



ΒΟΥΛΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ

ΣΠΥΡΙΔΩΝ ΤΑΛΙΑΔΟΥΡΟΣ

Βουλευτής Ν. Καρδίτσας - ΝΕΑ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΔΔ589

15.6.10

ΠΡΟΣ ΤΗ ΒΟΥΛΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ

**ΕΡΩΤΗΣΗ
ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΥΠΟΥΡΓΟΥΣ**

**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ ΑΠΟΚΕΝΤΡΩΣΗΣ & ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

ΘΕΜΑ: « Ειδικός φόρος διαφήμισεων τηλεόρασης »

Η απόφαση της κυβέρνησης για την επιβολή ενός επιπλέον φόρου, του ειδικού φόρου τηλεόρασης, στους τηλεοπτικούς σταθμούς από την 1η Ιουλίου του 2010 (Ν. 3854/2010) έρχεται να επιβαρύνει ακόμη περισσότερο το κόστος της διαφήμισης που γίνεται πλέον απαγορευτικά ακριβό κυρίως για τους σταθμούς της περιφέρειας. Συγκεκριμένα το κόστος της τηλεοπτικής διαφήμισης θα επιβαρύνεται συνολικά με 64,5 %, αν λάβουμε υπόψη μας ότι ο νέος αυτός φόρος προστίθεται στο αγγελιόσημο και το ΦΠΑ, 21,5% και 23% αντίστοιχα.

Τα αριθμητικά αυτά δεδομένα υποδηλώνουν ότι στους ζοφερούς καιρούς που διανύουμε η διαφημιστική δαπάνη, που ήδη καταγράφει απώλειες θα συρρικνωθεί ακόμη περισσότερο με αποτέλεσμα να διακυβεύεται η βιωσιμότητα των τηλεοπτικών σταθμών αλλά και των διαφημιστικών εταιρειών με άμεσο τον κίνδυνο απολύσεων . Δραματικότερη όμως θα είναι η αρνητική συνέπεια σε όλους τους κλάδους της οικονομίας καθώς η διαφήμιση στην τηλεόραση, το μαζικότερο ΜΜΕ, δεν αποτελεί πολυτέλεια αλλά το αναγκαίο αυτό μέσο προώθησης και ανάπτυξης όλων των κλάδων της εθνικής μας οικονομίας.

Ακόμη όμως και αν δεχθούμε το γεγονός ότι η διαφημιστική δαπάνη θα παραμείνει στα σημερινά επίπεδα αυτό θα γίνει εις βάρος των καταναλωτών καθώς η επιβάρυνση αυτή θα ανεβάσει την τιμή των προϊόντων στο ράφι και επομένως ο πληθωρισμός θα πάρει την ανιούσα.

Όταν παγκοσμίως ο φόρος αυτός δεν υφίσταται και όταν ο φόρος αυτός που για πρώτη φορά επιβλήθηκε με το Νόμο 3229/2004 αποκλιμακώθηκε σταδιακά και μηδενίστηκε την 1η Νοεμβρίου του 2007 από

την κυβέρνηση της Ν.Δ. και όταν το δημοσιονομικό όφελος από την καθιέρωση του είναι ελάχιστο

Ερωτώνται οι κ.κ. Υπουργοί:

1. Με ποια μέτρα προτίθεται να βοηθήσει η κυβέρνηση τα περιφερειακά ΜΜΕ που αντιμετωπίζουν ήδη τεράστια προβλήματα ρευστότητας και που καλούνται τώρα, πρακτικά να προκαταβάλουν το συγκεκριμένο φόρο ;
2. Πώς διαφυλάσσει η κυβέρνηση τη διατήρηση των θέσεων εργασίας στα ΜΜΕ όταν μειωθούν ακόμη περισσότερο τα έσοδα των σταθμών, λόγω του περιορισμού των διαφημιστικών δαπανών;
3. Εξετάζει η κυβέρνηση την κατάργηση του αγγελιόσημου στο συγκεκριμένο κλάδο έτσι ώστε να μειωθεί το κόστος επιβάρυνσης της διαφήμισης;

14/6/2010
Ο Ερωτών Βουλευτής

Σπυρίδων Ταλιαδούρος
Βουλευτής Καρδίτσας