

ΝΙΚΟΛΑΟΣ Ι. ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ
Βουλευτής Ν. Αχαΐας – Ανεξάρτητος

Ερώτηση και ΑΚΕ προς τον Υπουργό Οικονομικών

ΘΕΜΑ: Ακόμη και τώρα, μόνο «ψίχουλα» της κρατικής διαφήμισης

διοχετεύονται στα ΜΜΕ της Περιφέρειας!

Οι ρητές δεσμεύσεις για εφαρμογή του νόμου κατανομής της κρατικής διαφήμισης κατά 30% στα ΜΜΕ της Περιφέρειας, παρά τις όποιες καλές προθέσεις της Κυβέρνησης και τις ρητές δεσμεύσεις του Υπουργού Ενημέρωσης Νίκου Παππά, δεν έχουν τηρηθεί καθώς το αδηφάγο Κέντρο καρπώνεται το 95%!

Με εφτά εγκυκλίους του (!), ο Υπουργός Ψηφιακής Πολιτικής έχει προτρέψει τους δημόσιους φορείς να κατανέμουν την κρατική διαφήμιση βάσει του νόμου του 1995, ωστόσο όλοι σχεδόν οι φορείς είναι ανυπάκουοι και παραβαίνουν εξόφθαλμα το νόμο!

Ας σημειωθεί ότι μια από τις εγκυκλίους αναφέρεται σε επιβολή προστίμων, όταν ένας φορέας δεν τηρεί το 30%. Όμως, παρά την σύσταση, οι διοικητές ή οι διευθύνοντες σύμβουλοι διαφόρων κρατικών οργανισμών και προπαντός των τεσσάρων τραπεζών που έχουν βασικό μέτοχο το Ελληνικό δημόσιο και μάλιστα με εκπροσώπους στο διοικητικό συμβούλιο, αυθαιρετούν και κάνουν την κατανομή σύμφωνα με τα... κέφια τους.

Θυμίζω στο σημείο αυτό την απάντηση που είχε δώσει ο κ. Νίκος Παππάς στις 26 Ιανουαρίου 2018 κατά την συζήτηση επίκαιρης ερώτησής μου:

«Το 70%-30% για πρώτη φορά θα εφαρμοστεί. Και στείλαμε και **σχετική εγκύκλιο**, που νομίζω είναι η **έβδομη(!)**, αν δεν κάνω λάθος, η οποία ακριβώς υπογραμμίζει αυτή την υποχρέωση και υπενθυμίζει ότι θα υπάρξουν τα **σχετικά πρόστιμα**.

Ποια πρόστιμα; Εάν ένας φορέας του δημοσίου δεν έχει φτάσει το 30%, θα πάρει **πρόστιμο τέτοιο** ούτως ώστε να καλύπτεται η απόσταση μεταξύ του ποσοστού που έχει αποδώσει στα περιφερειακά μέσα ενημέρωσης και το 30%.

Ποιο είναι το χρονοδιάγραμμα και πώς θα γίνει;

Η εγκύκλιος η συγκεκριμένη υποχρεώνει τους οργανισμούς του δημοσίου να στείλουν τον απολογισμό του 2017 μέχρι 31 Μαρτίου και τον προϋπολογισμό για το 2018. Από εκεί και πέρα, εάν διαπιστωθεί στο τέλος Μάρτη ότι **υπάρχουν συγκεκριμένοι οργανισμοί του δημοσίου οι οποίοι δεν τήρησαν το 70%-30% θα υπάρξουν τα σχετικά πρόστιμα**».

Εν προκειμένω, τα πράγματα είναι ξεκάθαρα.

Οι δημόσιοι φορείς «γράφουν» κανονικά τον Υπουργό!

Τι έχετε να πείτε επ' αυτού κ. Παππά; Πόσο άλλο θα εκλαμβάνουν την ανοχή και την υπομονή σας, ως αδυναμία;

Η ιστορία των media shops είναι ένα ξεχωριστό κεφάλαιο αυθαιρεσίας. Μόλις προ ημερών έγινε γνωστό, για παράδειγμα, ότι το Documento ήταν το μοναδικό ΜΜΕ που εξαιρέθηκε από τη διανομή διαφήμισης που παρήγγειλε η αμερικανική πρεσβεία για τη συμμετοχή των ΗΠΑ στη ΔΕΘ και την παρουσία στη Θεσσαλονίκη του υπουργού Εμπορίου Γουίλμπουρ Ρος.

Το Doumento δημοσιοποίησε ότι είχε επικοινωνία με την αμερικανική πρεσβεία, στην οποία έθεσε το ζήτημα του προκλητικού αποκλεισμού. Η επίσημη απάντησή της πρεσβείας ήταν ότι

η τακτική των διακρίσεων είναι έξω από τη λογική της και ότι δεν είχε καμία εμπλοκή όσον αφορά το σε ποιους δόθηκαν και σε ποιους όχι διαφημίσεις, καθώς ο χειρισμός του διαφημιστικού πακέτου έγινε από ενδιαμέσο.

Ο ενδιαμέσος καταγγέλθηκε ότι είναι το media shop Initiative, το οποίο, όπως προκύπτει επέλεξε για πολιτικούς λόγους να αποκλείσει το Documento από τη διανομή διαφήμισης, που αφορούσε μάλιστα έναν τομέα διεθνών σχέσεων κι ένα μεγάλο πολιτικό γεγονός.

Επίσης καταγγέλθηκε, ότι το συγκεκριμένο media shop έχει αποκλείσει συστηματικά την εφημερίδα Documento, το documentonews.gr και το koutipandoras.gr, από διαφημίσεις με προκλητικό τρόπο, καθώς, όπως λένε οι πληροφορίες, έχει ιδιαίτερες σχέσεις και συμπάθειες με το περιβάλλον του Κυριάκου Μητσοτάκη.

Ο ετοιθελισμός των media shops είναι ένα γενικότερο πρόβλημα, που συνδέεται, με συγγενείς πολιτικών και κρατικών αξιωματούχων, που μοιράζουν κατά το δοκούν διαφημιστική πίτα εκατοντάδων εκατομμυρίων ευρώ κατ' έτος.

Φυσικά εγείρεται μέγα ζήτημα για τον ρόλο αυτών των ιδίων προσώπων, που ανακυκλώνονται σε τράπεζες ή κάνουν κουμάντο διακινώντας τεράστια ποσά, επιλεκτικά και αυθαίρετα.

Άραγε, πέραν των διοικήσεων των δημόσιων φορέων και τραπεζών, δεν πρέπει να επεκταθεί το «πόθεν έσχες» και σ' αυτά τα αμφιλεγόμενα πρόσωπα, που διαχειρίζονται και διακινούν πακτωλό εκατομμυρίων ευρώ, με βάση τις προτιμήσεις τους και όχι το νόμο;

Εξάλλου, πρέπει να υπογραμισθεί δεόντως πως πέραν των δημόσιων φορέων και οι τράπεζες ακολουθούν μια ύποπτη και προκλητική τακτική.

Το 95% της διαφημιστικής πίτας τους διοχετεύεται στα ΜΜΕ της πρωτεύουσας.

Και ναι μεν, ίσως υποστηρίζει κάποιος ότι πρόκειται για ιδιωτικές τράπεζες, αλλά πρέπει να επαναλάβουμε ότι οι συστημικές τράπεζες έχουν ανακεφαλαιοποιηθεί με δισεκατομμύρια ευρώ του Ελληνικού λαού και έτσι το Ελληνικό Δημόσιο είναι βασικός μέτοχος.

Επειδή, όπως είναι γνωστό ο μισός και πλέον πληθυσμός της χώρας δεν διαμένει στην Αθήνα αλλά στην Ελλάδα της περιφέρειας, στην τοποθέτησή μου στην σχετική συζήτηση στη Βουλή κάλεσα τον υπουργό Νίκο Παππά να ζητήσει από το αρμόδιο τμήμα της Εθνικής Τράπεζας να καταθέσει πλήρη λίστα με τις διαφημίσεις και τα ποσά που έδωσε σε κάθε μέσο ενημέρωσης για τα έτη, 2016 και 2017, αλλά και τον προγραμματισμό του 2018. Επίσης, υπογράμμισα ότι κανένας από τους φορείς του δημοσίου που προέβησαν σε διαφημιστική καμπάνια το 2017 δεν ενίσχυσε τα περιφερειακά μέσα. «Μόνο η ΔΕΗ έδωσε σε κάποια περιφερειακά μέσα διαφήμιση τα περασμένα Χριστούγεννα, και αυτή μέσω media shops, τα οποία κατακράτησαν τα μισά χρήματα προσθέτοντας ότι ενώ υπάρχει νόμος της σημερινής κυβέρνησης για απευθείας τιμολογήσεις, εντούτοις πολλοί φορείς του δημοσίου τιμολογούν σε media shops, τα οποία παρακρατούν σημαντικά ποσά, με αποτέλεσμα, ακόμα και αυτό το 30%, στην πραγματικότητα να είναι πολύ μικρότερο.

Πολλά χρόνια τώρα ως πολιτικός, σε όποια περιοχή της χώρας και να βρέθηκα, αντίκρισα παντού την ίδια εικόνα:

Μέσα ενημέρωσης που κάνουν καταπληκτική και απολύτως επαγγελματική δουλειά, με ικανότητα και δεξιότητες που θα ζήλευαν πολλά κεντρικά μέσα ενημέρωσης.

Μόνο που σε πολλές περιπτώσεις, τα χρήματα που μηνιαία έβγαζε ένας επαρχιακός εκδότης ήσαν... λιγότερα από αυτά που έπαιρνε ως μισθό ένας μέτριος δημοσιογράφος στην Αθήνα!

Γνωρίζω, κ. υπουργοί, καταπληκτικές «πένες». Δημοσιογράφους με λόγο και άποψη, με μοναδικό αισθητήριο και ένστικτο.

Σε όλη την Ελλάδα!

Όλοι αυτοί όμως, ούτε μισθολογικά, ούτε ασφαλιστικά, ήσαν ποτέ ίσοι με τους συναδέλφους τους στην Αθήνα.

Γιατί τα μέσα στα οποία εργάζονται, ποτέ δεν είχαν την οικονομική δυνατότητα των κεντρικών μέσων.

Και μία σημαντική αιτία, ήταν η κρατική διαφήμιση.

Γνωρίζω, ότι εδώ και καιρό έχει ξεκινήσει μία συστηματική κυβερνητική προσπάθεια ώστε τουλάχιστον αυτό το 30% της κρατικής διαφήμισης να φτάνει στα περιφερειακά μέσα ενημέρωσης.

Αν θέλετε τη γνώμη μου, θα προτιμούσα έναν νέο νόμο, ώστε σε αυτά τα μέσα να φτάνει πολύ μεγαλύτερο ποσοστό. Αλλά, έστω αυτό το 30%, γιατί δεν φθάνει;

Αυτό είναι το μεγάλο, το κυρίαρχο ερώτημα...

Κατά καιρούς, πολλοί υπουργοί είπαν ότι ο νόμος θα εφαρμοστεί.

Και ποτέ δεν εφαρμόστηκε...

Πολλοί υποσχέθηκαν, κανένας δεν τήρησε τον λόγο του...

Το ζήτημα που συζητάμε σήμερα, στην βάση του είναι το διαχρονικό ζήτημα της Ελλάδας των δύο ταχυτήτων. Από την μία πλευρά, η «Ελλάδα της Αθήνας» και από την άλλη, η «Ελλάδα της επαρχίας». Η πρώτη, πλούσια και ισχυρή, με υπερσυγκέντρωση εξουσιών και πόρων. Και η δεύτερη, φτωχή και αδύναμη, να εκλιπαρεί διαρκώς την... ελεημοσύνη του «κράτους των Αθηνών».

Από την μία πλευρά, τα ΜΜΕ της Αθήνας. Πανίσχυρα, δυνατά, με μεγάλα πορτοφόλια πίσω τους και τον κρατικό κορβανά ανοικτό γι' αυτά, παντού και πάντοτε. Και από την άλλη, τα περιφερειακά ΜΜΕ. Μικρά και καχεκτικά. Που δεν στηρίζονται σε... μεγαλοπαράγοντες, αλλά συνήθως σε ήρωες ιδιοκτήτες και εργαζόμενους, που αρκούνται στα λίγα και συντηρούνται μόνο από την στήριξη των τοπικών κοινωνιών.

Επειδή, η κυβέρνηση οφείλει να αποδείξει ότι οι νόμοι εφαρμόζονται και ιδιαίτερα, να στηρίξει την ελληνική περιφέρεια, μέρος της οποίας είναι και τα μέσα ενημέρωσης που αγωνίζονται να επιβιώσουν υπό αντίξοες συνθήκες και άνισο ανταγωνισμό σε σχέση με τα κεντρικά μέσα ενημέρωσης.

Επειδή, αυτή η Κυβέρνηση δια του αρμοδίου Υπουργού θέσπισε την υποχρεωτική δημοσίευση της διαφημιστικής δαπάνης προς κάθε ΜΜΕ, χωριστά η κάθε Τράπεζα ερωτάσθε:

1^ο Γιατί δέχεσθε να μην εφαρμόζεται ο νόμος και η σχετική εγκύκλιος, η οποία ακριβώς υπογραμμίζει αυτή την υποχρέωση και υπενθυμίζει ότι θα υπάρξουν τα σχετικά πρόστιμα;

2^ο Ποια πρόστιμα επιβάλατε και σε ποιες Τράπεζες ώστε να καλύπτεται η απόσταση μεταξύ του ποσοστού που έχει αποδώσει στα περιφερειακά μέσα ενημέρωσης και το 30%;

3^ο Ειδικώς με τις Τράπεζες, τι σκοπεύετε να κάνετε, προκειμένου να εφαρμοσθεί ο νόμος που ορίζει το 30% να διοχετεύεται στα επαρχιακά ΜΜΕ;

- Να κατατεθούν όλων χωριστά των Τραπεζών οι σχετικοί πίνακες.
- 4^{ον} Σε τι ποσοστό ανέρχεται η διαφήμιση που διοχέτευσαν στα τελευταία τρία χρόνια προς τα επαρχιακά ΜΜΕ;
- 5^{ον} Ποιοι είναι οι ανυπάκουοι δημόσιοι οργανισμοί που δεν διοχετεύουν το 30% της κρατικής διαφήμισης στα περιφερειακά ΜΜΕ;
- Να κατατεθεί η σχετική λίστα των παρανομούντων.
- 6^{ον} Έχετε προειδοποιήσει ότι θα επιβληθούν πρόστιμα σε όποιους κρατικούς φορείς δεν έχουν συμμορφωθεί με το νόμο. Έχουν επιβληθεί; Αν ναι, ποιο το ύψος τους και σε ποιους οργανισμούς; Αν όχι, γιατί;
- Να κατατεθεί κατάσταση που να εμφανίζει τον δημόσιο οργανισμό, το πρόστιμο και το ποσοστό που κάλυψαν οι διαφημιστικές εντολές.
- 7^{ον} Πέραν των προστίμων, ποια άλλη πρακτική και ουσιαστική νομοθετική πρωτοβουλία έχετε αναλάβει ή προτίθεσθε ν' αναλάβετε, προκειμένου να «φθάνει» το 30% στην περιφέρεια;
- 8^{ον} Πολύ συγκεκριμένα, τι έχει προκύψει από την έγκριση προγραμμάτων επικοινωνιακής προβολής των δημόσιων οργανισμών για το 2018;
- Να κατατεθεί η σχετική λίστα.
- 9^{ον} Ποια «μαγαζιά» (media shop) χρησιμοποιούν οι τέσσερις τράπεζες στα τελευταία τρία χρόνια, για να μοιράζουν τη διαφημιστική πίτα;
- Να κατατεθούν όλες οι συμβάσεις που έχουν υπογραφεί με τα media shop.
- 10^{ον} Τι προκύπτει από την κατάθεση των υπό έγκριση προγραμμάτων επικοινωνιακής προβολής για το 2018, από υπουργεία και νομικά πρόσωπα –και ιδιωτικού δικαίου- του δημόσιου τομέα;
- 11^{ον} Τέλος, προτίθεσθε να βγάλετε από το «παιχνίδι» του δημόσιου χρήματος τα media shops και να επεκτείνετε το «πόθεν έσχες» σε στελέχη τους, που μοιράζουν την κρατική και τραπεζική διαφημιστική πίτα σύμφωνα με τα... γούστα τους και όχι το νόμο;

Ο Ερωτών Βουλευτής

Νίκος Ι. Νικολόπουλος

Πρόεδρος Χριστιανοδημοκρατικού Κόμματος Ελλάδος