

ΝΙΚΟΛΑΟΣ Ι. ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ
Βουλευτής Ν. Αχαΐας – Ανεξάρτητος

4723
508
7-1-2019

Ερώτηση και ΑΚΕ

προς τον Υπουργό Ψηφιακής Πολιτικής, Τηλεπικοινωνιών και Εντιμέρωσης

**ΘΕΜΑ: Ο Δήμος της Πάτρας τιμολογεί ... «μπακαλίστικα» τις καταχωρήσεις του
στα τοπικά ΜΜΕ!**

Η Δημοτική αρχή της Πάτρας, εθισμένη από ιδεολογικές πεποιθήσεις στον εστειλισμό και με δογματική αλλεργία στην ελεύθερη και αδέσμευτη δημοσιογραφία αγνοώντας μάλιστα όχι μόνον τους κανόνες της διαφημιστικής αγοράς, αλλά και τους κατατεθειμένους καταλόγους στις ΔΟΥ εκ μέρους των εκδοτικών εταιρειών «τιμολογεί» σύμφωνα με τα... γούστα της, τις καταχωρήσεις που στέλνει στα Μ.Μ.Ε. της Πάτρας!

Είναι προφανές ότι η ισοπεδωτική, Σταλινική «λογική» του απερχόμενου δημάρχου Κώστα Πελετίδη και των «συντρόφων» συνεργατών του, αντίκειται στην πάγια και λελογισμένη αντίληψη, που διέπει το καθεστώς της ζήτησης και προσφοράς.

Όπως είναι γνωστό, στα Μ.Μ.Ε. ποικίλει η κυκλοφορία τους, η αναγνωσιμότητα, ο αριθμός των εργαζομένων τους και εξ αυτών των λόγων είναι διαφορετικοί οι τιμοκατάλογοι που επαναλαμβάνω, είναι θεωρημένοι από τις οικείες ΔΟΥ. Αυτόν τον βασικό κανόνα, οι διαχειριστές του χρήματος των δημοτών της Πάτρας, επιδεικτικά τον ακυρώνουν στην πράξη, μοιράζοντας το χρήμα των φορολογουμένων σύμφωνα με τα ιδεολογικά και δογματικά τους στερεότυπα.

Κατωτέρω, παρατίθεται αυτούσια η ανάρτηση της ηλεκτρονικής εφημερίδας της Πάτρας the best.gr, που είναι μακράν η πρώτη σε αναγνωσιμότητα στην περιφερειακή Ελλάδα:

«Πέντε μήνες πριν τις δημοτικές εκλογές, λάβαμε στο e-mail μας μια εντολή του Δήμου Πατρέων για να δημοσιεύσουμε επί επτά ημέρες δύο διαφημιστικά banners που αφορούν στην ανακύκλωση και στα αδέσποτα σκυλιά.

Διαβάζοντας τα σχετικά έγγραφα που συνόδευαν την εντολή διαπιστώσαμε ότι ο Δήμος δεν μας ζητούσε κάποια προσφορά για το κόστος της προβολής, όριζε εξ αρχής ότι θα πληρώσει συγκεκριμένο ποσό (766 ευρώ για την ακρίβεια). Και μάλιστα, το ίδιο αιριβώς ποσό θα πληρώσει σε όλα ανεξαιρέτως τα διαδικτυακά Μέσα, ανεξαρτήτως της αναγνωσιμότητας που έχουν, του αριθμού των εργαζομένων που απασχολούν, των φόρων και των εισφορών που πληρώνει κάθε Μέσο στο Κράτος.

Επειδή, οφείλουν να ακολουθούν κανόνες και να μπορούν κάθε στιγμή να εξηγήσουν που, για ποιο λόγο, με ποια κριτήρια κατανεμήθηκε το κάθε ευρώ και πόσο τόπο έπιασε. Γιατί αν αυτός ο κανόνας δεν ισχύσει, κινδυνεύουμε οι εκάστοτε κρατούντες να σπαταλάνε τα χρήματά του δημοσίου και του δημοτικού προϋπολογισμού αδιαφορώντας για το αν θα πιάσουν τόπο (δηλαδή αν θα φέρουν αποτέλεσμα) και ενδιαφερόμενοι μόνον και μόνον να εξυπηρετήσουν φίλους ή στενά προσωπικά τους κομματικά συμφέροντα.

Επειδή, επί του προκειμένου λοιπόν ας μας εξηγήσει ο Δήμος Πατρέων με ποια κριτήρια διαχειρίζεται το συγκεκριμένο κονδύλι.

Επειδή τέλος όπως αυτολεξεί καταγγέλλει η πρώτη σε αναγνωσιμότητα δημοσιογραφική ιστοσελίδα «αυτά τα κριτήρια δεν είναι σαφή, καθαρά και αντικειμενικά, το thebest.gr δεν θα δεχθεί ούτε ένα ευρώ από το δημόσιο χρήμα».

Και καταλήγει:

Αν πάλι ο Δήμος Πατρέων αποφάσισε να προσφέρει οικονομικό βοήθημα ή χαρτζιλίκι πέντε μήνες πριν τις εκλογές, το thebest.gr έχει την αρχή ότι στο χώρο του Τύπου δεν πρέπει να υπάρχουν «βοηθήματα» και «χαρτζιλίκια», γιατί γεννούν δεσμεύσεις που υπονομεύουν την ανεξαρτησία του. Για αυτό το λόγο δεν θα πάρει τα χρήματα.

Το thebest.gr, το μεγαλύτερο Περιφερειακό Ενημερωτικό Μέσο της Ελλάδας, με 25 εργαζόμενους παρέμεινε πάντα μακριά από τα δημόσια ταμεία και τις συναλλαγές με Δημόσιους Φορείς και Εξουσίες. Η μάλλον η μοναδική σχέση που έχει με τα Δημόσια Ταμεία είναι να καταβάλλει ετησίως περισσότερα από 150.000 ευρώ σε Φόρους και Ασφαλιστικές εισφορές.

Παραμένει μια υγιής και αναπτυσσόμενη επιχείρηση, έχοντας φανερούς οικονομικούς πόρους τα έσοδα από τη διαφήμιση επαγγελματιών και επιχειρήσεων που προβάλλει, δηλαδή τα έσοδα από την ιδιωτική οικονομία.

Σε αυτούς τους επαγγελματίες και επιχειρηματίες οφείλουμε ένα μεγάλο ευχαριστώ για την επιλογή τους να εμπιστευτούν το portal μας.

Και το εμπιστεύονται ακολουθώντας κριτήρια, που είναι άγνωστα στον Δήμο Πατρέων.

Με τους Φορείς Διαχείρισης του Δημοσίου χρήματος, ποτέ δεν είχαμε καλές σχέσεις. Και ούτε θέλουμε να αναπτύξουμε, αν δεν είναι καθαρές, ξάστερες και βασισμένες σε αντικειμενικά κριτήρια».

Διαβάζοντας τα παραπάνω, μας προκλήθηκαν τα εξής ερωτήματα:

1^ο Υφίσταται νόμος που επιτρέπει στο Δήμο της Πάτρας και συνολικά στους φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης να επιβάλουν οριζόντια τιμή για διαφημιστικές καταχωρήσεις τους ;

2^ο Όλα τα τοπικά ΜΜΕ της Πάτρας έχουν καταθέσει τιμοκαταλόγους στις οικείες ΔΟΥ;

- Να κατατεθούν οι τιμοκατάλογοι όλων των ΜΜΕ των Πατρών.

3^ο Οι υπηρεσιακοί παράγοντες και οι αιρετοί της Δημοτικής Αρχής έχουν ή όχι υποχρέωση να ακολουθούν τους κανόνες της διαφάνειας και να λαμβάνουν υπ' όψιν τους τις ακροαματικότητες, τις κυκλοφορίες των εφημερίδων και την αναγνωσιμότητα των site;

4^ο Πρόκειται περί απόφασης των αρμοδίων οργάνων να κάνει προβολή ή περί διάθεσης του Δημάρχου (λόγω εορτών και κοινωνικών ευαισθησιών) να δώσει ένα βοήθημα, ή ένα «χαρτζιλίκι» στα ΜΜΕ της πόλης;

- Να κατατεθεί η σχετική απόφαση των αρμοδίων και προβλεπομένων εκ του νόμου, οργάνων που αναλυτικά καταγράφει το πού και πόσα ευρώ πρέπει να διατεθούν και με ποια σκοπιμότητα.

5^ο Αν πρόκειται για απόφαση προβολής κάποιου μεγάλου γεγονότος ή κάποιου κοινωνικού μηνύματος ο Δήμος όφειλε:

Πρώτον, να ζητήσει την προβολή, είτε δωρεάν –αν πρόκειται για κοινωνικό μήνυμα– ειδάλλως να ζητήσει οικονομική προσφορά από κάθε Μέσο για την υπηρεσία προβολής;

Το ελεγκτικό συνέδριο, η αποκεντρωμένη περιφερειακή διοίκηση, οι επιθυμητοί δημόσιες διοικήσεις και το Νομικό συμβούλιο, παρακαλείσθε να ενημερώσετε την Βουλή θα ελέγξουν την συγκεκριμένη κατανομή;

Ποια κρατική υπηρεσία και ποια δικαστική αρχή πρέπει να ελέγξει εάν συνέβησαν παράνομες μεθοδεύσεις και εάν ακολουθήθηκαν μη σύννομες πράξεις δηλ ίδιον πολιτικό-κομματικό όφελος των διαχειριστών του δημοτικού χρήματος που αποφάσισαν, ότι το ίδιο κοστίζει η διαφήμιση σε ένα Μέσο που το διαβάζουν 700.000 αναγνώστες το μήνα και σε ένα Μέσο που το διαβάζουν 2-3 χιλιάδες αναγνώστες το μήνα;

Ο Δήμαρχος και οι αρμόδιοι αντιδήμαρχοι της Πάτρας οφείλουν, όπως κάθε Δημόσιος φορέας, ακριβώς επειδή διαχειρίζονται δημόσιο χρήμα, για οποιαδήποτε προμήθειά του, είτε πρόκειται για ασφαλτο ενόψει ασφαλτόστρωσης στους δρόμους, είτε για μελομακάρονα προκειμένου να τα διαθέσουν στα ιδρύματα της πόλης, είτε για απευθείας αναθέσεις να παίρνουν προσφορές, να κάνουν προκηρύξεις, να θέτουν προδιαγραφές;

6^{ον} Αληθεύει ότι το 2018 ο Δήμος της Πάτρας ξόδεψε 500.000 ευρώ για διαφημιστικούς λόγους;

- Να δοθεί η συνολική κατάσταση των τιμολογημένων καταχωρήσεων σε όλα τα Μ.Μ.Ε.
- Να κατατεθούν όλα τα σχετικά τιμολόγια.

7^{ον} Είναι μία προς μία οι εντολές καταχώρησης αναρτημένες στην «Διαύγεια» ;

Με ποια κριτήρια κατανεμήθηκαν τα διαφημιστικά κονδύλια; Και με πολιτικά ;

8^{ον} Μεσολάβησαν στη διακίνηση των καταχωρήσεων και διαφημιστικές εταιρίες;

- Αν ναι, ποιες;

9^{ον} Ποιοι υπογράφουν τις εντολές καταχώρησης; Ο Δήμαρχος; Ο αντιδήμαρχος; Υπηρεσιακοί παράγοντες;

10^{ον} Έχουν σταλεί εντολές καταχώρησης και σε Αθηναϊκά Μ.Μ.Ε. και δη σε κομματικά όργανα όπως(π.χ. Ριζοσπάστης) και δη όργανο της ΚΕ του ΚΚΕ;

11^{ον} Έχει λάβει γνώση των καταγγελιών του best.gr η Εισαγγελία, η Γενική Επιθεωρήτρια Δημόσιας Διοίκησης, η Αποκεντρωμένη Διοίκηση Πελοποννήσου, Δυτικής Ελλάδας και Ιονίου και οι Οικονομικοί Επιθεωρητές;

12^{ον} Έχει σχηματισθεί δικογραφία;

Ο Ερωτών Βουλευτής

Νίκος Ι. Νικολόπουλος

Πρόεδρος Χριστιανοδημοκρατικού Κόμματος Ελλάδος