



Βουλή των Ελλήνων
Διεύθυνση Κοινοβουλευτικού Ελέγχου
Αριθ.Πρωτ. Ερωτήσεων...6364.....
Ημερομ. Καταθέσεως...11-5-2020.....

Αθήνα, 11 Μαΐου 2020

ΕΡΩΤΗΣΗ

Προς τους κ.κ. Υπουργούς:

- **Τουρισμού**
- **Ανάπτυξης και Επενδύσεων**

ΘΕΜΑ: «Καταστρατήγηση των όρων διαφάνειας, της δίκαιης και ίσης μεταχείρισης με όρους υγιούς ανταγωνισμού των επιχειρήσεων με την απευθείας ανάθεση στην Marketing Greece A.E.»

Στις 13/04/2020 εκδόθηκε Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου, στο άρθρο 69 της οποίας προβλέπεται, ότι για χρονικό διάστημα που δεν μπορεί να υπερβαίνει την 31η Αυγούστου 2020, το Υπουργείο Τουρισμού, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) και οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.) α΄ και β΄ βαθμού, συμπεριλαμβανομένων των αναπτυξιακών εταιρειών αυτών, δύνανται να συνάπτουν συμβάσεις προμηθειών και υπηρεσιών με την εταιρεία με την επωνυμία «MARKETING GREECE ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ» και τον διακριτικό τίτλο «Marketing Greece A.E.» **με απευθείας ανάθεση, ανεξαρτήτως της αξίας της σύμβασης, κατά παρέκκλιση της κείμενης εθνικής νομοθεσίας περί δημοσίων συμβάσεων.**

Στο σημείο αυτό να τονίσουμε ότι ο νόμος 4412/2016 περί δημοσίων συμβάσεων, ο οποίος αποτελεί ενσωμάτωση ευρωπαϊκών οδηγιών, θεσπίστηκε ως νόμος του κράτους για δύο, κυρίως λόγους. Κατ' αρχήν για την αποτροπή της διασπάθισης του δημοσίου χρήματος και για την εξασφάλιση της διαφάνειας των σχετικών διαδικασιών. Παράλληλα, όμως, στον ίδιο νόμο και συγκεκριμένα στο άρθρο 32 παράγραφο 2 έχει προβλεφθεί διαδικασία για την αντιμετώπιση επείγουσών καταστάσεων. Στο εν λόγω άρθρο, λοιπόν, ορίζεται ότι «Η διαδικασία με διαπραγμάτευση χωρίς προηγούμενη δημοσίευση μπορεί να χρησιμοποιείται για δημόσιες συμβάσεις έργων, προμηθειών και υπηρεσιών σε οποιαδήποτε από τις κατωτέρω περιπτώσεις:...γ) στο μέτρο που είναι απολύτως απαραίτητο, εάν λόγω κατεπείγουσας ανάγκης οφειλόμενης σε γεγονότα απρόβλεπτα για την αναθέτουσα αρχή, δεν είναι δυνατή η τήρηση των προθεσμιών που προβλέπονται για τις ανοικτές, κλειστές ή ανταγωνιστικές διαδικασίες με διαπραγμάτευση... Οι περιστάσεις που επικαλούνται οι αναθέτουσες αρχές

για την αιτιολόγηση της κατεπείγουσας ανάγκης δεν πρέπει σε καμία περίπτωση να απορρέουν από δική τους ευθύνη».

Κι ενώ υπάρχει το κατάλληλο νομοθετικό πλαίσιο, αντί η Κυβέρνηση να ακολουθήσει την δομημένη αυτή διαδικασία για όλες τις περιπτώσεις επιλογής αντισυμβαλλόμενου, έρχεται ο Υπουργός Τουρισμού και εξαιρεί από την διαδικασία, ρητά και μόνον, την Marketing Greece, την οποία και κατονομάζει, και της δίνει την δυνατότητα απευθείας αναθέσεων για συμβάσεις που αφορούν στην υλοποίηση προγραμμάτων και δράσεων προβολής, διαφήμισης, προώθησης, επικοινωνίας και δημόσιων σχέσεων στην Ελλάδα και το εξωτερικό, και μάλιστα, ανεξαρτήτως ύψους ποσού οικονομικού ανταλλάγματος του αντικειμένου της απευθείας αναθέσεως. Πρόκειται για πρωτοφανή κρατική παρέμβαση και κατάλυση της ίσης μεταχείρισης των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον χώρο της διαφήμισης και προβολής. Στήνει, με άλλα λόγια, ο αρμόδιος Υπουργός μία παράλληλη διαδικασία που αφορά μόνον την Marketing Greece, τη στιγμή που για όλες τις υπόλοιπες επιχειρήσεις ισχύουν οι όροι των διατάξεων του ν. 4412/2016 περί δημοσίων συμβάσεων.

Γεννώνται, λοιπόν, εύλογες ερωτήσεις στις οποίες πρέπει να μας απαντήσει ο αρμόδιος Υπουργός σχετικά με τα ζητήματα, όπως ποιά θα είναι αυτά τα προγράμματα που θα αναθέσει ο ΕΟΤ στην Marketing Greece, προγράμματα που δεν μπορεί να υλοποιήσει ο ίδιος; Γιατί η εμπειρία των στελεχών του Οργανισμού παραγνωρίζεται τη στιγμή, που ο ΕΟΤ είναι ο μόνος φορέας της Χώρας, που έχει καταρτίσει και εφαρμόσει συστήματα διαχείρισης κρίσης στο παρελθόν, και μάλιστα με τη μικρότερη δυνατή δαπάνη; Πέραν, όμως, αυτών των ευλόγων αποριών δε μπορούμε να παραγνωρίσουμε και το γεγονός ότι η Κυβέρνηση καταφεύγει σε αδιαφανείς διαδικασίες που πλήττουν τον υγιή ανταγωνισμό.

Από τη μία στιγμή στην άλλη η Marketing Greece αποκτά δυνητική, προνομιακή πρόσβαση σε ένα τεράστιο πελατολόγιο φορέων, οι οποίοι, λόγω της πίεσης αμέτρητων μικρών, μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα σε όλη τη χώρα που κυριολεκτικά καταρρέουν, θα αναγκαστούν να επιδοθούν σε ανελέητο ανταγωνισμό για να ανακτήσουν ο,τιδήποτε μπορούν από τη χαμένη τουριστική σεζόν. Λόγω της αχαρτογράφητης, μέχρι σήμερα, κατάστασης ως προς τους τουρίστες από το εξωτερικό, ο ανταγωνισμός των επιχειρηματιών του κλάδου για την προσέλκυση του εσωτερικού τουρισμού, φαίνεται ότι θα απογειωθεί. Κι αναρωτιώμαστε, ρητορικά πάντα, σε τί καλύτερο θα μπορούσε να προσβλέπει μια εταιρία που έχει το πλεονέκτημα να συνάπτει συμβάσεις υπηρεσιών προβολής με εκατοντάδες δημόσιους φορείς, χωρίς «ταβάνι» δαπάνης και «κατά παρέκκλιση της κείμενης εθνικής νομοθεσίας περί δημοσίων συμβάσεων».

Κι όλα αυτά, τη στιγμή που υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις επικοινωνίας που έχουν όλες τους πληγεί βαρύτερα από την πανδημία, κι έχουν αδιαμφισβήτητη ανάγκη από «δεύτερες ευκαιρίες», οι οποίες θα έπρεπε να μπορούν να διεκδικήσουν το μερίδιό τους σε μία ελεύθερη αγορά με ίσους όρους. Εξάλλου, γεννάται και το πραγματικό ζήτημα πώς η Marketing Greece θα κατορθώσει να ανταποκριθεί σε έναν όγκο, ταυτόχρονων αιτημάτων λ.χ. από δήμους και περιφέρειες για δημιουργία ταχύτατων και άμεσων προγραμμάτων προβολής.

Επειδή ουσιαστικά μέσω του άρθρου 69 της από 13-04-2020 Πράξης Νομοθετικού Περιεχομένου δίνεται η δυνατότητα ανάθεσης στη Marketing Greece, μέρους ή του συνόλου του έργου του ΕΟΤ και μάλιστα κατά παρέκκλιση των ισχυουσών διατάξεων περί δημοσίων συμβάσεων, οι οποίες όμως, παραμένουν ως δικλείδες ασφαλείας, επιλεκτικά, μόνον για τους υπόλοιπους.

Επειδή η κατάσταση έκτακτης ανάγκης και η νομοθέτηση διά Πράξεων Νομοθετικού Περιεχομένου δε μπορεί να είναι το άλλοθι για την Κυβέρνηση της τακτικής των απευθείας αναθέσεων, για τη σκοπιμότητα και τη νομιμότητα των οποίων δεν δίνονται επαρκείς εξηγήσεις.

Επειδή με την ως άνω περιγραφείσα ενέργεια της Κυβέρνησης καταστρατηγείται κάθε έννοια διαφανούς διαδικασίας, ίσης μεταχείρισης των επιχειρήσεων και πλήττεται κατ' αυτόν τον τρόπο κάθε έννοια υγιούς ανταγωνισμού.

Επειδή η Κυβέρνηση του «δίκαιου, αγνού και ανόθευτου ανταγωνισμού» επιλέγει να διαμορφώσει στην πράξη ένα ιδιωτικό μονοπώλιο με όρους άνισης μεταχείρισης και αδιαφανών διαδικασιών.

Με βάση τα παραπάνω ερωτώνται οι κ.κ. Υπουργοί:

- 1) Ποια ανάγκη εξυπηρετείται με τον προσδιορισμό της Marketing Greece, ως δυνητικού αποκλειστικού αντισυμβαλλομένου, χωρίς τους περιορισμούς του Ν. 4412/2016, για συμβάσεις που αφορούν στην υλοποίηση προγραμμάτων και δράσεων προβολής, διαφήμισης, προώθησης, επικοινωνίας και δημόσιων σχέσεων στην Ελλάδα και το εξωτερικό, και μάλιστα, ανεξαρτήτως ύψους ποσού οικονομικού ανταλλάγματος, τη στιγμή, μάλιστα, που υφίσταται διαφανής και γρήγορη διαδικασία με έλεγχο από την ΕΑΔΗΣΥ για απρόβλεπτα, εξωγενή γεγονότα; Με ποια κριτήρια εξαιρέθηκε η Marketing Greece από το νόμο 4412/2016 περί δημοσίων συμβάσεων ενώ όλες οι υπόλοιπες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον χώρο της διαφήμισης και προβολής συνεχίζουν να υπόκεινται στους περιορισμούς του εν λόγω νόμου; Γιατί προσπερνούν την ήδη δομημένη διαδικασία της

ενσωματωμένης Οδηγίας όπως αποτυπώνεται στο άρθρο 32 του Ν.4412/2016 και παρακάμπτουν κάθε διαφανή διαδικασία αποκλειστικά για την Marketing Greece ;

- 2) Ποιά θα είναι τα προγράμματα που θα αναθέσει ο ΕΟΤ στην Marketing Greece, τα οποία δεν μπορεί να υλοποιήσει ο ίδιος καθώς διαθέτει επαρκές και κατάλληλο προσωπικό; Γιατί η εμπειρία των στελεχών του Οργανισμού παραγνωρίζεται τη στιγμή, που ο ΕΟΤ είναι ο μόνος φορέας της Χώρας, που έχει καταρτίσει και εφαρμόσει συστήματα διαχείρισης κρίσης στο παρελθόν, και μάλιστα με τη μικρότερη δυνατή δαπάνη και τη μέγιστη επιτυχία;
- 3) Με ποιό Μητρώο Προμηθευτών θα προβούν στην απόδοση του εκάστοτε χρηματικού αντιτίμου της σύμβασης; Ποιές δικλείδες ασφαλείας έχουν προβλέψει στα ζητήματα απιστίας που εγείρονται εν προκειμένω;
- 4) Με την εν λόγω ρύθμιση θεωρούν ότι καλλιεργούν τον δίκαιο, αγνό και ανόθευτο ανταγωνισμό με όρους ελεύθερης αγοράς όπως διατείνονται;

Οι ερωτώντες Βουλευτές

Νοτοπούλου Κατερίνα

Αναγνωστοπούλου Σία

Αραχωβίτης Σταύρος

Αυλωνίτης Αλέξανδρος-Χρήστος

Βαγενά Άννα

Βερναρδάκης Χριστόφορος

Γιαννούλης Χρήστος

Ελευθεριάδου Σουλτάνα

Ζαχαριάδης Κώστας

Ζεϊμπέκ Χουσεϊν

Ηγουμενίδης Νικόλαος

Θραψανιώτης Εμμανουήλ

Καλαματιανός Διονύσιος

Καρασαρλίδου Φρόσω

Κασιμάτη Νίνα

Κάτσης Μάριος
Καφαντάρη Χαρά
Μάλαμα Κυριακή
Μαμουλάκης Χαράλαμπος
Μάρκου Κωνσταντίνος
Μεϊκόπουλος Αλέξανδρος
Μουζάλας Γιάννης
Μπαλάφας Ιωάννης
Μπάρκας Κωνσταντίνος
Μωραΐτης Αθανάσιος
Ξενογιαννακοπούλου Μαριλίζα
Παπαδόπουλος Σάκης
Παπαηλιού Γεώργιος
Παππάς Νίκος
Πούλου Γιώτα
Σαντορινιός Νεκτάριος
Σαρακιώτης Ιωάννης
Σκουρολιάκος Παναγιώτης (Πάνος)
Σπίρτζης Χρήστος
Τζούφη Μερόπη
Τριανταφυλλίδης Αλέξανδρος
Τσίπρας Γεώργιος
Φάμελλος Σωκράτης
Φίλης Νικόλαος
Φωτίου Θεανώ
Χρηστίδου Ραλλία