



**ΕΝΩΣΗ
ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ
ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ &
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ
ΤΥΠΟΥ**

Μ Ε Λ Ο Σ
ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑΣ
ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ
ΕΝΩΣΕΩΝ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ
(ΠΟΕΣΥ)

•
ΔΙΕΘΝΟΥΣ
ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ
ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ
(IFJ)

•
ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ
ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ
ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ
(EFJ)

Γ Ρ Α Φ Ε Ι Α
ΒΑΛΛΩΡΙΤΟΥ 9
10671 ΑΘΗΝΑ
ΤΗΛ.: 210 3636039
210 3633427
FAX: 210 3638627

www.espit.gr
email: espit@otenet.gr

Αθήνα, 24 Ιανουαρίου 2011

Προς τον Πρόεδρο
κ. Σταμάτη Νικολόπουλο
και τα μέλη του Δ.Σ. της ΠΟΕΣΥ

Κοινοποίηση:

Πρόεδρος και μέλη Δ.Σ. ΕΣΗΕΑ
Πρόεδρος και μέλη Δ.Σ. ΕΣΗΕΜΘ
Πρόεδρος και μέλη Δ.Σ. ΕΣΗΕΠΗΝ
Πρόεδρος και μέλη Δ.Σ. ΕΣΗΕΘΣΕΕ

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΔΙΑΤΑΞΗ ΓΙΑ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Αγαπητέ Πρόεδρε,

Το Διοικητικό Συμβούλιο της ΕΣΠΗΤ ενημερώθηκε και συζήτησε διεξοδικά, τόσο την πρότασή σας, όσο και το πρόσφατο κείμενο - πρόταση του ΕΔΟΕΑΠ για τα ΜΜΕ διαδικτυακής διανομής, που μας στείλατε.

Επισυνάπτουμε σύντομη των παρατηρήσεων της διοίκησης και μελών του Διοικητικού Συμβουλίου της ΕΣΠΗΤ, όπως και όσων τις κατέθεσαν στις σχετικές συνεδριάσεις, με την υπενθύμιση της διοίκησης της Ένωσής μας ότι το πνεύμα και οι αρχές που αποτυπώνονται στην εισήγηση του Δ.Σ. της ΠΟΕΣΥ στις αρχές Νοεμβρίου 2010 για το διαδίκτυο, μας βρίσκουν σύμφωνους. Δηλαδή όπως αναφέρθηκε τότε:

1. Οι ιστοσελίδες θεωρούνται προέκταση των υπαρχόντων ΜΜΕ (Εφημερίδες, Περιοδικά, Ραδιόφωνα, Τηλεοράσεις).
2. Οι ιστοσελίδες που δεν ανήκουν σε επιχειρήσεις με «παραδοσιακά» ΜΜΕ (δεν έχουν πίσω τους άλλο Μέσο), πρέπει να προσδιοριστούν με βάση τα τέσσερα γνωστά ΜΜΕ.
3. Δεν τίθεται θέμα ανακατανομής του αγγελιοσήμου. Έτσι, ανάλογα με το Μέσο θα γίνεται -σύμφωνα με τα ισχύοντα- και η κατανομή του πόρου.

Θυμίζουμε ότι σύμφωνα με την παραπάνω αντίληψη, ζητήθηκε το καλοκαίρι η βελτίωση της πρότασης του υπουργείου που κατατέθηκε -όπως ειπώθηκε- αγνοώντας την ΠΟΕΣΥ, με στόχο να μην υπάρξουν αποκλεισμοί διαδικτυακών μέσων από την ρύθμιση, να κλείσουν «παράθυρα» που θα επιτρέψουν τη συνέχιση του πάρτι φοροδιαφυγής, να μην αποκλειστούν εργαζόμενοι στο διαδίκτυο από την

Αρ.Πρωτ.16272/24-1-11

ασφάλιση και να σταματήσει η αυθαιρεσία στην κατανομή των πόρων, όπου θυμίζουμε, κατά περίεργο τρόπο, μεταξύ άλλων, καταργούσαν εντελώς από το διαδίκτυο τον πόρο για τους συντάκτες και υπαλλήλους του Τομέα ασφάλισης Περιοδικού Τύπου, οδηγώντας το μαθηματικά στην χρεοκοπία.

Παρατηρούμε ότι η νέα πρόταση τροπολογίας που μας αποστείλατε, μολονότι διορθώνει ορισμένα σημεία, στο σύνολό της, είναι ανακόλουθη με την αντίληψη του Διοικητικού Συμβουλίου της ΠΟΕΣΥ, τουλάχιστον όπως αυτή δημοσιοποιήθηκε:

Συγκεκριμένα:

- Χαρακτηρίζονται εφημερίδες, ραδιόφωνο, τηλεόραση, περιοδικά/μη ημερήσιες εφημερίδες, **μόνο** η προέκταση των υπαρχόντων Μέσων στο διαδίκτυο.
- Όλα τα New Media ανεξάρτητα την μορφή τους χαρακτηρίζονται «εφημερίδες» και το αγγελιόσημό τους υπάγεται στην κατανομή των εφημερίδων, όπου αυτή την φορά το 78% παίρνει ο ΕΔΟΕΑΠ, ενώ **πάλι δεν δίνεται πόρος στο πρόην ΤΑΙΣΥΤ - και αυτή τη φορά αφαιρείται και από το πρόην ΤΣΠΕΑΘ!** Ας μη μιλήσουμε για την κατανομή στις Ενώσεις.
- **Αποκλείονται από την ασφάλιση όλοι οι εργαζόμενοι με τεχνικές ειδικότητες στο διαδίκτυο**, χωρίς διακρίσεις. Ακόμα, παραβλέπεται η ασφάλιση των νέων ειδικοτήτων και μορφών εργασίας, που έχουν δημιουργήσει και άλλους δουλοπάροικους στον χώρο (π.χ. Freelancers) για τους οποίους είμαστε υποχρεωμένοι, μέχρι να αντιμετωπισθεί -και μάλιστα αμέσως- το γενικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν, να ρυθμίσουμε με την ευκαιρία, τουλάχιστον την ασφάλισή τους στο ΕΤΑΠ-ΜΜΕ.

Ειδικότερα -και κατά σειρά, στα κείμενα που λάβαμε:

α. Η αναφορά ότι ασφαρίζεται μόνο το «δημοσιογραφικό και διοικητικό προσωπικό» είναι ανεξήγητα περιοριστική και προκαλεί σκέψεις συντεχνιακής αντίληψης. «Αποκλείει» από την ασφάλιση το απαραίτητο εξειδικευμένο τεχνικό προσωπικό που απασχολείται στις ιστοσελίδες για τη σχεδίαση και την τεχνική υποστήριξη. **Η περιγραφή περί του προσωπικού, που επικαλείται τις διατάξεις του «αρχαίου» π.δ.248/1974, δεν μπορεί να γίνει αποδεκτή**, επειδή δεν περιγράφει ειδικότητες εργαζομένων που εμφανίστηκαν από την ανάπτυξη της τεχνολογίας τόσο στα παραδοσιακά ΜΜΕ όσο και στο διαδίκτυο τα τελευταία 35 χρόνια. από την αναφερόμενη διάταξη.

Προτείνουμε να μπει γενική αναφορά, ότι ασφαρίζεται είτε απλώς το «προσωπικό», είτε ασφαρίζεται το «δημοσιογραφικό, διοικητικό και τεχνικό προσωπικό».

β. Δεν γίνεται σαφής αναφορά ως προς την **τήρηση των Συλλογικών Συμβάσεων Εργασίας** σε αυτά τα ΜΜΕ, παρά μόνον σε συσχετισμό με τα όρια ασφάλισής τους

στο ΕΤΑΠ-ΜΜΕ. Πρέπει επίσης να προστεθεί συγκεκριμένη αναφορά «σύμφωνα με την προϋπηρεσία», για να ελέγχονται σε αυτήν οι εισφορές (και όχι με την κατώτατη κάθε Συλλογικής Σύμβασης). Οι αναφορές σε ΣΣΕ πρέπει να λαμβάνουν υπόψην τόσο τις ειδικότητες, όσο και το γεγονός ότι τα ΜΜΕ διαδικτυακής διανομής ουσιαστικά λειτουργούν, όχι ως τοπικά, αλλά, με πανελλαδική-παγκόσμια εμβέλεια.

Στο ίδιο πνεύμα, **προτείνουμε να κρίνεται η έδρα των επιχειρήσεων με βάση το π.δ.100/2000** (το οποίο άλλωστε χρησιμοποιείται για τον προσδιορισμό της έδρας των ραδιοτηλεοπτικών επιχειρήσεων και όχι μόνο), για να μην υπάρχουν περιθώρια καταστρατήγησης των διατάξεων μέσω εικονικής μεταφοράς έδρας. Υπενθυμίζεται ότι η έδρα των επιχειρήσεων κρίνει τις φορολογικές και άλλες υποχρεώσεις μιας επιχείρησης και όχι π.χ. η έδρα του μέσου φιλοξενίας/διανομής.

γ. Η αναφορά σε «**σχέση εξαρτημένης εργασίας**» και μάλιστα σε διάταξη νόμου, είναι επίσης περιοριστική, όταν οι εργασιακές συνθήκες και η σχετική νομοθεσία αλλάζουν συνεχώς. Τα σωματεία των ΜΜΕ οφείλουν να υποστηρίξουν και να προωθήσουν την ολοσχερή κατάργηση των άτυπων μορφών απασχόλησης, αλλά δεν μπορούν «να κλείνουν τα μάτια» σε όσα καταγράφονται στην αγορά, τουλάχιστον μέχρι να φροντίσουμε για σχετικές ρυθμίσεις προστασίας.

δ. Μας βρίσκει σύμφωνους η σωστή **γενική αναφορά στο ύψος της εργοδοτικής εισφοράς και εισφοράς ασφαλισμένου (του οικείου κλάδου)**, καθώς το προτεινόμενο σχέδιο αφορά την ασφάλιση σε διαφορετικούς Τομείς του ΕΤΑΠ-ΜΜΕ, στους οποίους σήμερα ισχύουν διαφορετικά ποσοστά εισφορών (π.χ. οι ασφαλισμένοι ορισμένων Τομέων καλύπτονται για Ανεργία από τον ΟΑΕΔ).

ε. Διαφωνούμε με την πρόταση όλα τα Νέα Μέσα να χαρακτηρίζονται «εφημερίδες», προφανώς σε μια προσπάθεια το περίπου 80% του εισπραττόμενου πόρου να κατευθύνεται στον ΕΔΟΕΑΠ, αδιαφορώντας για την τύχη του κλάδου του Περιοδικού Τύπου. Θυμίζουμε ότι τα «Νέα Μέσα» (New Media) που διανέμονται μέσω διαδικτύου ουσιαστικά αποτελούν την εξέλιξη των παραδοσιακών ΜΜΕ, μέσα από μια όσμωση με τις δυνατότητες της εκάστοτε νέας τεχνολογίας.

Τα Νέα Μέσα, σε όποιο μέσο κι αν διανέμονται (σε υπολογιστή, σε κινητό τηλέφωνο, σε ταμπλέτα, σε τηλεόραση, σε ρολόγια, σε... γυαλιά κ.λπ. ή σε ότι άλλο παράξει/εφεύρει το marketing και οι ανάγκες ενημέρωσης), διατηρούν την έκφραση και μπορούν να θεωρηθούν **και εφημερίδες** (γραπτή καθημερινή επικαιρότητα με πρωτογενές περιεχόμενο σε επαρκή ποσότητα) **και περιοδικά** (μεγαλύτερης έκτασης θέματα, με περισσότερο οπτικό υλικό, τα οποία ανανεώνονται με συχνότητα μικρότερη της ημερήσιας και παραμένουν διαθέσιμα ως επίκαιρη ύλη) **και τηλεόραση** (άμεση ενημέρωση με εικόνα, video streaming, web-TV, video on demand) **και ραδιόφωνο** (ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο, audio streaming, web-Radio, podcast).

Η οριοθέτηση τέτοιων ΜΜΕ με έναν τυχαίο όρο π.χ. «εφημερίδα», είναι αδύναμη, συντεχνιακή και επιβλαβής. Αποδεικνύεται βέβαια, από την αδυναμία να διατηρηθούν (νομικά και συνδικαλιστικά) οι στρεβλώσεις του παρελθόντος, η **ανάγκη ουσιαστικής και όχι μόνο διοικητικής ενοποίησης** των Τομέων του ΕΤΑΠ-ΜΜΕ.

Όμως στο μεταξύ παρόμοιες προσδιοριστικές υπερβάσεις, που αποκλείουν από την κατανομή του αγγελιοσήμου το Ταμείο μας, ενώ διατηρείται ο ρόλος και χαρακτήρας του στο Διαδίκτυο, δεν μπορούν σε καμιά περίπτωση να γίνουν αποδεκτές. Επειδή, η επέκταση των στρεβλώσεων στο σύνολο μιας δράσης δημιουργεί στο άμεσο μέλλον πρόβλημα εσόδων στους υπόλοιπους Τομείς ασφαλισμένων εργαζομένων στα ΜΜΕ, καθώς το μερίδιο των Μέσων διαδικτυακής διανομής σταδιακά θα μεγαλώνει και ολόκληροι Τομείς καθώς και οι περισσότερες Συνδικαλιστικές Ενώσεις (πλην ελαχίστων) δεν θα έχουν μερίδιο στο αγγελιόσημο. Η λύση αυτή που προτάθηκε οδηγεί μεσοπρόθεσμα σε υπόγεια «αναδιανομή» του αγγελιοσήμου υπέρ συγκεκριμένου τμήματος του κλάδου και Ενώσεων. Η λύση πρέπει να καλύπτει το σύνολο του κλάδου, να μην παράγει νέες ανισότητες και να μην οδηγεί σε διάλυση άλλους, υγιείς σήμερα, Τομείς του ΕΤΑΠ-ΜΜΕ.

στ. Η κατάταξη των Νέων Μέσων με βάση το σημερινό διαχωρισμό σε περιοδικά, εφημερίδες, ραδιόφωνο ή τηλεόραση, όπως πρότεινε η ΠΟΕΣΥ είναι απλή και μπορούμε να ορίσουμε σε κοινή συνεδρίαση αποδεκτούς κανόνες.

ζ. Διαφωνούμε με την πρόταση, το αγγελιόσημο της διαφήμισης ΜΜΕ διαδικτυακής διανομής, που ανήκουν σε ραδιοτηλεοπτικές επιχειρήσεις, να μειωθεί σε σχέση με το ποσοστό που υπάρχει σήμερα για τη διαφήμιση στις ραδιοτηλεοπτικές διαφημίσεις (21,5%).

η. Η πρόταση δεν προβλέπει τις τεχνολογικές εξελίξεις του διαδικτύου, αφήνοντας εκτός αγγελιοσήμου το μεγαλύτερο μέρος των διαδικτυακών διαφημίσεων. Σημειώνεται ότι μέσω γνωστών τεχνολογιών, μεγάλο μέρος των διαφημίσεων ελληνικών επιχειρήσεων, ή επιχειρήσεων που απευθύνουν τη διαφήμισή τους σε Έλληνες αναγνώστες/ακροατές/θεατές **δημιουργεί εστία διαφυγής πόρων (αγγελιόσημο, ΦΠΑ κ.λπ.), αν και η πλειοψηφία αυτών παρουσιάζεται τελικά μέσω τεχνικών λύσεων σε... ελληνικά ΜΜΕ!** Οι διαφημίσεις αυτές πρέπει να καταγράφονται και να χρεώνονται στην πηγή, με βάση τα τιμολόγια που εκδίδουν και καταγράφουν στα λογιστικά τους βιβλία οι ίδιες οι επιχειρήσεις.

Με τα σημερινά δεδομένα, μεγάλες επιχειρήσεις ΜΜΕ απορροφούν στοχευμένη διαφήμιση, ενδεικτικά τύπου adsense (google-ads), in-text, Facebook, συναθροιστές (aggregators - που εκμεταλλεύονται δημοσιογραφικό περιεχόμενο τρίτων χωρίς να πληρώνουν) κ.λπ., η οποία οφείλει να ενταχθεί στο αγγελιόσημο, με βάση την πηγή, το τιμολόγιο που εντάσσει στα φορολογικά της βιβλία μια διαφημιζόμενη επιχείρηση στην Ελλάδα (η οποία βάσει του φορολογικού κώδικα πρέπει να πληρώνει ή αγγελιόσημο ή δημοτικά τέλη, ώστε να δικαιολογήσει τα έξοδα).

Προτείνουμε για τη λύση του προβλήματος να υιοθετηθεί ορολογία αντίστοιχη του άρθρου 48 του Ν.3801/2009 (που επιβάλλει πρόσθετη χρέωση και για διαφημίσεις στο... διαδίκτυο), ερμηνεία της έδρας των επιχειρήσεων με βάση το π.δ.100/2000 και έλεγχο από ορκωτούς λογιστές,

Η σχετική διατύπωση μπορεί π.χ. να είναι:

«Επιβάλλεται αγγελιόσημο σε ποσοστό 20% επί των τιμολογίων διαφημιστικής δαπάνης κατά το μέρος που αυτή αφορά στην αγορά χρόνου ή χώρου, διαφημίσεων ή επί πληρωμή δημοσιεύσεων στο διαδίκτυο.»

ΠΡΟΤΕΙΝΟΥΜΕ

Βάσει των παραπάνω επισημάνσεων, προτείνουμε μια διεξοδική συζήτηση, ύστερα από σχετική διαβούλευση μεταξύ των Ενώσεων, ώστε με ειλικρίνεια να βρεθούν οι παραδοχές που θα δημιουργήσουν ενιαίο μέτωπο αλλά και ταυτόχρονα θα θωρακίσουν την οποιαδήποτε πρόταση κατατεθεί.

Στη διάθεσή σας για οποιαδήποτε διευκρίνιση

Με συναδελφικούς χαιρετισμούς

Ο Πρόεδρος


Γιάννης Πλαχούρης



Ο Γεν. Γραμματέας


Σπύρος Κρίκος