

ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΤΡΟΠΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΝΟΜΟΥ ΜΕ ΤΙΤΛΟ: «ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΚΟΥΦΙΣΗ ΤΩΝ ΑΜΕΑ, ΤΗΝ ΑΠΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ (ΚΕΠΑ), ΤΗΝ ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΗΣΗ ΤΗΣ ΕΙΣΦΟΡΟΔΙΑΦΥΓΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΑΦΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ»

Κατά τα οριζόμενα στη διάταξη του άρθρου 87 ΚανΒ προτείνεται η προσθήκη της ακόλουθης διάταξης:

ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ

Στην παράγραφο 2 του άρθρου 12 του Ν. 2328/1995 (Α' 159), όπως αντικαταστάθηκε από το άρθρο Πέμπτο του ν. 4279/2014, ορίζεται ότι:

«2. Από 1.7.2015 η τιμολόγηση για τις πράξεις της παραγράφου 1 διενεργείται αποκλειστικά με τιμολόγιο που εκδίδει το Μέσο που καταχωρεί ή αναμεταδίδει τη διαφήμιση ή τη χορηγία προς τον διαφημιζόμενο. Εξαίρεση από τον παραπάνω κανόνα επιτρέπεται αποκλειστικά στις περιπτώσεις που οι διαφημιστικές και επικοινωνιακές ενέργειες διενεργούνται στο πλαίσιο σύμβασης διαφημιστικής και επικοινωνιακής προβολής που:

α. είτε έχει συναφθεί το αργότερο μέχρι τις 30.6.2015, υπό την πρόσθετη προϋπόθεση ότι: (i) η σχετική σύμβαση έχει κοινοποιηθεί εγκαίρως στην οικεία φορολογική αρχή, όπως ορίζεται από τις οικείες διατάξεις, και (ii) σε κάθε περίπτωση, η διάρκεια ισχύος της λήγει το αργότερο μέχρι τις 30.9.2015,

β. είτε έχει συναφθεί από το Δημόσιο ή φορέα του ευρύτερου δημόσιου τομέα σε συνέχεια διαγωνιστικής διαδικασίας της οποίας η Διακήρυξη έχει δημοσιευθεί μέχρι τις 30.6.2015.

Αν για την εξόφληση του Μέσου μεσολαβεί με οποιονδήποτε τρόπο διαφημιστής, αυτός ενεργεί ως εκπρόσωπος του διαφημιζόμενου, προς τον οποίο εκδίδονται και όλα τα νόμιμα παραστατικά. Παρατάσεις συμβάσεων που εμπίπτουν στο στοιχείο α' παραπάνω απαγορεύονται, ενώ παρατάσεις συμβάσεων που εμπίπτουν στο στοιχείο β' επιτρέπονται υπό τους όρους της νομοθεσίας για τη διαφημιστική προβολή του Δημοσίου και των φορέων του ευρύτερου δημόσιου τομέα».

Οι προθεσμίες της ως άνω διάταξης έχουν αποδειχθεί ιδιαίτερα ασφυκτικές για τις επιχειρήσεις, οι οποίες δραστηριοποιούνται στον διαφημιστικό τομέα. Προκειμένου να διευκολυνθεί η ομαλή

προσαρμογή του επιχειρηματικού κόσμου στις νέες υποχρεώσεις του, προτείνεται η μετάθεση του χρόνου έναρξης εφαρμογής των νέων διατάξεων κατά έξι μήνες.

ΤΡΟΠΟΛΟΓΙΑ

Άρθρο

Η παράγραφος 2 του άρθρου 12 του ν. 2328/1995 (Α' 159), όπως αντικαταστάθηκε από το άρθρο Πέμπτο του ν. 4279/2014, τροποποιείται ως εξής:

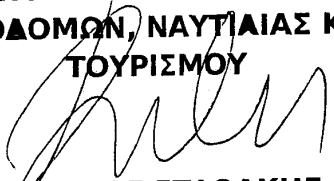

«2. Από 2.1.2016 η τιμολόγηση για τις πράξεις της παραγράφου 1 διενεργείται αποκλειστικά με τιμολόγιο που εκδίδει το Μέσο που καταχωρεί ή αναμεταδίδει τη διαφήμιση ή τη χορηγία προς τον διαφημιζόμενο. Εξαίρεση από τον παραπάνω κανόνα επιτρέπεται αποκλειστικά στις περιπτώσεις που οι διαφημιστικές και επικοινωνιακές ενέργειες διενεργούνται στο πλαίσιο σύμβασης διαφημιστικής και επικοινωνιακής προβολής που:

α. είτε έχει συναφθεί το αργότερο μέχρι τις 31.12.2015, υπό την πρόσθετη προϋπόθεση ότι: (i) η σχετική σύμβαση έχει κοινοποιηθεί εγκαίρως στην οικεία φορολογική αρχή, όπως ορίζεται από τις οικείες διατάξεις, και (ii) σε κάθε περίπτωση, η διάρκεια ισχύος της λήγει το αργότερο μέχρι τις 30.3.2016,

β. είτε έχει συναφθεί από το Δημόσιο ή φορέα του ευρύτερου δημόσιου τομέα σε συνέχεια διαγωνιστικής διαδικασίας της οποίας η Διακήρυξη έχει δημοσιευθεί μέχρι τις 31.12.2015.

Αν για την εξόφληση του Μέσου μεσολαβεί με οποιονδήποτε τρόπο διαφημιστής, αυτός ενεργεί ως εκπρόσωπος του διαφημιζόμενου, προς τον οποίο εκδίδονται και όλα τα νόμιμα παραστατικά. Παρατάσεις συμβάσεων που εμπίπτουν στο στοιχείο α' παραπάνω απαγορεύονται, ενώ παρατάσεις συμβάσεων που εμπίπτουν στο στοιχείο β' επιτρέπονται υπό τους όρους της νομοθεσίας για τη διαφημιστική προβολή του Δημοσίου και των φορέων του ευρύτερου δημόσιου τομέα».

Αθήνα, 16 Ιουνίου 2015

<p>Ο ΥΠΟΥΡΓΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ, ΥΠΟΔΟΜΩΝ, ΝΑΥΤΙΑΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</p>  <p>ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΣΤΑΘΑΚΗΣ</p>	<p>Ο ΥΠΟΥΡΓΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ</p> <p>*</p> <p>ΙΩΑΝΝΗΣ ΒΑΡΟΥΦΑΚΗΣ</p>
<p>Ο ΥΠΟΥΡΓΟΣ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑΣ</p>  <p>ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΠΑΠΠΑΣ</p>	


* Η Αν. Υπουργός Οικονομικών

απ' τη βελ. απόφαση της 26ης εφ' ερευρικής
Υπουργεί Οικονομικών, και άρθρο 45
παρ. 3 του ΝΔ 63/2005 σε συνδυασμό
με το άρθρο 46 του ΝΔ.


ΟΛΓΑ-ΝΑΝΤΙΑ ΒΑΛΑΒΑΝΗ

Αριθμ. | Π.Α. 207
Ειδ. ΣΤ
Κατατέθηκε σήμερα στις 26/6/15 και ώρα 19:45
α. α. ο Διευθ. Νομ. Έργων
α. α.

Γ. Σταθάκης
Ο. Βαλαβάνη
Ν. Παππάς



ΕΚΘΕΣΗ ΤΡΟΠΟΠΟΙΟΥΜΕΝΩΝ – ΚΑΤΑΡΓΟΥΜΕΝΩΝ ΔΙΑΤΑΞΕΩΝ

Με την προτεινόμενη τροπολογία τροποποιείται η διάταξη του άρθρου 12 παρ. 2 του ν. 2328/1995, όπως αντικαταστάθηκε από το άρθρο Πέμπτο του ν. 4279/2014, η οποία έχει ως εξής κατά το περιεχόμενο:

«2. Από 1.7.2015 η τιμολόγηση για τις πράξεις της παραγράφου 1 διενεργείται αποκλειστικά με τιμολόγιο που εκδίδει το Μέσο που καταχωρεί ή αναμεταδίδει τη διαφήμιση ή τη χορηγία προς τον διαφημιζόμενο. Εξαίρεση από τον παραπάνω κανόνα επιτρέπεται αποκλειστικά στις περιπτώσεις που οι διαφημιστικές και επικοινωνιακές ενέργειες διενεργούνται στο πλαίσιο σύμβασης διαφημιστικής και επικοινωνιακής προβολής που:

α. είτε έχει συναφθεί το αργότερο μέχρι τις 30.6.2015, υπό την πρόσθετη προϋπόθεση ότι: (i) η σχετική σύμβαση έχει κοινοποιηθεί εγκαίρως στην οικεία φορολογική αρχή, όπως ορίζεται από τις οικείες διατάξεις, και (ii) σε κάθε περίπτωση, η διάρκεια ισχύος της λήγει το αργότερο μέχρι τις 30.9.2015,

β. είτε έχει συναφθεί από το Δημόσιο ή φορέα του ευρύτερου δημόσιου τομέα σε συνέχεια διαγωνιστικής διαδικασίας της οποίας η Διακήρυξη έχει δημοσιευθεί μέχρι τις 30.6.2015.

Αν για την εξόφληση του Μέσου μεσολαβεί με οποιονδήποτε τρόπο διαφημιστής, αυτός ενεργεί ως εκπρόσωπος του διαφημιζόμενου, προς τον οποίο εκδίδονται και όλα τα νόμιμα παραστατικά. Παρατάσεις συμβάσεων που εμπίπτουν στο στοιχείο α' παραπάνω απαγορεύονται, ενώ παρατάσεις συμβάσεων που εμπίπτουν στο στοιχείο β' επιτρέπονται υπό τους όρους της νομοθεσίας για τη διαφημιστική προβολή του Δημοσίου και των φορέων του ευρύτερου δημόσιου τομέα».



ΓΕΝΙΚΟ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟ ΤΟΥ ΚΡΑΤΟΥΣ

Αριθμ. 85 / 6 / 2015

ΕΚΘΕΣΗ

Γενικού Λογιστηρίου του Κράτους
(άρθρο 75 παρ. 2 του Συντάγματος)

Επί τροπολογίας στο σχέδιο νόμου του Υπουργείου Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης «Μέτρα για την ανακούφιση των ΑμεΑ, την απλοποίηση της λειτουργίας των Κέντρων Πιστοποίησης Αναπηρίας (ΚΕ.Π.Α.), την καταπολέμηση της εισφοροδιαφυγής και συναφή ασφαλιστικά ζητήματα.»

- A. Με την προς ψήφιση τροπολογία μετατίθεται κατά έξι (6) μήνες, από 1-7-2015, η εφαρμογή της διαδικασίας για την απευθείας τιμολόγηση των διαφημιζόμενων από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ). Δηλαδή, εξακολουθεί να ισχύει, για το προαναφερθέν χρονικό διάστημα, η υφιστάμενη διαδικασία (τιμολόγηση διαφημιζόμενων βάσει τιμοκαταλόγου που υποβάλλεται στην οικεία Δ.Ο.Υ. από τα ΜΜΕ και δυνατότητα τιμολόγησης στις διαφημιστικές εταιρείες που μεσολαβούν).
- B. Από τις προτεινόμενες διατάξεις δεν προκαλείται δαπάνη ούτε επέρχεται απώλεια εσόδων σε βάρος του κρατικού προϋπολογισμού και των Φορέων της Γενικής Κυβέρνησης.

Αθήνα, 26 Ιουνίου 2015



Γενική Διευθύντρια κ.α.α.

Χρήστος Γιαννακόπουλος

ΕΚΘΕΣΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΣΥΝΕΠΕΙΩΝ ΡΥΘΜΙΣΕΩΝ

ΥΠΟΥΡΓΟΣ: ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑΣ

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: ΚΩΝ/ΝΟΣ ΠΡΟΚΑΚΗΣ

ΥΠΗΡΕΣΙΑ: ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΘΕΣΗ/ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ: ΓΡΑΦΕΙΟ ΓΕΝΙΚΟΥ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑ/ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ Α'

ΤΗΛΕΦΩΝΟ: 210 9098629

E-MAIL: k.prokakis@minpress.gr

ΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΤΩΝ ΡΥΘΜΙΣΕΩΝ ΠΟΥ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΤΡΟΠΟΛΟΓΙΑ

Η προτεινόμενη τροπολογία έχει ως εξής:

«Η παράγραφος 2 του άρθρου 12 του ν. 2328/1995 (Α' 159), όπως αντικαταστάθηκε από το άρθρο Πέμπτο του ν. 4279/2014, τροποποιείται ως εξής:

«2. Από 2.1.2016 η τιμολόγηση για τις πράξεις της παραγράφου 1 διενεργείται αποκλειστικά με τιμολόγιο που εκδίδει το Μέσο που καταχωρεί ή αναμεταδίδει τη διαφήμιση ή τη χορηγία προς τον διαφημιζόμενο. Εξάιρεση από τον παραπάνω κανόνα επιτρέπεται αποκλειστικά στις περιπτώσεις που οι διαφημιστικές και επικοινωνιακές ενέργειες διενεργούνται στο πλαίσιο σύμβασης διαφημιστικής και επικοινωνιακής προβολής που:

α. είτε έχει συναφθεί το αργότερο μέχρι τις 31.12.2015, υπό την πρόσθετη προϋπόθεση ότι: (i) η σχετική σύμβαση έχει κοινοποιηθεί εγκαίρως στην οικεία φορολογική αρχή, όπως ορίζεται από τις οικείες διατάξεις, και (ii) σε κάθε περίπτωση, η διάρκεια ισχύος της λήγει το αργότερο μέχρι τις 30.3.2016,

β. είτε έχει συναφθεί από το Δημόσιο ή φορέα του ευρύτερου δημόσιου τομέα σε συνέχεια διαγωνιστικής διαδικασίας της οποίας η Διακήρυξη έχει δημοσιευθεί μέχρι τις 31.12.2015.

Αν για την εξόφληση του Μέσου μεσολαβεί με οποιονδήποτε τρόπο διαφημιστής, αυτός ενεργεί ως εκπρόσωπος του διαφημιζόμενου, προς τον οποίο εκδίδονται και όλα τα νόμιμα παραστατικά. Παρατάσεις συμβάσεων που εμπίπτουν στο στοιχείο α' παραπάνω απαγορεύονται, ενώ παρατάσεις συμβάσεων που εμπίπτουν στο στοιχείο β' επιτρέπονται υπό τους όρους της νομοθεσίας για τη διαφημιστική προβολή του Δημοσίου και των φορέων του ευρύτερου δημόσιου τομέα».

ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ

Με την προτεινόμενη τροποποίηση της διάταξης της παραγράφου 2 του άρθρου 12 του Ν. 2328/1995 μετατίθεται ο χρόνος έναρξης της εφαρμογής της αντί της 1.7.2015 για την 2.1.2016, έτσι ώστε να υπάρξει ο απαραίτητος χρόνος προσαρμογής των διαφημιστικών επιχειρήσεων στις νέες ρυθμίσεις. Εξάλλου είναι αναγκαίο να υπάρξει μια ορθολογικότερη ρύθμιση της κατανομής της

συνολικής διαφημιστικής δαπάνης ιδιαίτερα στις σημερινές δημοσιονομικές και οικονομικές συνθήκες, οι οποίες είχαν ως αποτέλεσμα μεταξύ άλλων την μείωση της διαφημιστικής δαπάνης αλλά και την απώλεια θέσεων εργασίας. Τούτο απαιτεί μια νέα προσέγγιση των προβλημάτων αυτών, η οποία απαιτεί με την σειρά της μια σε βάθος μελέτη του ζητήματος σε συνεργασία με τους εμπλεκόμενους φορείς και επιχειρήσεις στον χώρο της διαφημιστικής αγοράς και των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Εξάλλου και οι επιχειρήσεις ΜΜΕ έχουν συνειδητοποιήσει τα προβλήματα που θα επιφέρει η εφαρμογή της τροποποιούμενης διάταξης για τη διαφήμιση διότι μπορεί μέσα στο καλοκαίρι να κληθούν να αντιμετωπίσουν μια τεράστια τρύπα στα έσοδά τους, εξαιτίας της μείωσης των πληρωμών από τα media shops και της μετάβασης στο νέο καθεστώς, όπου οι διαφημιζόμενοι -οι οποίοι στο εξής θα τιμολογούνται και θα πληρώνουν τα μέσα- σε καμία περίπτωση δεν θα χρησιμοποιούν μεταχρονολογημένες επιταγές. Αντιθέτως, ως είθισται και σε άλλες περιπτώσεις προμηθευτών, οι πληρωμές θα καταβάλλονται σε μετρητά αλλά σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα μετά την τιμολόγηση. Τα προβλήματα αυτά επηρεάζουν και τα περιφερειακά μέσα καθώς αυξάνεται η αδυναμία τους όσον αφορά τη δυνατότητα πρόσβασης στους σημαντικούς διαφημιζόμενους και το υψηλό κόστος που συνεπάγεται αυτή η προσπάθεια εκ μέρους τους. Τα προβλήματα αυτά σε συνδυασμό με την μείωση της κρατικής διαφημιστικής δαπάνης θέτουν σε κίνδυνο την βιωσιμότητα πολλών από τα περιφερειακά μέσα, ακόμη και κάποια από τα πλέον αξιόλογα Μέσα της περιφέρειας.