

Γρηγόρης Αντωνιάδης, Πρόεδρος Δ.Σ. ΣΔΕ

Αφήστε την αγορά να λειτουργήσει ελεύθερα

Ο Πρόεδρος Δ.Σ. του ΣΔΕ μίλησε στο *adbusiness* για τις εξελίξεις όσον αφορά τις θεσμικές προκλήσεις που υπάρχουν στην αγορά επικοινωνίας, την επικέντρωση του Συνδέσμου φέτος στο digital και το Global Media Charter αλλά και για τη νέα κυβέρνηση και τις προσδοκίες των διαφημιζομένων από αυτή. Υπογράμμισε δε την ανάγκη της ελεύθερης λειτουργίας της αγοράς.

Γράφει ο ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΤΣΟΥΚΑΛΑΣ

adb: Στην αρχή του έτους ευχθήκατε -μετά από τέσσερα (τουλάχιστον) χρόνια μεγάλων θεσμικών προκλήσεων στην αγορά της επικοινωνίας- το 2019 να είναι χρονιά ηρεμίας. Έχοντας παρέλθει το πρώτο εξάμηνο, τι λέτε, ισχύει;

Γ. Α.: Η αλήθεια είναι πως ο κλάδος της εμπορικής επικοινωνίας είναι διαχρονικά ταραχώδης και δεν αναφέρομαι στην τελευταία τετραετία μόνο. Το κράτος παρεμβαίνει συχνά νομοθετώντας, χωρίς πάντα να έχει προηγηθεί διάλογος με τους αρμόδιους φορείς κι αυτό, όπως καταλαβαίνετε, προκαλεί αναστάτωση. Υποδεχθήκαμε τη χρονιά έχοντας ανοικτά ζητήματα από προηγούμενα έτη, όπως η δημιουργία του Ηλεκτρονικού Συστήματος Διάθεσης Τηλεοπτικού Χρόνου (Ν. 4487/2017) - η γνωστή σε όλους πλατφόρμα- και η Ειδική εισφορά 2% υπέρ ΕΔΟΕΑΠ (Ν. 4498/2017).

Σχετικά με την πλατφόρμα, επιτρέψτε μου να θυμίσω πως αποτελεί νομική μας υποχρέωση και όχι επιλογή. Σήμερα και μετά από πολλή δουλειά και συνεργασία με τους εμπλεκόμενους φορείς, έχει προχωρήσει σημαντικά. Είμαστε διστακτικοί -και το τονίζω- όχι ως προς την ύπαρξη μιας πλατφόρμας καταγραφής της διαφημιστικής επένδυσης στην τηλεόραση, όπως έχει πλέον διαμορφωθεί. Είμαστε διστακτικοί ως προς την ευθύνη σωστής λειτουργίας αυτής, η οποία, με το νόμο, έχει περάσει στους φορείς της επικοινωνίας και φυσικά και στους διαφημιζόμενους. Καθώς πρόκειται για ένα εξαιρετικά τεχνικό και πολύπλοκο ζήτημα, η ευθύνη σωστής λειτουργίας δεν μπορεί να αναληφθεί από τους εταίρους της Α.Ε. που θα ιδρύσει την πλατφόρμα, των οποίων το αντικείμενο είναι εντελώς διαφορετικό, καθώς πρόκειται για διαφημιζόμενους, agencies και τηλεοπτικούς σταθμούς. Σε ό,τι αφορά στην ειδική εισφορά 2% υπέρ του ΕΔΟΕΑΠ που επιβλήθηκε στο digital, για

μας τα πράγματα είναι ξεκάθαρα. Θεωρούμε ότι δεν αφορά τους διαφημιζόμενους και πρέπει να καταργηθεί άμεσα. Όταν πριν λίγο αναφέρθηκα στη διαχρονική παρουσία του κράτους στο χώρο της εμπορικής επικοινωνίας, ακριβώς αυτό εννοούσα. Οι κάθε είδους φόροι και εν προκειμένω, ένας φόρος υπέρ τρίτων (μιας και οι ωφελούμενοι δεν έχουν άμεση σχέση με εμάς), μειώνουν τη διαφημιστική δαπάνη των διαφημιζομένων. Σύμφωνα με έρευνες (στην Ελλάδα και στην Ε.Ε.), η διαφημιστική επένδυση λειτουργεί αναπτυξιακά για την οικονομία: Για κάθε 1 ευρώ που επενδύεται, ενισχύεται η οικονομία με 4 ευρώ. Πόσο λογικό είναι λοιπόν να μετατρέπουμε μέρος αυτής σε φόρους υπέρ τρίτων; Ειδικά για το 2%, δεν θα αναφερθώ σε νομικές λεπτομέρειες, άλλωστε πολλοί φορείς έχουν προσφύγει στη Δικαιοσύνη.

Οφείλω όμως να αναφέρω ότι τα προηγούμενα χρόνια υιοθετήθηκαν και προτάσεις μας. Το καλό πρέπει να αναγνωρίζεται και να

δηλώνεται. Ενδεικτικά αναφέρω την κατάργηση του αγγελιοσήμου, τη μείωση του τηλεοπτικού φόρου από το 20% στο 5% και την κατάργηση της υποχρέωσης της απευθείας τιμολόγησης των διαφημιζομένων από τα Μέσα και την αντικατάσταση αυτής από μία νέα διαδικασία, που έχει μεν προβλήματα, όπως ήδη ανέφερα, όμως είναι πρακτικά εφαρμόσιμη, σε αντιδιαστολή με τον αρχικό σχεδιασμό του Υπουργείου. Όλα αυτά τα χρόνια δεν κουράζομαι και δεν σταματώ να μιλώ για την ανάγκη της ελεύθερης λειτουργίας της αγοράς. Αφήστε την αγορά να αναπτυχθεί, αφήστε τις επιχειρήσεις να αναπτυχθούν, να δημιουργήσουν θέσεις εργασίας, να συμβάλλουν στην εθνική οικονομία και στην κοινωνική πρόοδο.

adb: Ο ΣΔΕ αυτή τη χρονιά μιλά συνέχεια για το Global Media Charter. Γιατί ρίχνετε όλο το βάρος στο ψηφιακό περιβάλλον;

Γ. Α.: Το 2017, για πρώτη φορά, η παγκόσμια επένδυση στο



Digital ξεπέρασε την επένδυση στην τηλεόραση. Τα δεδομένα άλλαξαν και αλλάζουν καθημερινά με ταχύτητα φωτός. Αναφέρομαι τόσο στα data όσο και στις τεχνολογικές εξελίξεις που άλλαξαν άρδην την επικοινωνία και το περιβάλλον της. Η νέα εποχή, η τέταρτη βιομηχανική επανάσταση, άλλαξε τα Μέσα και το ρόλο των καταναλωτών και όλοι μας -διαφημιζόμενοι, διαφημιστές, Μέσα, πάροχοι κ.ά.- προσπαθούμε να βρούμε τα νέα μας πατήματα. Χάρη στην ουσιαστική και διαρκή συνεργασία που έχουμε με την Παγκόσμια Ομοσπονδία Διαφημιζομένων (WFA), είμαστε εμείς και συνεπακόλουθα οι εταιρείες-μέλη του ΣΔΕ πιο κοντά στις εξελίξεις και σε ό,τι φέρνει το αύριο. Σήμερα, καθώς το digital δεν είναι πια ένα νέο Μέσο, αλλά ο νέος τρόπος να βλέπουμε κάθε πτυχή της εμπορικής επικοινωνίας, βρισκόμαστε σε ένα νέο κομβικό σημείο. Σημαντικά για τους διαφημιζόμενους ζητήματα, όπως για παράδειγμα το viewability,

το brand safety, το ad blocking, η μέτρηση και πιστοποίηση από τρίτους ανεξάρτητους φορείς, η διαφάνεια στα δεδομένα, η εμπειρία του καταναλωτή από τη διαφήμιση (θέματα που μεταξύ άλλων πραγματεύεται το Global Media Charter της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων), απαιτούν επίλυση. Θεωρούμε χρέος μας να φροντίσουμε για τη σωστή και εποικοδομητική για όλους (τους stakeholders και τον καταναλωτή) λειτουργία του ψηφιακού οικοσυστήματος.

adb: Η νέα κυβέρνηση μετρά μόλις λίγες ημέρες. Τι περιμένετε;

Γ. Α.: Είναι μία νέα, όπως είπατε, κυβέρνηση, οπότε εύχομαι να επιτύχει στο έργο της. Ως πρόεδρος του ΣΔΕ εύχομαι και ελπίζω ότι όλες οι πόρτες θα είναι ανοιχτές για εμάς. Ότι η φωνή μας θα ακούγεται. Ότι η γνώση μας θα φανεί χρήσιμη. Τα ζητήματά μας είναι γνωστά όπως και οι θέσεις μας: αγορά απαλλαγμένη από βαρίδια, δι-

Είπε....

Για την πλατφόρμα τηλεοπτικής διαφήμισης...

Είμαστε διστακτικοί -και το τονίζω- όχι ως προς την ύπαρξη μιας πλατφόρμας καταγραφής της διαφημιστικής επένδυσης στην τηλεόραση, όπως έχει πλέον διαμορφωθεί. Είμαστε διστακτικοί ως προς την ευθύνη σωστής λειτουργίας αυτής, η οποία, με το νόμο, έχει περάσει στους φορείς της επικοινωνίας και φυσικά και στους διαφημιζόμενους. Καθώς πρόκειται για ένα εξαιρετικά τεχνικό και πολύπλοκο ζήτημα, η ευθύνη σωστής λειτουργίας δεν μπορεί να αναληφθεί από τους εταίρους της Α.Ε. που θα ιδρύσει την πλατφόρμα, των οποίων το αντικείμενο είναι εντελώς διαφορετικό, καθώς πρόκειται για διαφημιζόμενους, agencies και τηλεοπτικούς σταθμούς.

Για την Ειδική Εισφορά 2% στο digital υπέρ ΕΔΟΕΑΠ...

Για μας τα πράγματα είναι ξεκάθαρα. Θεωρούμε ότι δεν αφορά τους διαφημιζόμενους και πρέπει να καταργηθεί άμεσα.

Για τη νέα κυβέρνηση...

Οι νέοι επικεφαλής έχουν όλα τα εκέγγα να επιτύχουν στο έργο τους. Εμείς, στον ΣΔΕ, είμαστε στη διάθεση του υπουργού και του υφυπουργού. Τα ζητήματά μας είναι γνωστά όπως και οι θέσεις μας: αγορά απαλλαγμένη από βαρίδια, διαφάνεια, διάλογος, συνεργασία είναι τα ζητούμενα. Πάγιο ζητούμενό μας είναι να αντιμετωπιστεί η αγορά επικοινωνίας όπως κάθε άλλη κανονική αγορά, δηλαδή να αφαιρεθεί επιτέλους ελεύθερη να λειτουργήσει και να βρει τη νέα της ισορροπία.

αφάνεια, διάλογος, συνεργασία είναι τα ζητούμενα. Οι νέοι επικεφαλής έχουν όλα τα εκέγγα να επιτύχουν στο έργο τους: γνώσεις ακαδημαϊκές αλλά και πολύτιμη εμπειρία από την αγορά, ενώ κάποια πρόσωπα της νέας κυβέρνησης έχουν και εμπειρία και από την αγορά της νέας ψηφιακής εποχής. Τους ζηλεύω, να ξέρετε, γιατί θα ήθελα τόσο πολύ να ξεκινούσα την καριέρα μου τώρα, σήμερα, με όλες αυτές τις πρωτόγνωρες και ταυτόχρονα συναρπαστικές τεχνολογικές εξελίξεις και προκλήσεις. Πάγιο ζητούμενό μας ως ΣΔΕ είναι να αντιμετωπιστεί η αγορά επικοινωνίας όπως κάθε άλλη κανονική αγορά, δηλαδή να αφε-

θεί επιτέλους ελεύθερη να λειτουργήσει και να βρει τη νέα της ισορροπία. Αυτό δεν μπορεί παρά να έχει θετικό αποτέλεσμα για όλους τους εταίρους της αγοράς, τους ίδιους τους καταναλωτές και φυσικά την οικονομία. Εμείς, στον ΣΔΕ, είμαστε στη διάθεση του υπουργού και του υφυπουργού. Η συνεργασία μας με όλους τους φορείς της αγοράς επικοινωνίας είναι άριστη και εποικοδομητική. Είμαστε πάντα σε εγρήγορση. Είμαστε εδώ αναλαμβάνοντας κάθε απαιτούμενη πρωτοβουλία και δράση. Είμαστε εδώ για να συμβάλλουμε με κάθε τρόπο σε κοινωνικά υπεύθυνα, ποιοτική και αποτελεσματική εμπορική επικοινωνία.