



ΕΝΩΣΗ ΕΤΑΙΡΙΩΝ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Υπερείδου 7
105 58 Αθήνα
Τ 210 324 6215
F 210 324 6880
E edee@edee.gr
www.edee.gr

ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΕΠΕΙΓΟΝ

Αριθ. Φ. 15^α /10130
Αθήνα, 4 Αυγούστου 2014

Κύριο
Γκίκα Χαρδούβελη
Υπουργό Οικονομικών
Υπουργείο Οικονομικών
Νίκης 5-7,
101 80 Αθήνα

Κύριο
Δημήτριο Ι. Σταμάτη
Υπουργό Επικρατείας
Υπουργείο Επικρατείας
Μέγαρο Μαξίμου
Ηρώδου Αττικού 19,
106 74 Αθήνα

Κύριο
Ιωάννη Βρούτση
Υπουργό Εργασίας
Υπουργείο Εργασίας & Κοινωνικών Ασφαλίσεων
Σταδίου 29
101 10 Αθήνα

Κύριο
Μάκη Βορίδη
Υπουργό Υγείας
Υπουργείο Υγείας Κοινωνικής Ασφάλισης & Πρόνοιας
Αριστοτέλους 17,
101 87 Αθήνα



Αθήνα, 4 Αυγούστου 2014

Κύριοι Υπουργοί,

Θέμα: **Αίτημα απόσυρσης τροπολογίας 1688/135/1-8-2014 «Τρόπος τιμολόγησης των οριζόμενων στην κείμενη νομοθεσία πράξεων διαφήμισης. Ρυθμίζονται ειδικά θέματα σχετικά με τη λειτουργία των ηλεκτρονικών Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης».**

Η επιστολή αυτή της Ένωσής μας, που αποτελεί το θεσμικό φορέα που εκπροσωπεί τις εταιρίες Διαφήμισης και Επικοινωνίας στη χώρα και τους 2.500 εργαζόμενους σε αυτές, γράφεται με αφορμή την αιφνίδια -και μάλιστα εκπρόθεσμη, κατά το άρθρο 87 παρ. 1 του Κανονισμού της Βουλής- κατάθεση, την Παρασκευή 1^η Αυγούστου 2014, ώρα 19:45, της ως άνω τροπολογίας.

Η τροπολογία συνοδεύεται από την υπ'αρ. 220/6/2014 Έκθεση του Γενικού Λογιστηρίου του Κράτους, με ημερομηνία 1^η Αυγούστου επίσης, όπου αναφέρεται επί λέξει: «*Τα ασφυκτικά χρονικά περιθώρια εντός των οποίων ζητήθηκε η σύνταξη της Έκθεσης, δεν επέτρεψαν την ολοκληρωμένη επεξεργασία της τροπολογίας και την εκτίμηση των οικονομικών αποτελεσμάτων*».

Οι προτεινόμενες ρυθμίσεις καταλαμβάνουν πεντέμισι σελίδες τυπογραφικού κειμένου και αναφέρονται σε πολλαπλές πλήρεις αντικαταστάσεις και ουσιώδεις τροποποιήσεις δέκα (10) διαφορετικών άρθρων σε τρεις (3) διαφορετικούς νόμους συν ένα Προεδρικό Διάταγμα!

Σε αυτή την κατ'επίφαση «τροπολογία» περιέχεται στην πραγματικότητα ένα συνολικά νέο νομοθέτημα, το οποίο επιχειρεί να ρυθμίσει μια σειρά θεμάτων, που αφορούν τα ΜΜΕ ως επιχειρήσεις.

Εν προκειμένω, το άρθρο 1 της τροπολογίας και ειδικότερα οι παράγραφοι που επιβάλλουν υποχρεωτικά την απευθείας τιμολόγηση των διαφημιζόμενων, αφορούν άμεσα τον κλάδο τον οποίο εκπροσωπούμε και δημιουργούν σοβαρότατο κίνδυνο για τη βιωσιμότητα των διαφημιστικών εταιριών και των θέσεων εργασίας σε αυτές.

Είναι προφανές, ότι η εν λόγω ρύθμιση αποτελεί υπαγορευμένη νομοθετική αποτύπωση μιας έμμονης αντίληψης ορισμένων ιδιοκτητών ΜΜΕ, οι οποίοι νομίζουν ότι θα αποκομίσουν μεγαλύτερο διαφημιστικό έσοδο, αν αποκλείσουν τις διαφημιστικές εταιρίες και συναλλάσσονται απευθείας με τους διαφημιζόμενους. Παραγνωρίζουν, δυστυχώς, ότι τα προβλήματα βιωσιμότητας των επιχειρήσεων ΜΜΕ προέρχονται από τις ίδιες τις επιχειρήσεις αυτές και όχι από τους πελάτες τους, όπως επίσης παραγνωρίζουν βασικά δεδομένα της αγοράς:

- Πρώτα απ'όλα, ότι η διαμεσολάβηση των διαφημιστικών εταιριών συνιστά και πρέπει να συνιστά ελεύθερη επιλογή των διαφημιζόμενων και συμβαίνει στη συντριπτική



πλειονότητα των διαφημίσεων. Μέχρι σήμερα, αν ο «καταναλωτής» - διαφημιζόμενος θέλει να αγοράσει χώρο και χρόνο απευθείας από τον «παραγωγό» - ΜΜΕ, είναι απολύτως ελεύθερος να το κάνει. Το γεγονός ότι προτιμά να αναθέτει τη διαχείριση των κονδυλίων του στη διαφημιστική του εταιρία αυτομάτως αναιρεί τυχόν στρεβλές αντιλήψεις περί «μεσαζόντων», γιατί αποδεικνύει ότι οι διαφημιστικές εταιρίες φροντίζουν καλύτερα για την ποιότητα και το τελικό κόστος της διαφήμισης των επιχειρήσεων.

- Κατ'αυτόν τον τρόπο, οι διαφημιστικές εταιρίες, παρά τα προβλήματα τραπεζικής χρηματοδότησης, συνεχίζουν να διασφαλίζουν την ταμειακή ρευστότητα των ΜΜΕ, απορροφώντας καθυστερήσεις και επισφάλειες δεκάδων μικρότερων ή μεγαλύτερων διαφημιζομένων. Με την προτεινόμενη τροπολογία, είναι βέβαιο ότι λόγω του χρηματοδοτικού κενού των διαφημιστικών εταιριών **θα ανατραπεί αμέσως η ομαλή ροή χρηματοδότησης των επιχειρήσεων που χρηματοδοτούνται από τη διαφήμιση, δηλαδή όχι μόνο των ΜΜΕ, αλλά και των εταιριών παραγωγής οπτικοακουστικού υλικού, των εταιριών ερευνών, των τυπογράφων και άλλων πολλών. Αυτό θα προκαλέσει ένα ντόμινο κατάρρευσης σε μια αγορά που ήδη κινείται επί ξυρού ακμής.**
- **Ο αποκλεισμός των διαφημιστικών εταιριών από τη αγορά χώρου και χρόνου στα ΜΜΕ καταργεί δια νόμου την ελευθερία τους να συναλλάσσονται ελεύθερα με τα Μέσα.** Μια τέτοια ρύθμιση όμως είναι όχι μόνο κατάφωρα αντισυνταγματική, αλλά παραβιάζει και κατοχυρωμένες δικαιϊκές αρχές στην Ενωμένη Ευρώπη της ελεύθερης αγοράς, μεταξύ των οποίων και την ελευθερία του ανταγωνισμού διαφημιστικών εταιριών άλλων προερχόμενων από άλλα κράτη-μέλη της Ε.Ε. που δραστηριοποιούνται ήδη ή θα ήθελαν να δραστηριοποιηθούν στην Ελλάδα.
- Αυτό που δεν θέλουν να κατανοήσουν όσοι ευαγγελίζονται μεγαλύτερο έσοδο για τα ΜΜΕ, με τον αποκλεισμό των διαφημιστικών εταιριών, είναι ότι **η νόμιμη επιβράβευση συμπληρώνει τις ιδιαίτερα χαμηλές αμοιβές που λαμβάνουν οι διαφημιστικές εταιρίες για τις υπηρεσίες τους προς τους διαφημιζόμενους.** Οπωσδήποτε, με δεδομένο ότι τα κονδύλια των διαφημιζόμενων είναι ανελαστικά και προδιαγεγραμμένα, αν η αμοιβή των διαφημιστικών εταιριών γίνεται εφεξής αποκλειστικά από το διαφημιζόμενο, είναι προφανές ότι το αντίστοιχο ποσό, μεσοπρόθεσμα, θα εκλείψει από το έσοδο των ΜΜΕ. Βραχυπρόθεσμα, ωστόσο, **θα έχουν κλείσει πολλές διαφημιστικές εταιρίες και θα έχουν απολυθεί εκατοντάδες ικανότατα στελέχη του ιδιωτικού τομέα, με ό,τι αυτό συνεπάγεται για τα ταμεία (ΙΚΑ) στα οποία αυτοί είναι ασφαλισμένοι.**
- Τέλος, μέσω της διαμεσολάβησης, οι διαφημιστικές εταιρίες έχουν λειτουργήσει εις όφελος των ταμείων τύπου, ως **δωρεάν φοροεισπρακτικός μηχανισμός για το αγγελιόσημο διασφαλίζοντας την απρόσκοπτη ροή του απευθείας στους τραπεζικούς λογαριασμούς του ΕΤΑΠ-ΜΜΕ και του ΕΔΟΕΑΠ.** Είτε η απόδοση μεταφερθεί στα ΜΜΕ είτε στους διαφημιζόμενους, τα ταμεία θα χάσουν. Στη μεν πρώτη περίπτωση για λόγους που είναι ιστορικά γνωστοί (προ του 1996) και στη δεύτερη επειδή δεν διαθέτουν τους ελεγκτικούς μηχανισμούς για να παρακολουθήσουν εφεξής χιλιάδες διαφημιζόμενους, έναντι ολίγων δεκάδων διαφημιστικών εταιριών, έως σήμερα. Αυτό θα δημιουργήσει περαιτέρω συνδικαλιστικές τριβές και αναταράξεις στην ευρύτερη αγορά.



Ως κλάδος, γνωρίζουμε ότι ο περίφημος Νόμος 2328/1995 τη θέσπιση του οποίου - και τότε, όπως και τώρα - επέβαλαν ορισμένοι ιδιοκτήτες ΜΜΕ, έχει δημιουργήσει πλείστες στρεβλώσεις και δυσλειτουργίες στην αγορά της διαφήμισης. Για το λόγο αυτό, είμαστε αναφανδόν υπέρ της αναθεώρησής του, κατόπιν διαβούλευσης, όμως, όλων των παραγόντων της αγοράς - όχι μονομερώς και όχι δημιουργώντας νέα, μεγαλύτερα προβλήματα.

Κύριοι Υπουργοί,

Επειδή η προτεινόμενη τροπολογία:

Είναι πρόχειρη, ατεκμηρίωτη, αποσπασματική και έκδηλα μονομερής.

Είναι παντελώς άσχετη με το σχέδιο νόμου στο οποίο υποβάλλεται, σε ρητή αντίθεση με το Σύνταγμα και τον Κανονισμό της Βουλής και συνιστά μείζονα αυτοτελή νομοθετική ρύθμιση και όχι τροπολογία.

Υποβάλλεται εκπρόθεσμα, ως δήθεν επείγουσα, χωρίς όμως να συνδέεται με εθνικό συμφέρον ή άλλο γενικότερο ζήτημα της κοινωνίας ή της οικονομίας.

Έχει κατάφωρα αντισυνταγματικό χαρακτήρα, στο βαθμό που περιορίζεται η οικονομική ελευθερία ενός επαγγελματικού κλάδου να συναλλάσσεται, κατόπιν συμφωνίας με τον διαφημιζόμενο πελάτη του, και με τις επιχειρήσεις των ΜΜΕ, έναντι ανταλλάγματος, επιτελώντας μια από τις κύριες λειτουργίες για τις οποίες ο κλάδος ακριβώς υφίσταται, ανά τον κόσμο.

Είναι αντίθετη με το ευρωπαϊκό δίκαιο, με την έννοια ότι περιορίζει την ελευθερία του επιχειρείν στην Ελλάδα για οποιαδήποτε διαφημιστική επιχείρηση προερχόμενη από οποιαδήποτε χώρα-μέλος της Ε.Ε, η οποία θα τυγχάνει διαφορετικής μεταχείρισης από αυτήν που θα ίσχυε στις άλλες χώρες-μέλη.

Επιχειρεί να επιβάλει «κλειστού» τύπου ρυθμίσεις σε μια περίοδο, όπου υποτίθεται ότι η Κυβέρνηση και η χώρα έχουν δεσμευθεί σε διαρθρωτικές αλλαγές για άνοιγμα της οικονομίας.

Και κυρίως, προκαλεί, με αιφνιδιαστικό τρόπο, άμεσο και εκτεταμένο κίνδυνο σε ένα κλάδο της ελεύθερης οικονομίας και τους εργαζόμενούς του, χωρίς να του αναγνωρίζει καν το θεμελιώδες συνταγματικό δικαίωμα της έκφρασης γνώμης.

Αιτούμεθα, όπως:

α) **αποσύρετε πάραυτα** την τροπολογία αυτή, τουλάχιστον κατά τα άρθρα που αφορούν την απευθείας τιμολόγηση από τα ΜΜΕ στους διαφημιζόμενους και

β) **καλέσετε σε διαβούλευση** τα τρία εμπλεκόμενα μέρη, ΜΜΕ, Διαφημιστικές Εταιρίες και Διαφημιζόμενους, όπως εκφράζονται από τους θεσμικούς τους φορείς, προκειμένου να αναθεωρηθεί το άρθρο 12 του Νόμου 2328/1995 σε σωστή και δίκαιη κατεύθυνση για όλους.



Όντας πεπεισμένοι ότι έχετε απόλυτη συναίσθηση της κρισιμότητας της αποστολής σας σε μια τόσο δύσκολη συγκυρία, ευελπιστούμε ότι δεν θα συμπράξετε στον «ξαφνικό θάνατο» ενός δημιουργικού και παραγωγικού κλάδου της οικονομίας και των εργαζομένων σε αυτόν.

Η επιστολή αυτή κοινοποιείται στον Πρόεδρο της Βουλής, σε όλους τους Βουλευτές του Β' Θερινού Τμήματος, στα Μέλη της ΕΔΕΕ και στον τύπο.

Με τιμή,

Για την ΕΔΕΕ

Μανόλης Παπαπούζος
Πρόεδρος ΔΣ

Μαρία Βεληβασάκη
Ταμίας ΔΣ