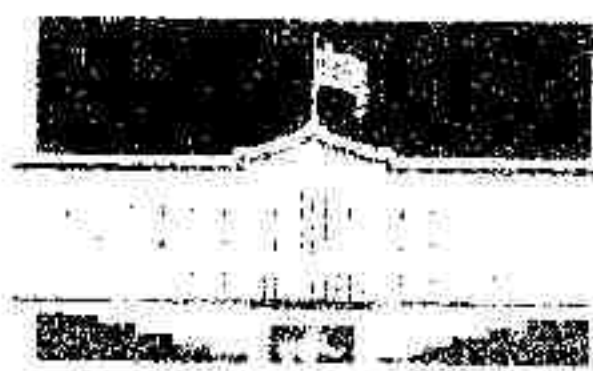




ΒΟΥΛΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ

ΝΙΚΟΛΑΟΣ Ι. ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ

Βουλευτής Ν. Αχαΐας - ΝΕΑ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΑΝΑΦΟΡΑ

ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΥΠΟΥΡΓΟΥΣ:

- Οικονομικών
- Πολιτισμού και Τουρισμού

ΠΑΒ	5483
12 ΜΑΙ. 2011	

Θέμα: Συγχωνεύσεις για τα ΜΜΕ

Σχετικά με το δημοσίευμα της εφημερίδας «Το Παρόν» που αναφέρεται σε προτάσεις για την έξοδο από την κρίση των ΜΜΕ και των διαφημιστικών εταιρειών.

Αρ. Πρωτ.

Πάτρα

Ο αναφέρων Βουλευτής



Νίκος Ι. Νικολόπουλος

ΙΔΙΟΚΤΗΤΕΣ ΜΜΕ, ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΖΟΜΕΝΟΙ ΖΗΤΟΥΝ:

«Κόψτε αγγελιόσημο, ειδικό φόρο, κάντε συγχωνεύσεις»

Την εξέλιξη του αγγελιόσημου και τη δημιουργία νομικού καθεστώτος που θα ευνώσει τις συγχωνεύσεις και τις συγχωνεύσεις επιναφέρουν διαφημιστές, διαφημιζόμενοι και ιδιοκτήτες ΜΜΕ στα συμπεράσματα που κατέθεσαν στο συνέδριο «Η επίδραση μέρα».

Τα τρία μέρη ζητούν τη μείωση ή και εξάλειψη «των κρατικών παρεμβάσεων στην ελεύθερη λειτουργία της αγοράς».

Διεκδικούν την «εξοφάνιση» των επιβαρύνσεων στη διαφήμιση, με την «οριστική κατάργηση του ειδικού φόρου πλεόρασης 20%», ενώ για το αγγελιόσημο (20% και 21,5%) ζητούν τον «εξορθολογισμό του κόστους του, έτσι ώστε να μην

επιβαρύνει δυσβάστακτα το κόστος της διαφήμισης, με προοπτική εξάλειψής του».

Ενώ στο παρελθόν υπήρχε αίτημα για την πλήρη κατάργησή του, τώρα διεκδικούν τη μείωσή του κατά 50% (τομλά στον σεφιδόφωνο - τηλεόραση), έτσι ώστε να μην επιβαρυνθούν με την ασφάλιση των εργαζομένων οι ιδιοκτήτες των ΜΜΕ.

Τα τρία μέρη διεκδικούν ακόμη την «άμεση αναθεώρηση των νόμων 2328/1995 και 3592/2007 στην κατεύθυνση που προάγει την ελεύθερη λειτουργία της αγοράς, με όρους υγιούς ανταγωνισμού, σεβασμού της επιχειρηματικότητας και της διαφάνειας».

Δηλώνουν επίσης πως, ειδικά στη σημερινή συγκυρία, επιβάλλεται η άρση των περιορισμών που συγγλίζουν την επιχειρηματικότητα στο περιβάλλον των Media, παρεμποδίζοντας συνεργασίες και συγχωνεύσεις που θα μπορούσαν να αποβούν ιδιαίτερα επωφελείς για τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη προς όφελος και του κόσμου της αγοράς».

Στο κρίσιμο ζήτημα του καθεστώτος των «επιστροφών» γίνεται λόγος για την αναγκαιότητα της διαφάνειας. Το συνέδριο δέχεται πως το υπάρχον σύστημα αμοιβών και εσόδων δεν καλύπτει τις ανάγκες επιβίωσης σε δύο από τους κρίκους της αλυσίδας (εταιρείες επικοινωνίας, ΜΜΕ) και πως αρκετοί διαφημιζόμε-

νοι διεκδικούν δυσμενείς οικονομικούς όρους από τις εταιρείες επικοινωνίας και τα ΜΜΕ.

«Υπό την πίεση της κρίσης οι εταιρείες επικοινωνίας οδηγούνται σε πλειοδοσία εκπτώσεων και μειοδοσία αμοιβών, με άμεσο αντίκτυπο στη βιωσιμότητά τους και στην ποιότητα του επικοινωνιακού προϊόντος», καταλήγει η διαπίστωση, χωρίς όμως να προτείνονται συγκεκριμένα μέτρα για το αδιέξοδο που έχει δημιουργηθεί με τα διάφορα συστήματα «πυραμίδας».

Στο παρασκήνιο φαίνεται να υπάρχουν διαβουλεύσεις για τη μείωση της αμοιβής προς τους διαφημιζόμενους στο 4,5% ή για την πλήρη απελευθέρωση του καθεστώτος.