

24 ΜΑΙ. 2011



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟΥ
ΕΛΕΓΧΟΥ

Αθήνα, 24.5.2011
Αρ. Πρωτ.: ΥΠ.ΠΟ.Τ./ΓΡ.ΥΠ./Κ.Ε./1318

Ταχ. Δ/ση: Μπουμπουλίνας 20
Ταχ. Κώδ : 106 82
Τηλέφωνο : 2131322-362, 363, 368
Fax : 210-82.01.379

ΠΡΟΣ: Βουλή των Ελλήνων
Δ/ση Κοινοβουλευτικού Ελέγχου
Τμήμα Ερωτήσεων
ΚΟΙΝ: 1. Βουλευτή κ. Αθανάσιο Παπαδόπουλο
2. Υπουργείο Εσωτερικών, Αποκέντρωσης
και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης
3. Υπουργείο Οικονομικών

Θέμα: Απάντηση στη με αριθμό πρωτοκόλλου 15841/5.5.2011 Ερώτηση

Σε απάντηση της με αριθμ. πρωτοκόλλου 15841/5.5.2011 Ερώτησης του Βουλευτή κ. Αθανάσιου Παπαδόπουλου και σύμφωνα με τα στοιχεία που έθεσαν υπόψη μας οι αρμόδιες υπηρεσίες του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού, σας γνωρίζουμε τα εξής:

Σχετικά με τις καταχωρίσεις κρατικών διαφημίσεων στα περιφερειακά Μ.Μ.Ε., θέτουμε υπόψη σας τα εξής:

- Σύμφωνα με το άρθρο 9 του Ν. 2328/1995 και το άρθρο 4 παρ. 1-3 του Π.Δ. 261/1997 «Για τη διαφάνεια στη διαφημιστική προβολή του Δημοσίου και του ευρύτερου δημόσιου τομέα από τα έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης» σε συνδυασμό με το άρθρο 10 παρ. 2 του Ν. 3444/2006, οι φορείς του Δημοσίου και του ευρύτερου δημοσίου τομέα που υλοποιούν ετήσιο πρόγραμμα διαφημιστικής προβολής άνω των 10.000€, υποχρεούνται να συμπεριλάβουν τα περιφερειακά ΜΜΕ (δηλαδή εκτός των νομών Αττικής και Θεσσαλονίκης) σε ποσοστό τουλάχιστον 30% ανά κατηγορία μέσου (εφημερίδες και περιοδικά – ραδιόφωνο – τηλεόραση). Κατ' εξαίρεση, δεν απαιτείται η χρήση των περιφερειακών Μ.Μ.Ε. όταν οι δραστηριότητες που προβάλλονται είναι αποκλειστικά τοπικού ενδιαφέροντος ή χαρακτήρα.

Επισημαίνουμε ότι βάσει του άρθρου 4§5 του Π.Δ. 261/97: «Η τήρηση των ανωτέρω διαδικασιών αποτελεί προϋπόθεση του κύρους κάθε σύμβασης ανάθεσης διαφημιστικών υπηρεσιών, μετάδοσης ή καταχώρισης των σχετικών μηνυμάτων που εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του παρόντος διατάγματος».

- Επίσης, τονίζουμε ότι σε περίπτωση που κατά τον έλεγχο του ετήσιου απολογισμού της διαφημιστικής δαπάνης των δημοσίων φορέων, διαπιστωθεί μη τήρηση των ποσοστών κατανομής στα Μ.Μ.Ε. που ορίζει το Π.Δ. 261/1997, γίνεται έγγραφη παρατήρηση από τη Δ/ση Εποπτείας Μ.Μ.Ε. προς τον εκάστοτε δημόσιο φορέα.

- Περαιτέρω, σας γνωστοποιούμε ότι κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να έχει ελεύθερη πρόσβαση στα στοιχεία της κρατικής διαφήμισης. Με τις διατάξεις του άρθρου 9§1 του Ν.

W

3548/2007 (ΦΕΚ Α' 68) εισήχθη η δημοσίευση του απολογισμού της διαφημιστικής δαπάνης των φορέων του Δημοσίου και του ευρύτερου δημόσιου τομέα στην ιστοσελίδα του εκάστοτε φορέα αλλά και της ΓΓΕ-ΓΓΕ www.minpress.gr (όπου φιλοξενούνται οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες του Τμήματος Διοικητικής Εποπτείας του Υπουργείου Πολιτισμού & Τουρισμού), προκειμένου αφ' ενός να καταστεί διαφανής η κατανομή της πραγματοποιηθείσας διαφημιστικής δαπάνης του Δημοσίου και να διασφαλιστεί η προβλεπόμενη από το Π.Δ. 261/97 κατανομή αυτής στα περιφερειακά και μη μέσα ενημέρωσης ανά κατηγορία. Αφ' ετέρου να καταστεί ευχερής ο κοινωνικός έλεγχος στην αξιοποίηση του δημοσίου χρήματος.

Συγκεκριμένα, προβλέπεται ότι οι φορείς του Δημοσίου και του ευρύτερου δημόσιου τομέα που υλοποιούν πρόγραμμα διαφημιστικής προβολής υποχρεούνται στο τέλος κάθε τριμήνου να αναρτούν στην ιστοσελίδα τους απολογιστικές καταστάσεις αναφορικά με τη διαφημιστική δαπάνη του προηγούμενου τριμήνου. Ειδικότερα, στις απολογιστικές αυτές καταστάσεις αναφέρεται το ύψος των ποσών που δέχθηκαν για κάθε είδους συμβάσεις διαφημιστικών υπηρεσιών και συμβάσεις μετάδοσης ή καταχώρισης. Τα σχετικά ποσά αναγράφονται αναλυτικά για κάθε οικονομικό φορέα που ανέλαβε προαναφερθείσες δραστηριότητες.

Επίσης, προβλέπεται ότι μέχρι τις 31 Μαρτίου κάθε έτους αναρτώνται στην ιστοσελίδα κάθε δημόσιου φορέα οι συγκεντρωτικές απολογιστικές καταστάσεις διαφημιστικής δαπάνης, που αφορούν στο προηγούμενο έτος. Οι εν λόγω ετήσιες συγκεντρωτικές απολογιστικές καταστάσεις δημοσιεύονται και στην ιστοσελίδα της www.minpress.gr.

Αναφορικά με την ανάθεση της διαφημιστικής καμπάνιας των δημοσίων φορέων σε διαφημιστικές εταιρείες, θέτουμε υπόψη σας ότι, σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία, η χρήση διαφημιστικής εταιρείας για την καταχώριση διαφημιστικών μηνυμάτων στον Τύπο δεν είναι υποχρεωτική.

Σχετικά με τη συνέχιση ή μη του προγράμματος διαφημιστικών ενισχύσεων και χορηγιών του ΟΠΑΠ, κατατίθεται το από 17.5.2011 απαντητικό σημείωμα του Διευθύνοντος Συμβούλου της ΟΠΑΠ Α.Ε.

Τέλος, αναφορικά με τα λοιπά ερωτήματα, αρμόδια να απαντήσει είναι η Διεύθυνση Εποπτείας Εντύπων & Επαγγελματικών Οργανώσεων της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας – Ενημέρωσης.

Ο ΥΠΟΥΡΓΟΣ ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ
ΤΗΛΕΜΑΧΟΣ ΧΥΤΗΡΗΣ

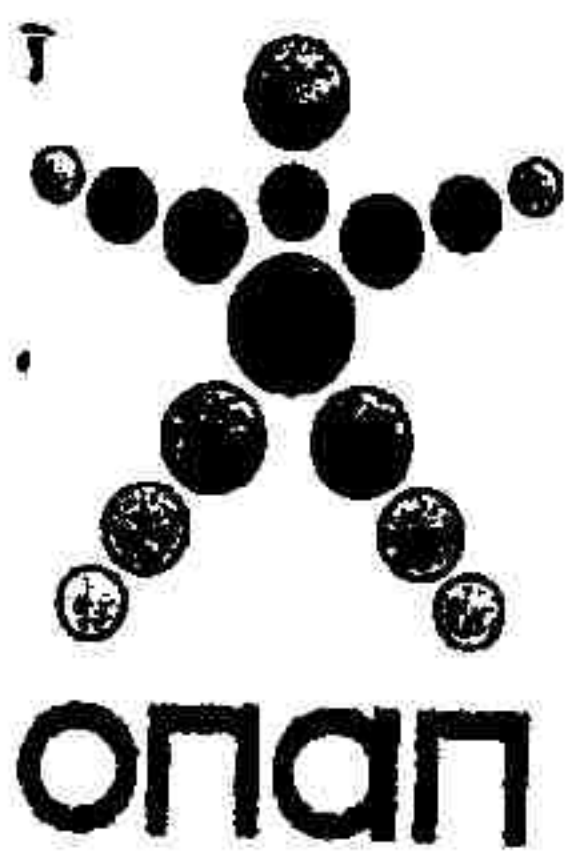


Συνημμένο: Το από 17.5.2011 σημείωμα της ΟΠΑΠ Α.Ε.

Εσωτερική Διανομή:

1. Γραφείο Αναπληρωτή Υπουργού
Πολιτισμού και Τουρισμού
2. Τμήμα Διοικητικής Εποπτείας ΜΜΕ
3. ΟΠΑΠ Α.Ε.

ΑΚΡΙΒΕΣ ΦΑΤΟΑΝΤΙΓΡΑΦΟ
Από το πρωτότυπο.....
Αθήνα.....24/5/11.....



Οργανισμός Προγνωστικών
Αγώνων Ποδοσφαίρου Α.Ε.

17 Μαΐου 2011

Προς
Υπουργό Πολιτισμού & Τουρισμού κ. Παύλο Γερουλάνο
Υπουργό Οικονομικών κ. Γεώργιο Παπακωνσταντίνου
Υπουργό Εσωτερικών κ. Ιωάννη Ραγκούση

Σε απάντηση της υπ' αριθμόν πρωτοκόλλου 15841/5.5.2011 ερώτησης του βουλευτή Αχαΐας κ. Αθανάσιου Παπαδόπουλου, παρακαλώ να ενημερώσετε τον ερωτώντα βουλευτή τα ακόλουθα:

1. Το 2010 η ΟΠΑΠ Α.Ε. διέθεσε στα περιφερειακά Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης για διαφημίσεις το συνολικό ποσό των 3.653.455€ (συμπεριλαμβανομένου του Φ.Π.Α.), εκ των οποίων 1.509.107€ σε εφημερίδες, 1.064.376€ σε ραδιόφωνα και 1.079.972€ σε τηλεοπτικά κανάλια.

Η κατανομή του ποσού έγινε με κριτήρια τηλεθέασης, ακροαματικότητας και κυκλοφορίας εκάστου ΜΜΕ σύμφωνα με τα στοιχεία που έχουν προκύψει από την έρευνα FOCUS – BARI του έτους 2007, η οποία έρευνα πραγματοποιήθηκε με εντολή του τότε Υπουργού Επικρατείας, αρμόδιου για τα ΜΜΕ.

2. Είναι γεγονός ότι απαιτείται μία νέα έρευνα, επειδή έχουν διαφοροποιηθεί τα στοιχεία του 2007 και εξ αυτού να προκύπτουν σήμερα αρκετά παράπονα. Η ΟΠΑΠ Α.Ε. αδυνατεί να κάνει δικό της επιμερισμό δαπανών διαφήμισης, αλλά στηρίζεται στα δεδομένα της ανωτέρω έρευνας.

Επιπρόσθετα κριτήρια για τα έντυπα ΜΜΕ θεωρούνται η ημερήσια ή τουλάχιστον εβδομαδιαία κυκλοφορία τους και η έγχρωμη έκδοσή τους. Για όλα δε τα ΜΜΕ προϋπόθεση είναι να μην δημοσιεύουν παράνομα παιχνίδια στοιχηματισμού.

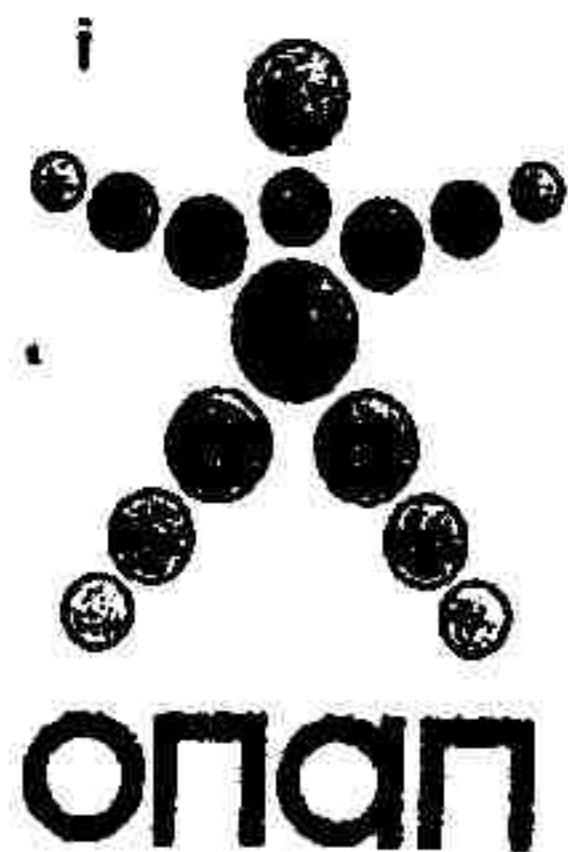
3. Είναι αυτονόητο ότι η ΟΠΑΠ Α.Ε. σε κάθε περίπτωση επιδιώκει να μεγιστοποιήσει την άμεση και έμμεση αντιπαροχή ως προς τα προϊόντα της, κατά κύριο λόγο, καθώς από αυτά εξαρτά την κερδοφορία της, αλλά και την προβολή του κοινωνικού της έργου στους τομείς του Πολιτισμού, του Αθλητισμού, της Υγείας, της Παιδείας και του Περιβάλλοντος.

4. Το 2011 η διαφημιστική προβολή της ΟΠΑΠ Α. Ε. βρίσκεται σε ανασχεδιασμό, τον οποίο επιβάλλουν, αφ' ενός ο ανταγωνισμός που έχει προκύψει, αφ' ετέρου η περιστολή των δαπανών της εταιρείας, ώστε να διασφαλιστεί η δαπάνη σε κοινωνικές δράσεις, όπως άλλωστε, απαιτεί η κοινωνία και καταγράφεται σε δημοσκοπήσεις που διενεργεί η ΟΠΑΠ Α. Ε.

Και κατά το νέο σχεδιασμό του διαφημιστικού προγράμματος για το 2011 έχει ληφθεί πρόνοια για τα Περιφερειακά ΜΜΕ, αλλά γιατί η ΟΠΑΠ Α.Ε. χρειάζεται να προβληθεί και στην Περιφέρεια, όπου βρίσκεται το 50% των πελατών της.

Τα κριτήρια θα είναι αυστηρά (τηλεθέαση, ακροαματικότητα, κυκλοφορία εφημερίδων), ώστε να επιτευχθεί η μεγαλύτερη κάλυψη.





Οργανισμός Προγνωστικών
Αγώνων Ποδοσφαίρου Α.Ε.

Πρόσθετο κριτήριο θα είναι η ύπαρξη οργανωμένης καθ' όλα επιχείρησης (το φαινόμενο να μην μπορούν να στείλουν τα αναγκαία δικαιολογητικά για να πληρωθούν είναι πολύ συχνό από πολλά ΜΜΕ της Περιφέρειας) και η απασχόληση προσωπικού όλων των κατηγοριών.

Το νέο διαφημιστικό πρόγραμμα με τις προδιαγραφές που προπεριγράφονται ως προς τα περιφερειακά ΜΜΕ θα υλοποιηθεί το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα με εφαρμογή της αναλογίας 70/30%.

Μετά τη...

.....
Ιωάννης Σπανουδάκης
Διευθύνων Σύμβουλος

