



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

07 ΑΥΓ. 2013



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ
ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ &
ΚΛΙΜΑΤΙΚΗΣ
ΑΛΛΑΓΗΣ

**ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ
ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΚΛΙΜΑΤΙΚΗΣ
ΑΛΛΑΓΗΣ**

ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΚΑΙ
ΚΛΙΜΑΤΙΚΗΣ ΑΛΛΑΓΗΣ
ΓΕΝΙΚΗ Δ/ΝΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ
Δ/ΝΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΠΑΡΑΓΩΓΗΣ
ΤΜΗΜΑ Α'

Ταχ. Δ/ση : Μεσογείων 119
Ταχ. Κώδικας : 101 92
Τηλ. : 210-6969420
Fax : 210-6969416

Αθήνα, 06-08-2013
Αρ. Πρωτ.: Δ5/ΗΛ/Α/Φ6/161-163/15151

**ΠΡΟΣ: Τη Βουλή των Ελλήνων
Δ/ση Κοινοβουλευτικού Ελέγχου,
Τμήμα Ερωτήσεων**

Κοινοποίηση:

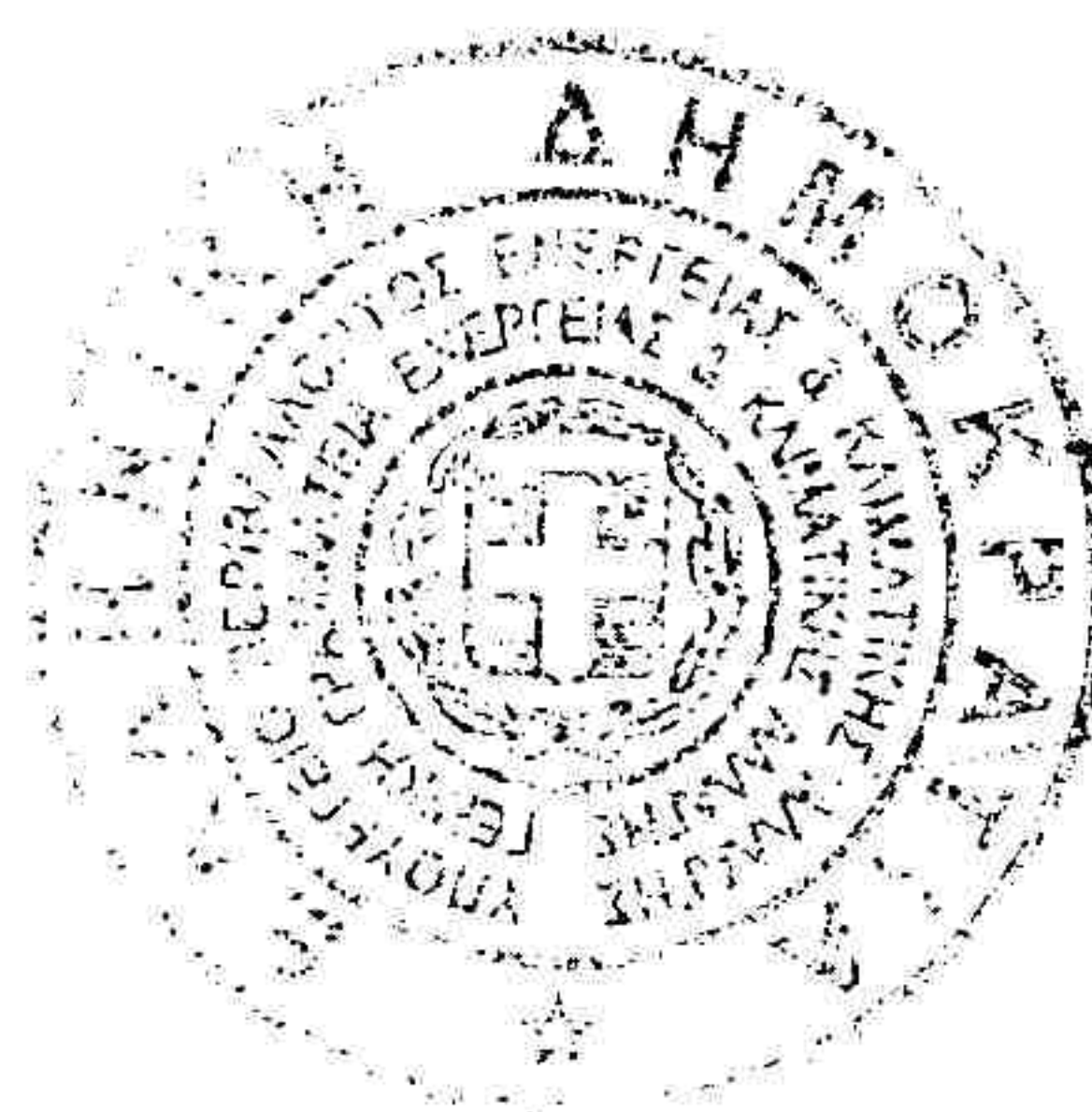
- 1) Βουλευτή κ. Ν. Νικολόπουλο
- 2) ΔΕΗ Α.Ε., Χαλκοκονδύλη 30, Αθήνα 104 32

ΘΕΜΑ: Απάντηση στις 12647/08-07-13 και 12649/08-07-13 Ερωτήσεις

Σε απάντηση των 12647/08-07-13 και 12649/08-07-13 Ερωτήσεων του βουλευτή κ. Ν. Νικολόπουλου, σας στέλνουμε το ΓρΔ/2486/26-07-13 έγγραφο της ΔΕΗ Α.Ε., το οποίο αναφέρεται στο θέμα.

Ο Υφυπουργός

Α. Παπαγεωργίου



ΑΔΡ10893 ΑΡΤΗΜΙΔΟΥ

Σ.Γ. ΒΑΡΕΛΑΣ

Εσωτερική Διανομή:

- Γραφείο κ. Υπουργού
- Γραφείο κ. Υφυπουργού
- Γραφείο κ. Γενικού Γραμματέα Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής
- Δ15
- Δ5 – Διευθυντής

✓



ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΙΣΜΟΥ Α.Ε.

Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος

Αρ./Ημ: ΓρΔ/ 2486 / 26 - 7 - 13

Προς : κ. Γιάννη Μανιάτη
Υπουργό Περιβάλλοντος
Ενέργειας & Κλιματικής Αλλαγής

Περίληψη : Απάντηση σε Ερώτηση Βουλευτή

Σχετικά : Οι υπ' αριθμ. 12647/8.7.2013 και 12649/8.7.2013 Ερωτήσεις του
βουλευτή κ. Ν. Νικολόπουλου

Κύριε Υπουργέ,

Σε απάντηση των ανωτέρω σχετικών Ερωτήσεων που κατατέθηκαν στη Βουλή των Ελλήνων από τον βουλευτή κ. Ν. Νικολόπουλο, θέτουμε υπόψη σας τα εξής:

Μετά την ολοκλήρωση εισαγωγής στο Χρηματιστήριο και για περίπου δέκα χρόνια οι επικοινωνιακές ενέργειες της ΔΕΗ ΑΕ ήσαν συνολικά πολύ περιορισμένες κατ' αξία (σε ετήσια βάση), επικεντρωμένες κυρίως σε περιοχές στις οποίες η ΔΕΗ αναπτύσσει νέα μεγάλα ενεργειακά έργα ή έχει πολύ μεγάλες ηλεκτροπαραγωγικές δραστηριότητες. Ωστόσο, η ΔΕΗ ΑΕ, ως εισηγμένη εταιρεία, οφείλει να πραγματοποιεί επικοινωνιακές ενέργειες ενημερώνοντας το σύνολο των ενδιαφερομένων μερών και ιδιαίτερα τα περίπου 7,3 εκατ. πελάτες της σχετικά με όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων της. Ειδικότερα, η ΔΕΗ οφείλει να ενημερώνει την Κοινή Γνώμη σχετικά με το πολύ σημαντικό αναπτυξιακό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό της έργο και, φυσικά, να προβάλλει το πραγματικό της πρόσωπο, αυτό μιας εταιρείας που καταβάλλει σημαντικές προσπάθειες προκειμένου να διασφαλίσει την αδιάλειπτη παραγωγή και παροχή της απαιτούμενης ηλεκτρικής ενέργειας για τη χώρα, τους πολίτες και τις επιχειρήσεις. Παράλληλα, η Επιχείρηση οφείλει να επικοινωνεί το σύνολο των εμπορικών της πολιτικών και νέων υπηρεσιών της, ειδικά σε μια περίοδο που η εκ νέου είσοδος του ανταγωνισμού είναι προδιαγραμμένη και προβλέπεται να ενταθεί. Σε αυτό το πλαίσιο και σε συνδυασμό με τη συνεχή βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών προς τους καταναλωτές, επιδιώκεται πλέον η συνεχής βελτίωση της επικοινωνιακής αποτελεσματικότητάς της, ενώ στην αντίθετη περίπτωση η μη προγραμματισμένη υλοποίηση επικοινωνιακών ενεργειών θα προκαλούσε την επιχειρηματική απαξίωση της ΔΕΗ ΑΕ έναντι των εν δυνάμει ανταγωνιστών της.

Για τους ανωτέρω λόγους η Επιχείρηση έχει θέσει πλέον τα θεμέλια, σχεδόν από τα τέλη του 2012, για μια πιο αποτελεσματική επικοινωνιακή πολιτική, όποτε αυτή κρίνεται αναγκαία.

Για το σκοπό αυτό - δηλαδή για την κάλυψη των επικοινωνιακών αναγκών της ΔΕΗ - διενεργήθηκε διεθνής ανοικτός διαγωνισμός - σύμφωνα με την κοινοτική και εθνική νομοθεσία - και με βάση σχετική Απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου (αριθμ. 186/30.8.2012) έχει ορισθεί το πόσο των 3.000.000 ευρώ κατ' ανώτατο όριο και για 12 μήνες για τη διαφημιστική προβολή της Εταιρείας κατά τα έτη 2012-2013. Υπογραμμίζεται ιδιαίτερα ότι:

- Το ανωτέρω ποσό αντιστοιχεί σε ποσοστό επί του κύκλου εργασιών περίπου 0,054%, όταν επιχειρήσεις ανάλογου οικονομικού μεγέθους με αυτό της ΔΕΗ, αλλά με πολύ μικρότερο αριθμό πελατών, δαπανούν για τη διαφημιστική τους προβολή ποσοστό περίπου 1,20% επί του ετήσιου κύκλου εργασιών τους. Δηλαδή, οι διαφημιστικές δαπάνες των πολύ μεγάλων εταιρειών είναι πολλαπλάσιες αυτών της ΔΕΗ, παρό το γεγονός ότι έχει πολύ μεγαλύτερο αριθμό σε σχέση με αυτές πελάτες.



Οι σχετικές επικοινωνιακές δράσεις ξεκίνησαν να υλοποιούνται σταδιακά από τον Σεπτέμβριο του 2012, με βάση τις προβλεπόμενες από τους εσωτερικούς κανονισμούς της Επιχείρησης διαδικασίες που αφορούν στην παρακολούθηση και στον επισταμένο έλεγχο της πορείας υλοποίησης του διαφημιστικού έργου, και, φυσικά, στις εγκρίσεις των σχετικών δαπανών. Σε ότι αφορά τα κριτήρια, τις εντολές, τους ελέγχους κλπ για τις διαφημιστικές δαπάνες διευκρινίζονται τα ακόλουθα:

- Η διαφημιστική κατανομή γίνεται πάντοτε με κριτήρια αντικειμενικά και μετρήσιμα, όπως είναι αυτά της τηλεθέασης, ακροαματικότητας και κυκλοφορίας των διαφόρων Μέσων, πάντοτε σε σχέση με τους στόχους που έχουν τεθεί από την Επιχείρηση σχετικά με τις κοινωνικές, επαγγελματικές κλπ ομάδες που αφορούν τα επιλεγόμενα μηνύματα. Με αυτό τον τρόπο κατανομής και με βάση τους καθοριζόμενους επικοινωνιακούς στόχους για τις διάφορες ομάδες καταναλωτών εξασφαλίζεται η μέγιστη επικοινωνιακή αποτελεσματικότητα ανά ΜΜΕ σε σχέση με τις πραγματοποιούμενες διαφημιστικές δαπάνες.
- Σε ότι αφορά τις εντολές για την πραγματοποίηση διαφημιστικών καταχωρήσεων κλπ επικοινωνιακών ενεργειών αυτές είναι στο πλαίσιο της σχετικής ανωτέρω Απόφασης του Διοικητικού Συμβουλίου της ΔΕΗ και υλοποιούνται μέσα από συγκεκριμένες διαδικασίες που προβλέπονται από την Επιχείρηση και τη νομοθεσία.
- Σε ότι αφορά τους οικονομικούς ελέγχους αυτοί πραγματοποιούνται με βάση τις προβλεπόμενες εσωτερικές ελεγκτικές διαδικασίες, αλλά και από ανεξάρτητο Ορκωτό Ελεγκτή Λογιστή. Οι σχετικοί έλεγχοι αυτονόητο είναι ότι ισχύουν και για τις διαφημιστικές και λοιπές επικοινωνιακές δαπάνες. Ειδικότερα, η ΔΕΗ Α.Ε. διαθέτει Σύστημα Εσωτερικού Ελέγχου, δηλαδή ένα σύνολο διαδικασιών και ελεγκτικών μηχανισμών που έχουν οριστεί από την Εταιρεία με στόχο την αποτελεσματική και απρόσκοπτη λειτουργία της, καθώς και την πρόληψη και διόρθωση τυχόν διαχειριστικών ανωμαλιών - λαθών. Η αποτελεσματική λειτουργία του Συστήματος Εσωτερικού Ελέγχου της ΔΕΗ παρακολουθείται από την Επιτροπή Ελέγχου, η οποία αποτελείται από τρία ανεξάρτητα μη εκτελεστικά μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου. Στο πλαίσιο λειτουργίας του Συστήματος Εσωτερικού Ελέγχου, λειτουργεί και η Διεύθυνση Εσωτερικού Ελέγχου της ΔΕΗ, η οποία, σύμφωνα με το Καταστατικό της, παρέχει στις Εποπτικές Αρχές (Γενικός Επιθεωρητής Δημόσιας Διοίκησης, Σώμα Επιθεωρητών- Ελεγκτών Δημόσιας Διοίκησης κλπ) οποιαδήποτε πληροφορία ζητήσουν, σχετικά με καταγγελίες που αφορούν την ΔΕΗ.

Σε σχέση με το ερώτημα που τέθηκε από τον κ. Βουλευτή ως προς την εξέλιξη των αυξήσεων των τιμολογίων ηλεκτρικού ρεύματος θα θέλαμε να αναφέρουμε τα ακόλουθα:

Είναι γεγονός ότι οι τιμές του ηλεκτρικού ρεύματος για τους Έλληνες Οικιακούς Καταναλωτές παραμένουν μέχρι και σήμερα από τις χαμηλότερες στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Πλην όμως θα θέλαμε να τονίσουμε ότι η ΔΕΗ είναι επιφορτισμένη από την Πολιτεία με την υποχρέωση να εισπράττει μέσω των λογαριασμών του ηλεκτρικού ρεύματος και άλλα τέλη ή φόρους υπέρ τρίτων (Δημοτικά Τέλη, μέχρι πρότινος υπέρ ΕΡΤ κλπ). Στα προαναφερόμενα εντάσσεται και η είσπραξη των Ειδικών Τελών Ακίνητης Περιουσίας.

Επίσης, αξίζει να τονιστεί το γεγονός ότι πριν από το 2011, επί μια πενταετία και πλέον, οι τιμές της ηλεκτρικής ενέργειας δεν είχαν αυξηθεί καθόλου. Όσον αφορά στην χρονική περίοδο 2011 - 2013 επισημαίνονται τα ακόλουθα:

- Κατά το 2011, με την αναδιάρθρωση των τιμολογίων από την Επιχείρηση στην προοπτική να μην γίνει αύξηση στις τιμές του τελικού καταναλωτή, επήλθε μια μείωση στο ανταγωνιστικό και ρυθμιζόμενο μέρος. Συγκεκριμένα, η μείωση για το σύνολο των τάσεων (χαμηλή τάση, μέση τάση και υψηλή τάση) ήταν μεσοσταθμικά 1,2%.



- Κατά το 2012 τα τιμολόγια της ΔΕΗ – στο ανταγωνιστικό και ρυθμιζόμενο μέρος τους – εμφάνισαν μια μεσοσταθμική αύξηση 9,9%. Πλην όμως, το μεγαλύτερο μέρος της μεταβολής αυτής οφείλεται σε χρεώσεις Υπηρεσιών Κοινής Ωφέλειας (ΥΚΩ), καθώς και σε επιπτώσεις από φόρους και τέλη: αυξήσεις στον Ειδικό Φόρο Κατανάλωσης Φυσικού Αερίου (ΕΦΚ ΦΑ) και μεταβολή του Τέλους Λιγνίτη.
- Η εμφανισθείσα αύξηση κατά τον Ιανουάριο του 2013, η οποία μεσοσταθμικά ανήλθε σε 8% περίπου, οφείλεται κατά ένα μέρος στην επιβολή φόρου εκπομπών για το διοξείδιο του άνθρακα (CO₂).

Σε ότι αφορά τον χαρακτηρισμό από τον κ. Βουλευτή ως «περιπτώσεων ή μάλλον ύποπτων δαπανών» αυτών που έχουν σχέση με τις επικοινωνιακές δαπάνες της ΔΕΗ, αυτός ο χαρακτηρισμός ουδόλως τεκμαίρεται από πουθενά. Αντίθετα, σε παγκόσμιο επίπεδο είναι απολύτως αποδεκτό ότι, οι επικοινωνιακές δαπάνες των επιχειρήσεων αποτελούν ζωτικής σημασίας δαπάνες για τη βιωσιμότητα, ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και στήριξη των πωλήσεων.

Παράλληλα, δαπάνες για πολιτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και δαπάνες για την επίτευξη εμπορικών στόχων και αποτελούν διαφορετικές έννοιες και, κυρίως, έχουν διαφορετικούς στόχους και προσανατολισμό – απόψεις που διαχρονικά είναι παγκοσμίως αποδεκτές από πασίγνωστους οργανισμούς, φορείς, τον επιχειρηματικό κόσμο κλπ και πρωτίστως από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η οποία έθεσε τις βάσεις για την ανάπτυξη πολιτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις.

Ειδικότερα, στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Υπευθυνότητας η ΔΕΗ θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως πρωτοπόρος στηρίζοντας ενεργά, για πάνω από 60 χρόνια, κοινωνικές πολιτικές που αποφασίζονταν από την Ελληνική Πολιτεία σε όφελος κοινωνικά ευπαθών ομάδων (πχ πολύτεκνοι).

Για παράδειγμα, η ΔΕΗ πρόσφατα επικοινωνώθηκε το νέο, διευρυμένο Κοινωνικό Οικιακό Τιμολόγιο, που προβλέπεται για ευπαθείς κοινωνικές ομάδες, οι οποίες αντιμετωπίζουν σημαντικά οικονομικά προβλήματα σε περίοδο παρατεταμένης οικονομικής κρίσης. Σκοπός της σχετικής καμπάνιας ήταν να ενημερωθούν υπεύθυνα όλοι οι εν δυνάμει ενδιαφερόμενοι, προκειμένου – εφόσον πληρούν τα προβλεπόμενα από τη νομοθεσία κριτήρια (άνεργοι, τρίτεκνοι, κλπ) – να υποβάλλουν αιτήσεις, ώστε να έχουν σημαντικά μειωμένα τιμολόγια ρεύματος έως και 42%.

Επίσης, η ΔΕΗ, αντιλαμβανόμενη πλήρως τις οικονομικές δυσκολίες των νοικοκυριών και ιδιαίτερα των πλέον ευάλωτων συμπολιτών μας, έχει πραγματοποιήσει πολλές εκατοντάδες χιλιάδες διευκολύνσεις για την ομαλή αποπληρωμή των λογαριασμών τους.

Σχετικά με το ερώτημα του κ. Βουλευτή «πόσους δημοσιογράφους «σιτίζει» η ΔΕΗ και ποιους;», σύμφωνα με τα στοιχεία της αρμόδιας Διεύθυνσης Εταιρικών Σχέσεων & Επικοινωνίας (πρώην Διεύθυνση Επικοινωνίας) η Επιχείρηση εδώ και πάνω από 10 χρόνια τουλάχιστον, ουδέποτε είχε οιοδήποτε είδους οικονομική σχέση με οιονδήποτε δημοσιογράφο. Άλλωστε, αυτό προκύπτει και από αντίστοιχες απαντήσεις που διαχρονικά έχουν δοθεί από την Επιχείρηση για το συγκεκριμένο αυτό θέμα προς τους αρμόδιους φορείς της Πολιτείας.

Ιδιαίτερα επισημαίνεται ότι:

- Οι σχέσεις της Επιχείρησης με τους δημοσιογράφους όλων ανεξαιρέτως των ΜΜΕ κινούνται πάντοτε στο πλαίσιο της Δημοσιογραφικής και της Εταιρικής Δεοντολογίας, μεριμνώντας πάντοτε να τους παρέχεται υπεύθυνη ενημέρωση σχετικά με τις διάφορες δραστηριότητες της ΔΕΗ, έτσι ώστε να ενημερώνεται πλήρως και αντικειμενικά η Κοινή Γνώμη.



Τέλος, σχετικά με τις έρευνες κοινής γνώμης που έχει πραγματοποιήσει η Επιχείρηση - για τις οποίες ερωτά ο κ. Βουλευτής - σύμφωνα με τα στοιχεία της αρμόδιας Διεύθυνσης (ΔΕΣΕ) από τις αρχές του 2010 μέχρι και σήμερα έχουν διενεργηθεί και εξοφληθεί τέσσερις (4) ποιοτικές και ποσοτικές έρευνες που πραγματοποιήθηκαν από δύο (2) εταιρείες συνολικής αξίας 25.750 ευρώ συν ΦΠΑ 23%. Οι σχετικές έρευνες αφορούσαν την αξιολόγηση και τον επανασχεδιασμό του έντυπου λογαριασμού της ΔΕΗ, προκειμένου να γίνει πιο χρηστικός και κατανοητός από τους πελάτες της, καθώς και θέματα που αφορούν την καλλίτερη εξυπηρέτηση πελατών.

Είναι προφανές ότι, οι έρευνες κοινής γνώμης αποτελούν σημαντικά «εργαλεία» για την εμπορική πολιτική, ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας κλπ των εταιρειών, με κύριο σκοπό την παροχή καλλίτερων υπηρεσιών προς τους πελάτες τους.

Συνοψίζοντας, παρά τις πολύ περιορισμένες διαφημιστικές δαπάνες της ΔΕΗ σε σύγκριση με άλλες πολύ μεγάλου μεγέθους εταιρείες, η Επιχείρηση κατέβαλε και καταβάλλει εντατικές προσπάθειες συνεχούς βελτίωσης της αποτελεσματικότητας της επικοινωνιακής πολιτικής της, αφενός για την κατά το δυνατόν πληρέστερη ενημέρωση των πελατών της - ιδιαίτερα εκείνων που είναι οι πλέον ευάλωτοι από την οικονομική κρίση - και αφετέρου για την ενίσχυση της εμπορικής αποτελεσματικότητάς της, ενόψει του επερχόμενου ανταγωνισμού, λόγω της πλήρους απελευθέρωσης της αγοράς ηλεκτρικής ενέργειας.

Αρθούρος Ζερβός

Κοινοποιήσεις:

ΥΠΕΚΑ:

- Γραφείο Υφυπουργού ΠΕΚΑ κ. Α. Παπαγεωργίου
- Γραφείο Γενικού Γραμματέα Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής κου Κ. Μαθιουδάκη
- Γεν. Δ/ση Ενέργειας/ Δ/ση Ηλεκτροπαραγωγής
- Δ/ση Οργάνωσης/Τμήμα Νομοθετικού Συντονισμού και Κοινοβουλευτικού Ελέγχου