταν από τους πρώτους στην Αθήνα που κυκλοφορούσαμε με το πρωτοφανές αυτό gadget, το κινητό τηλέφωνο.

Έχω δουλέψει με πάθος για μάρκες, υπηρεσίες, κοινωνικούς σκοπούς, γνωρίζοντας από κοντά τους σημαντικότερους έλληνες επιχειρηματίες, στελέχη εταιρειών, σκηνοθέτες, φωτογράφους, καλλιτέχνες, παραγωγούς και έχοντας γνωρίσει από κοντά μερικά από τα σημαντικότερα ονόματα του διεθνούς διαφημιστικού στερεώματος όπως τον Maurice Saatchi, τον Paul Arden, τον Tim Bell, τον Bob Isherwood, τον Kevin Roberts, όντας Πρόεδρος της Adel Saatchi & Saatchi. Μέσα σε αυτό το διάστημα δημιούργησα και τη δική μου «φυλή» με στελέχη που εργάστηκαν στην εταιρεία και στη συνέχεια έγιναν περιζήτητα. Μέσα από τη θέση μου, της Executive Creative Director, συνέβαλα ώστε η εταιρεία να κερδίσει 324 δημιουργικά βραβεία, μεταξύ των οποίων και το μοναδικό στην Ελλάδα Χρυσό Λιοντάρι του Φεστιβάλ των Καννών. Στα τόσα γεγονότα που συνέβησαν τα προηγούμενα τριάντα έτη, το Marketing Week και η δυναμική του απέδειξαν τη διαχρονικότητά του. Χρόνια πολλά και ευχές για τα επόμενα τριάντα. Το industry της Επικοινωνίας έχει ανάγκη από την ενημέρωσή του.

Σπανόσα γεγονότα που συνέβησαν τα προηγούμενα τριάντα έτη, το Marketing Week και η Συναρική του αγέδειξαν τη διαχρονικότητά του.