

# Ύφεση για όλους, για τα κανάλια κέρδη το 2020



Της  
ΑΓΓΕΛΑΣ ΝΤΑΡΖΑΝΟΥ

Το «γραμμάτιο» που είχε υπογράψει η κυβέρνηση Μπιστοτάκι με τα κανάλια πριν από τις εκλογές του 2019, προκειμένου να έχει την αμέριστη υποστήριξή τους, δεν χρειάστηκε την τετραετία για να εξοφληθεί. Αποπληρώθηκε στο ακέραιο μέσα στο 2020. Οι τηλεοπτικές επιχειρήσεις μέσα σε έναν χρόνο, με το πρόσχημα της πανδημίας, πήραν τόσες πολλές επιδοτήσεις, τόσες διευκολύνσεις, τόσες χαριστικές ρυθμίσεις, ώστε κατόρθωσαν να νικήσουν τις επιπτώσεις της πανδημίας. Οι τηλεοπτικές επιχειρήσεις βγήκαν αλώβητες από τη λαίλαπα της ύφεσης.

Με μηδέν ή ελάχιστες απώλειες στον τζίρο τους -σε σχέση με το 2019- οι τηλεοπτικοί σταθμοί, χάρη στη γενναιοδωρία της κυβέρνησης, γέμισαν τα ταμεία τους την ίδια περίοδο που δεκάδες χιλιάδες επιχειρήσεις στο λιανεμπόριο στενάζουν και άλλες τόσες στην εστίαση πεθαίνουν.

Όμως οι κύριοι των καναλιών δεν πρέπει να ανησυχούν. Όσο η κυβέρνηση Μπιστοτάκι με τις πολιτικές της διαλύει την οικονομία και την κοινωνία, τόσο μεγαλύτερο ενθουσιασμό θα επιδεικνύει στη στήριξη των καναλιών και των άλλων ΜΜΕ για να συνεχίσουν να την εξυμνούν. Ποτέ τα κανάλια δεν θα βγουν χαμένα με τη Ν.Δ. του Μπιστοτάκι.

Παρότι στην αρχή της πανδημίας και στη συνέχεια είχε δημιουργηθεί η εντύπωση ότι οι τηλεοπτικοί σταθμοί στενάζουν από τη μείωση της διαφημιστικής δαπάνης και κατά συνέπεια των εσόδων τους, η εικόνα αυτή αντιστράφηκε σύντομα.

Ένα ολόκληρο πλέγμα μέτρων βοήθησε τους μεγαλοεπιχειρηματίες να βγουν αλώβητοι από την κρίση της πανδημίας παρότι οι εκτιμήσεις για μείωση της διαφημιστικής δαπάνης την άνοιξη και το καλοκαίρι του 2020, έδειχναν -30% ή ακόμη και -40% στην διαφημιστική δαπάνη. Οι φοροαπαλλαγές που θεσμοθετήθηκαν για τους διαφημιζόμενους τον Σεπτέμβριο είχαν αποτέλεσμα η εμπορική διαφήμιση (εξαιρουμένης της κρατικής διαφήμισης) να αυξηθεί, να καλύψει την υστέρηση και να κλείσει τη χρονιά με κάμψη διαφημιστικών εσόδων μόλις 8%. Εξαιρετική επίδοση!

Η εκτίμηση προέρχεται από την αγορά. Ο πρόεδρος του Συνδέσμου Διαφημιζομένων Ελλάδας (ΣΔΕ) Γρηγόρης Αντωνιάδης, σε συνέντευξη του στο κλαδικό περιοδικό [advertising.gr](http://advertising.gr) τον περασμένο Φεβρουάριο, κάνει την αποτίμηση για το έτος 2020: «Όσον αφορά τη διαφημιστική επένδυση, σύμφωνα με εκτιμήσεις, η αγορά έδειξε με πτώση κοντά στο 8% (χωρίς τη δημόσια δαπάνη, κυρίως για την Covid-19), μικρότερη τελικά από τις προβλέψεις που είχαν γίνει με το ξέσπασμα της πανδημίας».

Ο ίδιος δίνει και την εξήγηση για το κλείσιμο της ψαλίδας: «Η μείωση περιοριστικά κυρίως γιατί η χώρα μας διαχειρίστηκε με επιτυχία το πρώτο κύμα της πανδημίας. Ακόμα γιατί κάποιες, κυρίως μεγάλες, εταιρείες ενίσχυσαν τη δαπάνη τους τους μήνες Οκτώβριο και Νοέμβριο θεωρώντας δεδομένο το ευεργέτημα της προσωρινής έκπτωσης διαφημιστικής δαπάνης που ψηφίστηκε (έστω και αργά) τον Σεπτέμβριο με σκοπό την ενίσχυση της διαφημιστικής επένδυσης».

Η ρύθμιση που πέρασε η κυβέρνηση προβλέπει την ελάφρυνση φόρου-επιστροφής γύρω στο 24% για τους διαφημιζόμενους οι οποίοι το 2020 αποφάσισαν να δαπάνησαν ποσά μεγαλύτερα ή ίσα με αυτά του 2019. Από την εννοιακή διάταξη έσπευσαν να επωφεληθούν μεγάλες διαφημιζόμενες εταιρείες διαπιστώνοντας μια ευκαιρία για παραπάνω δημοσιότητα, όμως την ίδια ώρα ενίσχυσαν τους τζίρους των τηλεοπτικών σταθμών με φρέσκο χρήμα.

Αυτό ήταν το χρήμα που τόνωσε τα έσοδά τους και τους έβγαλε ασφαλείς στο ξέφωτο το 2021. Μαζί βεβαίως με το ζεστό κρατικό χρήμα, απευθείας από τα δημόσια ταμεία. Όμως το 2021 είναι μπροστά ακόμα και υπόσχεται νέες μπάζες με παλιές και νέες εξωφρενικές ρυθμίσεις.

# Χορός εκατομμυρίων για τους φίλους της κυβέρνησης

Με βροχή από ΠΝΠ στήριξε η κυβέρνηση τα ΜΜΕ, είτε αυτά ήταν τα μεγάλα δίκτυα ενημέρωσης πανελλαδικής εμβέλειας είτε... ανύπαρκτα site εντός ή εκτός των κλεινών άστεων

**Ε**να τρελό πάρτι εκατομμυρίων ευρώ προς τα φιλικά της Μέσα Ενημέρωσης έστισε η κυβέρνηση από τους πρώτους μήνες της πανδημίας και ενόσω ο κόσμος ήταν κλεισμένος στο σπίτι για τον φόβο της μόλυνσης από τον ιό. Βγαίνοντας από τα σπίτια ο κόσμος το καλοκαίρι του 2020 κατάλαβε ότι είχε ζήσει μια μίνι εκδοχή της ταινίας «Underground» του Κουστουρίτσα: σύσσωμο το έθνος κλείστηκε σε ένα κελάρι, αλλά από πάνω οι επιτήδειοι χόρευαν χορό εκατομμυρίων και έκλειναν «δουλειές».

Η μέριμνα της κυβέρνησης Μητσοτάκη δεν στράφηκε να βοηθήσει τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα ούτε οπωσδήποτε το Εθνικό Σύστημα Υγείας ή τα σχολεία. Δεν αξιοποίησε την αναστολή των απαγορεύσεων από την Ε.Ε. για τις ενισχύσεις, ώστε να στηρίξει τις δημόσιες επιχειρήσεις και τον δημόσιο τομέα. Και στη δέθεν αγαπημένη της «μεσαία τάξη» του λιανημπορίου και της εστίασης γύρισε επιδεικτικά την πλάτη.

Η κυβέρνηση Μητσοτάκη στήριξε τους εταίρους της, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Με απανωτά διαφημιστικά κονδύλια και πρόσχημα τη «δημόσια Υγεία» και την «ενημέρωση για τον κορωνοϊό», η κυβέρνηση μοίρασε δεκάδες εκατομμύρια ευρώ στα ΜΜΕ από τα δημόσια ταμεία. Το 2020, όπως εξελίχθηκε, ήταν αναμφίβολα ένα έτος - κελεπούρι για τα κανάλια. Αλλά και για όλα τα «συνεργαζόμενα» ΜΜΕ, όπως ιδίως ορισμένες ιστοσελίδες και εφημερίδες.

Δύο λίστες Πέτσα μοίρασαν 22 εκατ. ευρώ σε κολλητούς και άλλη μία ακόμη 3 εκατομμύρια. Το μεγάλο «γλέντι» έγινε στις ιστοσελίδες, όπου χρηματοδοτήθηκε ο κάθε κακομοίρης υμνητής πάντως της κυβέρνησης. Ανύπαρκτης ιστοσελίδες, με ανύπαρκτη επισκεψιμότητα και ιστοσελίδες κλειστές επί χρόνια ενισχύθηκαν με χιλιάδες ευρώ ξεσπώνοντας αντιδράσεις ακόμα και από τους ίδιους τους χειροκροτητές της κυβέρνησης, τους «ριγμένους».

Οι μεγάλοι όμιλοι ΜΜΕ δεν πήγαν πίσω. Μόνο από την πρώτη λίστα Πέτσα ο όμιλος Βαρδινογιάννη έλαβε 1.657.000 ευρώ, ο όμιλος Αλαφούζου 1.390.000 ευρώ, ο όμιλος Μαρινάκη 922.000 ευρώ και Κουρτάκη 247.000, ο ANTI 880.000 και ο όμιλος Πρώτο Θέμα 390.000 ευρώ. Ο άλλος περιμένει την «επι-στρεπέα» για να επιβιώσει, άγνωστο για πόσο.

Η ανταπόδοση είναι άμεση: Η χειραγώγηση του κόσμου επιχειρείται με κάθε δυνατό τρόπο, η κατάσταση του ΕΣΥ εξωραϊζεται, οι νοσοκομειακοί γιατροί φιμώνονται, μονοφωνία παντού, διαγγέλματα σωρηδόν. Πιο πολλά ξέρουμε για έξω, παρά για μέσα, σου λέει εδώ όλα καλά. Μέχρι το καλοκαίρι το προφίλ Μητσοτάκη - Μωυσή που «οδήγησε τον λαό του» έχει φιλοτεχνηθεί. Από την ΕΡΤ, από τα κανάλια, τις ιστοσελίδες, τις εφημερίδες. Θα χρειαστούν μόνο λίγοι μήνες στη συνέχεια για να καταρρεύσει με γδούπο όλο το αφήγημα της Ελλάδας που την έσωσε ο Μητσοτάκης.

Οι ΠΝΠ πέφτανε σαν βροχή και οι απαλλαγές υποχρεώσεων των καναλιών το ίδιο. Απαλλαγί από την καταβολή της δόσης για την άδεια, 3,5 εκατ. ευρώ για κάθε κανάλι, συνολικά 21,5 εκατ. ευρώ για το Δημόσιο. Αυτό ήταν το μεγαλύτερο δώρο. Με άλλη ΠΝΠ προβλέπεται επιδότηση ενοικίου 50% στην Digea, που

σημαίνει ότι όχι μόνο οι σταθμοί γλιτώνουν την καταβολή δόσεων, αλλά και ότι ως μέτοχοι της Digea εισπράττουν ζεστό κρατικό χρήμα.

Μέσα στο καλοκαίρι η κυβέρνηση αποφασίζει να αυξήσει την επικορήγηση για παραγωγή οπτικοακουστικών σε 40%. Ήδη, εδώ και έναν χρόνο, σχεδόν στο σύνολο τους οι παραγωγές σειρών μυθοπλασίας για την τηλεόραση επιδοτούνται με 35% των επιλέξιμων δαπανών. Για παράδειγμα η σειρά «Άγριες Μέλισσες» επιδοτήθηκε με 1,6 εκατ. ευρώ, για τον δεύτερο κύκλο, όπως και η σειρά «Ερωτας Μετά» με 1,6 εκατ. επίσης.

## Λεπτόδεντρα σε όλη τη χώρα για «επικοινωνία»

Δεν είναι όμως μόνο η κεντρική κυβέρνηση που δουλεύει. Λεπτόδεντρα έχουν φυτρώσει και σκορπάνε χρήμα σε όλη την ελληνική επικράτεια με «προγράμματα επικοινωνιακής προβολής». Μόνο για 7 από τις 13 Περιφέρειες

εγκρίθηκαν προγράμματα «επικοινωνίας και δημοσιότητας» ύψους 13,6 εκατ. ευρώ.

Για παράδειγμα η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου ζήτησε και πήρε έγκριση για κονδύλι δημοσιότητας ύψους 4,06 εκατ. ευρώ. Και η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας 1,84 εκατ. ευρώ. Πολλά λεφτά. Ο προϋπολογισμός του ΕΔΣΝΑ (Ειδικός Διαβαθμικός Σύνδεσμος Νομού Αττικής - Περιφέρεια και όλοι οι δήμοι) άγγιξε τα 4,8 εκατ. ευρώ για τη «δημιουργία εικόνων για τα έργα που υλοποιούνται».

Ένα τοπικό σάιτ περιγράφει την κατάσταση με γλαφυρό τρόπο: «Θεωρείται αυτονόητη υποχρέωση του κάθε δήμου που σέβεται τον εαυτό του... να ενημερώνει επί παντός του επιστητού τους δημότες του με ρυθμό καταγιστικό που αγγίζει τα όρια της... πλύσης εγκεφάλου! Ακόμα και για τα πιο ασήμαντα, όπως η κοπή των χόρτων από τα πεζοδρόμια ή η αποκομιδή των οκουπιδιών από υπερφορτωμένους κάδους!».

Τα κονδύλια των υπόλοιπων έξι Περιφερει-

ών δεν έχουν γίνει γνωστά. Το Μητρώο e-Πασιθέα της Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης, που υπηρετεί τη διαφάνεια, δεν ενημερώνεται και η άντληση στοιχείων είναι δυσχερής.

## Διαφήμιση για φως, νερό, τηλεφώνω

Στην κούρα της επικοινωνιακής προβολής μπήκαν και οι δημόσιες επιχειρήσεις -όσες έχουν απομείνει, ακόμα και μονοπώλια. Παράδειγμα η ΕΥΔΑΠ. Εμφανίστηκε με πρόγραμμα 1 εκατ. ευρώ για υπηρεσίες υποστήριξης επικοινωνίας, από διαφημιστικές καμπάνιες μέχρι διαχείριση κρίσεων. Η Αττικό Μετρό επίσης με ύψος κονδυλίου άνω του 1 εκατ. ευρώ. Η ΔΕΗ προσφέρει 8,5 εκατ. ευρώ για «επικοινωνιακές και διαφημιστικές υπηρεσίες» για δύο χρόνια. Ακόμα και ο ΟΑΕΔ επενδύει σε «επικοινωνιακή πολιτική» με 590.000 ευρώ.

Αγγέλα Νταρζάνου

## Χαριστικές παρεμβάσεις υπέρ των πανελλαδικών τηλεοπτικών σταθμών 2020

ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ	ΣΚΟΠΟΣ	Ποσό σε ευρώ
1 «Λίστα Πέτσα» ΠΝΠ 14/3/2020 ΚΥΑ 227/21-3-2020	Καμπάνια «Μένουμε Σπίτι»	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΝΔΥΛΙ ΚΟΝΔΥΛΙ ΚΑΝΑΛΙΩΝ 20.000.000 4.000.000
2 «Λίστα Πέτσα» Νο2 ΚΥΑ 840/2020 27/10/2020	Ενημέρωση πολιτών για την προστασία δημόσιας υγείας	2.000.000 2.000.000
3 «Λίστα Πέτσα» Νο 3 Υπ. Απόφαση Στ. Πέτσα 30/11/2020	Ενημέρωση αποδημίων για το εκλογικό δικαίωμα	3.000.000
4 Απαλλαγή καταβολής δόσης για άδεια ΠΝΠ 30.3.2020 Οριστικοποίηση: Νόμος Θ. Λιβάνιου 4779/20.2.2021	Ενθαρρύνεται η υλοποίηση επενδύσεων των καναλιών σε πρόγραμμα, εξολιτισμό, υποδομές	21.500.000 21.500.000
5 Φοροαπαλλαγές διαφημιζόμενων Ν.4728/29/9/2020, αρ. 11, «για την αντιμετώπιση των φυσικών καταστροφών από τον Κυκλώνα "Ιανός"»	Τόνωση της κατανάλωσης, ενίσχυση του εμπορίου και του τζίρου, των επιχειρήσεων που πλήττονται από την Covid-19. Δυνατότητα και στις μικρές επιχειρήσεις να διαφημιστούν	7.000.000 το τελευταίο 3μηνο του έτους
6 Επιδότηση ενοικίου Digea 50% με ανάληψη του κόστους από το κράτος 3 μήνες: Μάρτιο, Απρίλιο, Μάιο 2020 για εθνικά και περιφερειακά κανάλια ΠΝΠ 1/5/2020 (αρ. 43)	Βοήθεια λόγω Covid-19	870.000 ευρώ για εθνικής εμβέλειας 270.000 ευρώ για περιφερειακής εμβέλειας 1.140.000 870.000
7 Επιδότηση ενοικίου Digea 50% με ανάληψη κόστους από το κράτος 5 μήνες: Οκτώβριο, Νοέμβριο, Δεκεμβρίου 2020, Ιανουάριο, Φεβρουάριο 2021 για περιφερειακά κανάλια Νόμος 4764/2020 (αρ. 186)	Βοήθεια λόγω Covid-19	450.000
8 Εγκεκριμένα Προγράμματα επικοινωνιακής προβολής 7 Περιφερειών (Α. Μακεδονία, Κρήτη, Ν. Αιγαίο, Αττική, Πελοπόννησος, Θεσσαλία, Κ. Μακεδονία)	Τοπική ενημέρωση και δημοσιότητα	13.630.000
9 Απαλλαγή υποχρέωσης για κατάθεση «νόθεν έσοχες» και ονομαστικοποίησης των μετοχών. Αναπτυξιακός νόμος στα καθεστώτα ενισχύσεων του «Επενδύω στην Ελλάδα» 4635/30.10.2019 αρ. 157	Άρση των αντικινήτρων για επενδύσεις στα ΜΜΕ. Δυνατότητα υπαγωγής των ΜΜΕ στα καθεστώτα ενισχύσεων του αναπτυξιακού νόμου	Ακοιτολόγητο!