

ΤΡΟΠΟΛΟΓΙΑ
ΣΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΝΟΜΟΥ ΜΕ ΤΙΤΛΟ:

«Πλαίσιο για την ασφάλεια στις υπεράκτιες εργασίες έρευνας και εκμετάλλευσης υδρογονανθράκων, ενσωμάτωση της οδηγίας 2013/30/ΕΕ, τροποποίηση του π.δ. 148/2009 και άλλες διατάξεις»

ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ

1. Στην παράγραφο 2 του άρθρου 12 του Ν. 2328/1995 (Α' 159), όπως αντικαταστάθηκε από το άρθρο Πέμπτο του ν. 4279/2014 (Α' 158), και ισχύει ορίζεται ότι:

«2. Από 2.7.2016 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. Εξαιρέση 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 30.6.2016, 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 30.9.2016,

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 30.6.2016.

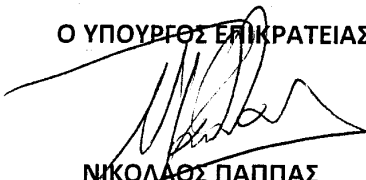
Αν για την εξόφληση του Μέσου μεσολαβεί με οποιονδήποτε τρόπο διαφημιστής, αυτός ενεργεί ως εκπρόσωπος του διαφημιζόμενου, προς τον οποίο εκδίδονται και όλα τα νόμιμα παραστατικά. Παρατάσεις συμβάσεων που εμπίπτουν στο στοιχείο α' παραπάνω απαγορεύονται, ενώ παρατάσεις συμβάσεων που εμπίπτουν στο στοιχείο 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 περαιτέρω μετάθεση του χρόνου έναρξης εφαρμογής των νέων διατάξεων κατά τρεις μήνες.

Ήδη με το άρθρο 58 του ν. 4331/2015 (Α' 69) η έναρξη της απ' ευθείας τιμολόγησης των διαφημιζομένων μετατέθηκε χρονικά για την 02-01-2016. Με την παράγραφο 7 του άρθρου 55 του ν.4339/2015(Α' 133) και στη συνέχεια με το άρθρο 33 της ΠΝΠ 30.12.2015 (Α' 184), η οποία κυρώθηκε με τον Ν.4366/2016 (Α'18) ευθυγραμμίστηκε η έναρξη ισχύος των επί μέρους μεταβολών στη σχέση μεταξύ διαφημιστών και μέσων ενημέρωσης, ώστε το σύνολο των μεταβολών να ισχύσουν από 01-07-2016.

Η προτεινόμενη διάταξη εισηγείται την παράταση της ισχύος των ανωτέρω προθεσμιών για χρονικό διάστημα τριών μηνών έως την 01.10.2016, έτσι ώστε να υπάρξει ο απαραίτητος χρόνος προσαρμογής των διαφημιστικών επιχειρήσεων στις νέες ρυθμίσεις και να δοθεί ο αναγκαίος όσο και απαραίτητος χρόνος σε αυτές, στους εμπλεκόμενους φορείς και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης προκειμένου να προσεγγίσουν στην επίλυση των υπαρχόντων προβλημάτων.

Ο ΥΠΟΥΡΓΟΣ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑΣ


ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΠΑΠΠΑΣ

45m x 11/7/2016

ΤΡΟΠΟΛΟΓΙΑ

Άρθρο

1. Η παράγραφος 2 του άρθρου 12 του ν. 2328/1995 (Α' 159), όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 33 του άρθρου δεύτερου του Ν. 4366/2016 (Α' 18) και ισχύει, αντικαθίσταται ως εξής:
«2. Από 01.10.2016 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. Εξαιρέση από την παραπάνω διάταξη 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 30.09.2016, 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 31.12.2016,
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 30.09.2016.
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, 11 Ιουλίου 2016

Ο ΥΠΟΥΡΓΟΣ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑΣ

ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΠΑΠΠΑΣ

Αριθμ.

Ρα. 540

Ειβ. 37

Κατατέθηκε σήμερα στις 13/7/2016 και ώρα 13:20
α. Καταθέσει
Ν. Παππας
ο Διευτής Νομ. Εργων

ΠΙΝΑΚΑΣ ΤΡΟΠΟΠΟΙΟΥΜΕΝΩΝ-ΚΑΤΑΡΓΟΥΜΕΝΩΝ ΔΙΑΤΑΞΕΩΝ

Με τις προτεινόμενες διατάξεις, τροποποιείται η παρ. 2 του άρθρου 12 του ν. 2328/95 (Α'159), όπως ισχύει και η οποία έχει ως εξής:

"Άρθρο 12 : Κανόνες διαφάνειας στις σχέσεις μέσωι ενημέρωσης διαφημιστών – διαφημιζομένων

[...]«2. Από 2.7.2016 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 30.06.2016, υπό την πρόσθετη προϋπόθεση ότι: αα) η σχετική σύμβαση έχει κοινοποιηθεί εγκαίρως στην οικεία φορολογική αρχή, όπως ορίζεται από τις οικείες διατάξεις, και ββ) σε κάθε περίπτωση, η διάρκεια ισχύος της λήγει το αργότερο μέχρι τις 30.9.2016,

β. είτε έχει συναφθεί από το Δημόσιο ή φορέα του ευρύτερου δημόσιου τομέα σε συνέχεια αγωνιστικής διαδικασίας της οποίας η Διακήρυξη έχει δημοσιευθεί μέχρι τις 30.6.2016.

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

Ε Κ Θ Ε Σ Η

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

Επί τροπολογίας στο σχέδιο νόμου του Υπουργείου Περιβάλλοντος και Ενέργειας «Πλαίσιο για την ασφάλεια στις υπεράκτιες εργασίες έρευνας και εκμετάλλευσης υδρογονανθράκων, ενσωμάτωση της Οδηγίας 2013/30/ΕΕ, τροποποίηση του ΠΔ 148/2009 και άλλες διατάξεις».

Α. Με την προς ψήφιση τροπολογία μετατίθεται εκ νέου κατά τρεις (3) μήνες, δηλαδή από 1-10-2016 αντί από 2-7-2016 που ισχύει σήμερα, η εφαρμογή της διαδικασίας για την απευθείας τιμολόγηση των διαφημιζόμενων από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ). Επομένως, για το χρονικό διάστημα που παρεμβάλλεται μέχρι την ανωτέρω ημερομηνία, εξακολουθεί να εφαρμόζεται η ισχύουσα διαδικασία για την τιμολόγηση των διαφημιζόμενων βάσει τιμοκαταλόγου που υποβάλλεται στην οικεία ΔΟΥ από τα ΜΜΕ, καθώς και η δυνατότητα τιμολόγησης στις διαφημιστικές εταιρείες που μεσολαβούν.

Β. Από τις προτεινόμενες διατάξεις δεν προκαλούνται πρόσθετα οικονομικά αποτελέσματα στον κρατικό προϋπολογισμό και στους προϋπολογισμούς των Φορέων της Γενικής Κυβέρνησης.

Αθήνα, 13 Ιουλίου 2016

Η Γενική Διευθύντρια



Σταυρούλα Μηλιάκου

ΕΚΘΕΣΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΣΥΝΕΠΕΙΩΝ ΡΥΘΜΙΣΕΩΝ

ΥΠΟΥΡΓΟΣ: Επικρατείας

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: Ανδρέας Μαρκόπουλος, Σοφία Δερβιτσιώτη

ΥΠΗΡΕΣΙΑ: Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας

ΘΕΣΗ/ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ: Συνεργάτες Υπουργού Επικρατείας

ΤΗΛΕΦΩΝΟ: 210 9098615

E-MAIL: ggenimerosis@gmail.com

**ΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΤΩΝ ΡΥΘΜΙΣΕΩΝ ΠΟΥ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΤΡΟΠΟΛΟΓΙΑ**

Η προτεινόμενη τροπολογία έχει ως εξής:

1. Η παράγραφος 2 του άρθρου 12 του ν. 2328/1995 (Α' 159), όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 33 του άρθρου δεύτερου του Ν. 4366/2016 και ισχύει, τροποποιείται ως εξής:

«2. Από 1.10.2016 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 30.09.2016, 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 31.12.2016,

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 30.09.2016.

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 ρύθμιση επιδιώκονται τα εξής:

Με την προτεινόμενη τροποποίηση της διάταξης της παραγράφου 2 του άρθρου 12 του Ν. 2328/1995, όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 33 του Ν. 4366/2016 και ισχύει, μετατίθεται ο χρόνος έναρξης της εφαρμογής της για την 1.10.2016, 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 θα επιτευχθεί με στοχευμένη 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 επιπλέον μείωση στα συνεχώς μειούμενα έσοδά τους, εξαιτίας της αδυναμίας καταβολής των οφειλομένων 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.