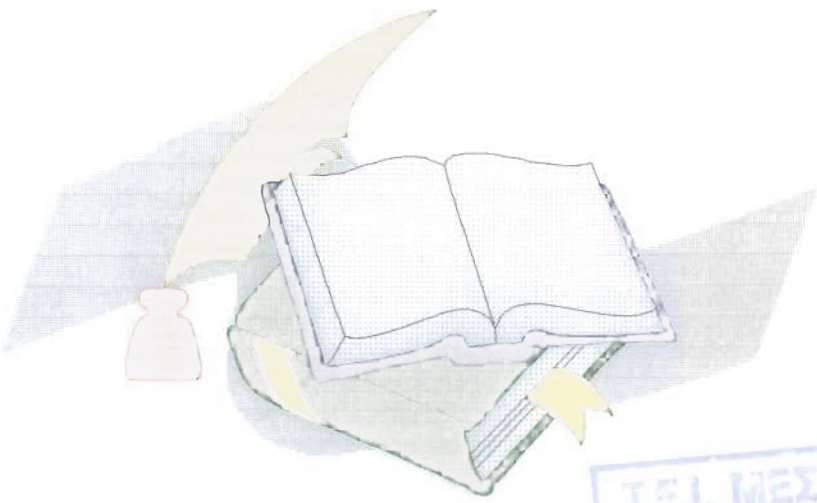
Τ.Ε.Ι. ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ

Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ Η ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΤΗΣ



ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ
ΔΑΝΙΗΛ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ
ΓΚΙΩΝΗ ΕΙΡΗΝΗ
ΓΚΟΤΣΟΥΛΙΑΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ
ΚΥΡΙΤΣΗΣ ΚΩΣΤΑΣ

ΙΕΡΑ ΠΟΛΙΣ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ 1997

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ε. ΑΓΓΕΛΙΟΣΗΜΟ

1. Τί είναι το αγγελιόσημο
2. Κατανομή Αγγελιοσήμου

ΣΤ. ΕΙΔΙΚΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

1. Επιβράβευση στους διαφημιστές
2. Μοναδικός Συντελεστής καθαρού κέρδους
3. Εγγραφές στην Αναλυτική Λογιστική
4. Δημοτικά τέλη Διαφήμισης
5. Ανταλλακτικές Συμβάσεις

Ζ. ΤΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ ΚΑΙ Η ΡΕΥΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥΣ

1. Τρόπος Κοστολόγησης
2. Κατανομή διαφημιστικών εσόδων
3. Η είσπραξη των διαφημιστικών εσόδων και η απόδοση τους για την επιχείρηση Μ.Μ.Ε.

Η. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Α. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1. Η δημιουργία και η εξέλιξη της διαφήμισης

Όπως είναι σε όλους γνωστό, διαφήμιση είναι η γνωστοποίηση και η ωραιοποίηση ενός αγαθού στους υποψήφιους αγοραστές του με σκοπό την αύξηση των πωλήσεων του. Η διαφήμιση είναι τόσο αρχαία όσο και οι ανταλλαγές αγαθών ανάμεσα στους πρωτόγονους λαούς. Η τόνωση των πλεονεκτημάτων και συνεπώς της ανταλλάξιμης αξίας των δικών μας προϊόντων, προκειμένου να αγοράσουνε όσο δυνατόν μεγαλύτερη ποσότητα του άλλου είναι η πρώτη μορφή διαφήμισης.

Η διαφήμιση λοιπόν συνδέεται άρικτα με την διάθεση ή την πώληση, και άρα με κάθε μορφή ανταλλαγής ή συναλλαγής.

Μπορούμε να διακρίνουμε τα κάτωθι στάδια εξέλιξης της διαφήμισης:

α) Η πρωτόγονη μορφή διαφήμισης που αρχίζει από την δημιουργία των κοινωνικών ομάδων και φθάνει μέχρι τον Μεσαίωνα.

β) Το στάδιο που μεσολάβησε από την εφεύρεση της τυπογραφίας μέχρι τα τέλη του 19ου αιώνα.

γ) Η έκρηξη της διαφήμισης κατά τον 20ο αιώνα που δημιουργήθηκε με την τεχνολογική πρόοδο και την επίτευξη ταχύτερης επικοινωνίας.

δ) Η σύχρονη διαφήμιση της δεκαετίας του 90 και του 21ου αιώνα με την υπερανάπτυξη των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας και της Πληροφορικής (Internet κτλ.).

2. Η σύγχρονη διαφημιστική αγορά

Η διαφημιστική αγορά την δεκαετία του 90 παρουσιάζει μια εξαιρετική άνθιση. Η άνθιση αυτή είναι περισσότερο εμφανής στις προηγμένες τεχνολογικά χώρες του δυτικού κόσμου. Τα πάντα πουλιούνται μέσω της διαφήμισης και τους επιχειρηματικούς κανόνες πλέον τους επιβάλουν οι ανάγκες του Marketing παρά της παραγωγής.

Όλα τα νέα προϊόντα λανσάρονται στην αγορά με πλούσια διαφημιστική καμπάνια που συνήθως έχει υψηλό κόστος. Χωρίς σωστό marketing και διαφημιστική προβολή η αποτυχία είναι βεβαία.

Το κόστος της διαφήμισης έχει πλέον υψηλό ποσοστό στη διαμόρφωση της τελικής τιμής ενός προϊόντος. Το κόστος όμως αυτό είναι στις περισσότερες περιπτώσεις η πιό παραγωγική και ανελαστική δαπάνη χωρίς την οποία δεν θα υπήρχε το ανάλογο ύψος πωλήσεων.

Ο ανταγωνισμός των επιχειρήσεων για τα προϊόντα τους γίνεται σήμερα περισσότερο στον τομέα της επιτυχημένης διαφημιστικής προβολής, παρά στον τομέα της παραγωγής και της ποιότητας. Ο ανταγωνισμός — βασικό χαρακτηριστικό του καπιταλιστικού συστήματος — γίνεται περισσότερο στον τομέα της προώθησης των πωλήσεων, με σπουδαιότερο όπλο τη διαφήμιση.

Η χώρα μας, σαν χώρα του δυτικού κόσμου, ακολούθησε την υπερανάπτυξη αυτή. Οι σύγχρονες ελληνικές επιχειρήσεις, ως και οι εκπρόσωποι των πολυεθνικών επιχειρήσεων που παράγουν προϊόντα ή υπηρεσίες στη χώρα μας, με βασικό όπλο τη διαφήμιση προσπαθούν να σταθούν στις σύγχρονες συνθήκες του αμείλικτου ανταγωνισμού.

Αποτέλεσμα της κατάστασης αυτής ήταν η ανάπτυξη κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '90 των Διαφημιστικών Εταιρειών και των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, ως και άλλων διαφημιστικών μέσων.

Β. ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

1. Διαφημιστικά Γραφεία και ενώσεις

Πριν από μερικά χρόνια οι κατασκευαστές των προϊόντων σχεδίαζαν και την διαφημιστική προβολή τους. Ο καταμερισμός όμως της εργασίας και οι ανάγκες της εξειδίκευσης έκαναν και εδώ το θαύμα τους. Άρχισαν σιγά-σιγά να δημιουργούνται τα πρώτα γραφεία εξηπηρέτησης των διαφημιστικών αναγκών των επιχειρήσεων.

Η μελέτη του προϊόντος, ο σχεδιασμός, ο προγραμματισμός, ο έλεγχος και η εκτέλεση της διαφήμισης απαιτούν άτομα με ειδικές γνώσεις. Αυτή η ανάγκη της ειδίκευσης δημιούργησε τις διαφημιστικές εταιρείες ή διαφημιστικά γραφεία.

Τα διαφημιστικά γραφεία χωρίζονται σε δύο κατηγορίες:
α) εθνικά - τοπικά
β) πολυεθνικές εταιρείες.

Στην πρώτη κατηγορία υπάγονται συνήθως μικρά γραφεία με πελάτες ελληνικές επιχειρήσεις. Στη δεύτερη κατηγορία υπάγονται εταιρείες θυγατρικές μεγάλων και διεθνών διαφημιστικών ενώσεων με πελάτες προϊόντα με παγκόσμια κυκλοφορία και γνωστές φίρμες σε όλες τις χώρες.

Οι διαφημιστικές εταιρείες στην Ελλάδα έχουν ως επαγγελματική ένωση την Ε.Ε.Δ.Ε. (Ένωση Διαφημιστικών Εταιρειών Ελλάδος). Στη χώρα μας επίσης παρατηρήθηκε το φαινόμενο της δημιουργίας των λεγόμενων Media Shops. Αυτά είναι χωριστές εταιρείες που οι κάτοχοί τους είναι μεμονομένα διαφημιστικά γραφεία. Σκοπός της δημιουργίας των Media Shops είναι η δημιουργία τράστ στη διαφημιστική αγορά και η επίτευξη καλύτερων τιμών από τα διαφημιστικά μέσα.

Γ. ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΜΕΣΑ

1. Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας

Τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας ή Ενημέρωσης, γνωστά σαν ΜΜΕ ή Media είναι τα σπουδαιότερα διαφημιστικά μέσα, τα οποία μεταδίδουν τα διαφημιστικά μηνύματα ή κυκλοφορούν τις σχετικές καταχωρίσεις.

Τα Μ.Μ.Ε. χωρίζονται στις εξής κατηγορίες:

Α. Έντυπα ΜΜΕ
1. Εφημερίδες
2. Περιοδικά

Β. Ηλεκτρονικά ΜΜΕ
1. Τηλεόραση
2. Ραδιόφωνο

Στις σύχρονες δημιουργικές κοινωνίες ο τύπος, ο οποίος αποκαλείται και τέταρτη εξουσία ασκεί μεγάλη επίδραση στην πολιτική, οικονομική και καθημερινή ζωή του τόπου. Τα διαφημιστικά έσοδα αποτελούν τη σπουδαιότερη πηγή εισοδήματος για τα ΜΜΕ. Ειδικότερα για τα ηλεκτρονικά ΜΜΕ (Τηλεόραση και Ραδιόφωνο) τα διαφημιστικά έσοδα αποτελούν την μοναδική πηγή εισοδήματος τους.

2. Εφημερίδες

Οι εφημερίδες αποτελούν το ιστορικότερο και πιο παραδοσιακό μέσο μαζικής επικοινωνίας. Διακρίνονται σε διάφορες κατηγορίες όπως: πολιτικές, οικονομικές, αθλητικές. Ανάλογα με την πανελλήνια ή μη κυκλοφορία τους διακρίνονται σε πανελλαδικές και επαρχιακές ή τοπικές.

Γνωστότερες πολιτικές εφημερίδες είναι:

- ΤΑ ΝΕΑ
- ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ
- ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ

- ΕΘΝΟΣ
- ΑΠΟΓΕΥΜΑΤΙΝΗ
- ΕΞΟΥΣΙΑ
- ΕΛ. ΤΥΠΟΣ
- ΑΔΕΣΜΕΥΤΟΣ ΤΥΠΟΣ
- ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ
- ΑΥΡΙΑΝΗ
- ΝΙΚΗ
- ΡΙΖΟΣΠΑΣΤΗΣ
- Η ΑΥΓΗ
- ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΩΡΑ
- ΤΟ ΒΗΜΑ της Κυριακής

Γνωστότερες οικονομικές εφημερίδες είναι:

- ΚΕΡΔΟΣ
- ΗΜΕΡΗΣΙΑ
- ΕΞΠΡΕΣ
- ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ
- ΕΠΕΝΔΥΤΗΣ
- ΙΣΟΤΙΜΙΑ

Γνωστότερες αθλητικές εφημερίδες είναι:

- SPORTIME
- ΦΩΣ
- ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΦΩΝΗ
- ΩΡΑ ΓΙΑ ΣΠΟΡ
- ΦΙΛΑΘΛΟΣ
- ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΗΧΩ

3. Περιοδικά

Ο περιοδικός τύπος έχει μεγαλύτερη ειδίκευση από τις εφημερίδες. Τα περιοδικά διακρίνονται σε περιοδικά ποικίλης ύλης, πολιτικά, αθλητικά, οικονομικά, ιστορικά, τηλεοπτικά, γυναικεία, ανδρικά κ.λπ. Ενδεικτικά θα αναφέρουμε μερικά.

Πολιτικά - οικονομικά περιοδικά είναι:

- Οικονομικός Ταχυδρόμος
- Κεφάλαιο
- Οικον. και Βιομηχ. Επιθεώρηση
- MONEY & LIFE
- ΕΠΙΛΟΓΗ
- ΑΓΟΡΑ

Περιοδικά ποικίλης ύλης είναι:

- ΚΛΙΚ
- MEN
- Status
- NITRO

Τηλεοπτικά περιοδικά είναι:

- Τηλέραμα
- 7 μέρες TV
- Ραδιοτηλεόραση
- Τηλεθεατής
- TV Ζαπινγκ

Ανάλογα με την συχνότητα κυκλοφορίας τους, τα περιοδικά διακρίνονται σε εβδομαδιαία, 15θήμερα, μηνιαία κ.λπ.

4. Τηλεόραση

Η τηλεόραση είναι το σπουδαιότερο και ισχυρότερο από τα Μ.Μ.Ε. Είναι γνωστή η επίδραση που έχει στο ευρύ τηλεοπτικό κοινό, όπως επίσης είναι γνωστό ότι στις μέρες μας είναι το σπουδαιότερο όπλο διαμόρφωσης της κοινής γνώμης και των εντυπώσεων. Η διαφήμιση στην τηλεόραση είναι πιο αποτελεσματική και γι' αυτό είναι πιο ακριβή.

Στη χώρα μας η Ιδιωτική Τηλεόραση αναπτύχθηκε κατά τη διάρκεια των τελευταίων πέντε ετών με τη δημιουργία των γνωστών μεγάλων καναλιών.

Γνωστότεροι τηλεοπτικοί σταθμοί πανελλήνιας εμβέλειας είναι:

- Mega Channel
- Antenna
- Star
- Sky
- ET 1
- ET 2
- ET 3
- Seven X
- Tele City
- FILMNET

5. Ραδιόφωνο

Το ραδιόφωνο είναι το πιο άνετο μέσο μαζικής επικοινωνίας και υπήρχε πρίν την ανάπτυξη της τηλεόρασης από το πρώτο μισό του 20ου αιώνα. Είναι το πιο ξεκούραστο μέσο γιατί: απασχολεί μόνο την αίσθηση της ακοής. Είναι το μέσο διάδοσης της μουσικής, μιάς από τις σπουδαιότερες ανθρώπινες τέχνες. Στην χώρα μας αναπτύχθηκε από την εποχή της ονομαζόμενης Ελεύθερης Ραδιοφωνίας.

Οι ραδιοφωνικοί σταθμοί χωρίζονται σε ειδησεογραφικούς και μουσικούς κυρίως.

Γνωστότεροι ειδησεογραφικοί σταθμοί είναι:

- SKY 100,4
- Antenna 97,1
- FLASH 9,61
- Planet 104,5
- ΑΘΗΝΑ 9,84

Γνωστότεροι μουσικοί σταθμοί είναι:

- Galaxy 92,0
- Ελλάδα 88,5
- Μελωδία 100,0
- Λάμψη 92,4
- ΚΛΙΚ

6. Κινηματογραφικές Διαφημίσεις

Οι κινηματογραφικές διαφημίσεις είναι spot που παίζονται στις κινηματογραφικές αίθουσες. Τα spot αυτά μπορούν να παίζονται και από την τηλεόραση ή η φωνητική τους επένδυση από το ραδιόφωνο. Γενικά η κινηματογραφική αίθουσα προσφέρεται σαν διαφημιστικό μέσο λόγω της συγκέντρωσης των θεατών στο πανί και την έλλειψη δυνατότητας ζάπινγκ.

7. Αφίσες - Ταμπέλες - Φωτεινές Επιγραφές

Όπως είναι γνωστό αυτά είναι σπουδαία διαφημιστικά μέσα τα οποία διακοσμούν τους δρόμους κάθε πόλης ή εθνικής οδού. Οι αφίσες, οι ταμπέλες και οι φωτεινές επιγραφές διαφημίζουν κάθε είδους προϊόν ή υπηρεσίας: ποτά, τρόφημα, αυτοκίνητα, εφημερίδες, καταστήματα, κοσμήματα, πολιτικά πρόσωπα κ.λπ.

Κάθε διαφήμιση από αυτές επιβαρύνεται με δημοτικά τέλη, τα οποία είναι ένα αρκετά ικανοποιητικό εισόδημα για τους δήμους ή τις κοινότητες.

8. Αθλητικά σωματεία - Γήπεδα

Το τεράστιο ενδιαφέρον του κοινού για τις ποδοσφαιρικές ομάδες και γενικότερα τον αθλητισμό, δημιούργησε ένα άλλο είδος διαφήμισης. Την προβολή του προϊόντος ή της εταιρίας μέσω της φανέλας ή των γηπέδων ή ακόμη του ονόματος της ομάδας. Έτσι δημιουργήθηκαν τα σπόνσορινγκ η διαφημιστικά ονομαζόμενες χορηγίες.

Το ίδιο γίνεται με διάφορες καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, εκδόσεις βιβλίων ή δίσκων μουσικής κ.λπ.

9. Άλλα διαφημιστικά μέσα

Η διαφήμιση είναι σαν το νερό. Όπου βρίσκει κενό εισχωρεί. Οι διαφημιζόμενες επιχειρήσεις προσπαθώντας να λανσάρουν τα προϊόντα τους με πολλούς τρόπους, βρίσκουν συνεχώς τις πιο απίθανες διαφημιστικές μεθόδους ή τρόπους. Διαφημίζονται έμμεσα με διάφορα

τεχνάσματα, σε άλλα προϊόντα δημιουργώντας απίθανες συνεργασίες και γενικά με κάθε τρόπο που θα έκανε γνωστό το προϊόν τους.

Κατά συνέπεια η περιγραφή των σπουδαιότερων διαφημιστικών μέσων που έγινε μέχρι τώρα δεν είναι περιοριστική των δυνατοτήτων της αγοράς. Αφορά μια συνοπτική περιγραφή των κλασικών διαφημιστικών μέσων που είναι βέβαια κυρίως τα Μ.Μ.Ε.

Δ. ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

1. Τιμές διαφήμισης

Η διαμόρφωση των τιμών στις διαφημιστικές καταχωρίσεις ή τα διαφημιστικά μηνύματα εξαρτάται από τον νόμο προσφοράς και ζήτησης που επικρατεί στη διαφημιστική αγορά. Οι τιμές των καταχωρίσεων στις εφημερίδες διαμορφώνονται από την κυκλοφορία της εφημερίδας, την αναγνωσιμότητα κάθε σελίδας, το είδος του προϊόντος, τη σύνθεση του κοινού που κατ' εξοχήν αγοράζει την συγκεκριμένη εφημερίδα κ.λπ. Οι τιμές των διαφημιστικών σποτ στην τηλεόραση ή το ραδιόφωνο εξαρτώνται από την θεαματικότητα ή την ακροαματικότητα κάθε καναλιού ή ραδιοφωνικού σταθμού, την ώρα της εκπομπής, το προϊόν κ.λπ.

Οι μετρήσεις της κυκλοφορίας των εφημερίδων ή περιοδικών γίνονται από τα πρακτορεία διανομής τους που είναι δύο στην Ελλάδα :

- Πρακτορείο Εφημερίδων Αθηναϊκού Τύπου
- Κεντρικό Πρακτορείο Εφημερίδων και Περιοδικών

Οι μετρήσεις της θεαματικότητας των τηλεοπτικών καναλιών γίνονται από την ιδιωτική εταιρεία μετρήσεων AGB.

Οι μετρήσεις της ακροαματικότητας των ραδιοφωνικών σταθμών γίνονται από τις ιδιωτικές εταιρείες FOCUS και ALKO.

Οι κυκλοφορίες και οι μετρήσεις, μαζί με τον ανταγωνισμό και την εμπορική πολιτική κάθε ΜΜΕ διαμορφώνουν τις τιμές των διαφημιστικών καταχωρίσεων ή μηνυμάτων.

2. Τιμολόγηση διαφήμισης πριν τον Ν. 2328/95

Το άρθρο 12 του Ν. 2328/95 όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 33 του Ν.2429/96 έφερε πολλές αλλαγές στον τρόπο τιμολόγησης των διαφημίσεων, στις οποίες θα αναφερθούμε εκτενέστερα αργότερα. Η τιμολόγηση μέχρι την 31-12-1995 γίνονταν με τον τρόπο που αναφέρεται πιο κάτω, καθόσον οι επιβαρύνσεις (αγγελιόσημο και ειδικός φόρος) συμπεριλαμβάνονταν στο τιμολόγιο και η απόδοσή της γίνονταν από το Μ.Μ.Ε.

Δεν υπήρχε σταθερός και θεωρημένος τιμοκατάλογος διαφημίσεων, με αποτέλεσμα οι τιμές να διαμορφώνονται καθημερινά και διαφορετικές, ανάλογα με τον πελάτη, την συχνότητα της διαφήμισης κ.λπ.

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΥ ΣΤΑΘΜΟΥ

ΠΡΙΝ ΤΟΝ Ν. 2328/95

ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ (ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ)

Εκδότης : ΕΡΤ ΑΕ
Πελάτης : Δημοσιεύσεις ΕΠΕ

ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ	ΠΟΣΑ ΔΡΧ.
Περιγραφή διαφημιστικών μηνυμάτων εκπομπή - διάρκεια - ώρα μετάδοσης τιμή ανά δευτερόλεπτο - έκπτωσης κ.λπ.	
Συνολική αξία δρχ.	291.000
Αγγελιόσημο 21.5%	62.565
Ειδικός φόρος 30%	87.300
Μερικό σύνολο - αξία προ ΦΠΑ	440.865
Φ.Π.Α 18%	79.356
Σύνολο δρχ.	520.221

Εγγραφές στα βιβλία του εκδότη :

	Χ	Π
30 Πελάτες		
30.00 Πελάτες Εσωτερικού		
30.00.11 Δημοσιεύσεις ΕΠΕ	520.221	
73 Πωλήσεις Υπηρεσιών		291.000
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		229.221
54.90 Αγγελιόσημο υπέρ ΤΣΠΕΑΘ		
54.90.00 Αγγελιόσημο τηλεοπτικών διαφημίσεων		(62.565)
54.98 Ειδικός φόρος		
54.98.00 ειδικός φόρος 3%		(87.300)
54.00 ΦΠΑ		
54.00.73 ΦΠΑ Εκροών - Πωλήσεων Υπηρεσιών λογαριασμού 73		(79.356)

Εγγραφές στα βιβλία του πελάτη - λήπτη :

	Χ	Π
64 Διάφορα έξοδα		
64.02 έξοδα προβολής και διαφημίσεως		
64.02.01 Διαφημίσεις από το ραδιόφωνο - τηλεόραση	440.865	
54 Υποχρεώσεις από φόρους-τέλη		
54.00 ΦΠΑ		
54.00.29 ΦΠΑ εισροών - εξόδων - δαπανών, ομάδων 6 & 8	79.356	
50 Προμηθευτές		520.221
50.00 Προμηθευτές εσωτερικού		
50.00.10 ΕΡΤ ΑΕ		

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΥ ΣΤΑΘΜΟΥ

ΠΡΙΝ ΤΟΝ Ν. 2328/95

ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ (ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ)

Εκδότης : ΡΑΔΙΟ FM ΑΕ
Πελάτης : ΒΙΟΤΕΧΝΙΑ ΕΨΙΛΟΝ ΑΕ

ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ	Ποσά Δρχ.
Περιγραφή διαφημιστικών μηνυμάτων εκπομπή-διάρκεια-ώρα μετάδοσης τιμή ανά δευτερόλεπτο-έκπτωση κ.λπ.	
Συνολική αξία δρχ.	180.000
Αγγελιόσημο 21.5%	38.700
Ειδικός φόρος 7%	12.600
Μερικό σύνολο-αξία προ ΦΠΑ	231.300
ΦΠΑ 18%	41.634
Σύνολο δρχ.	272.934

Εγγραφές στα βιβλία του εκδότη :

	Χ	Π
30 Πελάτες		
30.00 Πελάτες εσωτερικού		
30.00.12. Βιοτεχνία ΕΨΙΛΟΝ ΑΕ	272.934	
73 Πωλήσεις Υπηρεσιών		180.000
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		92.934
54.90 Αγγελιόσημο υπέρ ΤΣΠΕΑΘ		
54.90.00 Αγγελιόσημο ραδιοφωνικών διαφημίσεων		(38.700)
54.98 Ειδικός φόρος		
54.98.01 Ειδικός φόρος 7%		(12.600)
54.00 ΦΠΑ		
54.00.73 ΦΠΑ Εκροών - Πωλήσεων Υπηρεσιών λογαριασμού 73		(41.634)

Εγγραφές στα βιβλία του πελάτη - λήπτη :

	Χ	
Π		
64 Διάφορα έξοδα		
64.02 Έξοδα προβολής και διαφήμισης		
64.02.01 Διαφημίσεις από το ραδιόφωνο - τηλεόραση	231.300	
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.00 ΦΠΑ		
54.00.29 ΦΠΑ Εισροών - Εξόδων - Δαπανών, ομάδων 6 & 8	41.634	
50 Προμηθευτές		
50.00 Προμηθευτές εσωτερικού		
50.00.20 Ράδιο FM ΑΕ		272.934

[1]

[1]Σημείωση :
Ο ειδικός φόρος στις ραδιοφωνικές διαφημίσεις ίσχυσε από 1-11-1990 με τον Ν.1884/ 90 και καταργήθηκε από 1- 8-1993 με τον Ν. 2166/ 93.

Σχετικά με τον λογιστικό χειρισμό του αγγελιοσήμου το Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας είχε εκδόσει την υπ' αριθ. 71491/ ΛΣ 2209/ Γνωμ. 232/ 6.12.94, η οποία τότε είχε ώς εξής (ίσχυσε μέχρι 31-12-95) :

Σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν. 1866/1991, επιβάλλεται σε βάρος των διαφημιζομένων πελατών σας "Αγγελιόσημο", το οποίο περιλαμβάνεται ιδιαιτέρως στα σχετικά τιμολόγια σας, το εισπράττεται για λογαριασμό του Ταμείου Συντάξεως Προσωπικού Εφημερίδων Αθηνών και Θεσσαλονίκης (ΤΣΠΕΑΘ), στο οποίο και το αποδίδετε.

Η παρακολούθηση της πιο πάνω εισπράξεως και αποδόσεως του Αγγελιόσημου ενδείκνυται να γίνεται στο λογαριασμό του Γ.Λ.Σ. 54 "Υποχρεώσεις από φόρους - Τέλη" και σε νεοδημιουργούμενο ιδιαίτερο δευτεροβάθμιό του, τον 54.90 "Αγγελιόσημο υπέρ ΤΣΠΕΑΘ", ο οποίος αναλύεται σε τριτοβάθμιους σύμφωνα με τις ανάγκες σας.

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ Η ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ

ΠΡΙΝ ΤΟΝ Ν. 2328/ 95

ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ ΚΑΤΑΧΩΡΙΣΕΩΝ (ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ)

Εκδότης : ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΣ ΑΕ
Πελάτης : ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ ΒΗΤΑ ΑΕ

ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ	Ποσά δρχ.
Περιγραφή καταχωρίσεων τεύχος - σελίδα - μέγεθος καταχώρισης έχρωμη ή όχι - έκπτωση κτλ.	120.000
Συνολική αξία δρχ.	
Αγγελιόσημο 20%	24.000
Μερικό Σύνολο αξίας προ ΦΠΑ	144.000
ΦΠΑ 18%	25.920
Σύνολο δρχ.	169.920

Εγγραφές στα βιβλία του εκδότη :

	Χ	Π
30 Πελάτες		
30.00 Πελάτες Εσωτερικού		
30.00.22 Παιχνίδια ΒΗΤΑ ΑΕ	169.920	
73 Πωλήσεις Υπηρεσιών		120.000
54 Υποχρεώσεις από φόρους τέλη		49.920
54.90 Αγγελιόσημο υπέρ ΤΣΠΕΑΘ		
54.90.02 Αγγελιόσημο καταχωρίσεων		24.000
54.00 ΦΠΑ		
54.00.73 ΦΠΑ Εκροών - Πωλήσεων Υπηρεσειών λογαριασμού 73		25.920

[1]

[1]Σημείωση :
Το αγγελιόσημο 20% τα περιοδικά το απέδιδαν στο ΤΣΠΕΑΘ, ενώ οι εφημερίδες στον ΕΔΟΕΑΠ (ανάπτυξη των δύο ταμείων γίνεται παρακάτω).

Εγγραφές στα βιβλία του πελάτη - λήπτη :

	Χ	Π
64 Διάφορα έξοδα		
64.02 Έξοδα προβολής και διαφήμισης		
64.02.00 Διαφημίσεις από τον τύπο	144.000	
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.00 ΦΠΑ		
54.00.29 ΦΠΑ Εισροών - εξόδων - δαπανών, ομάδων 6 & 8	25.920	
50 Προμηθευτές		
50.00 Προμηθευτές Εσωτερικού		
50.00.22 Δημοσιογράφος ΑΕ		169.920

1

[1]Σημείωση :
Σε όλα τα υποδείγματα που αναπτύχθηκαν παρατηρούμε ότι ο ειδικός φόρος και το αγγελιόσημο είναι για τους εκδότες των τιμολογίων λογαριασμός Υποχρεώσεων, ενώ για τους λήπτες των τιμολογίων ώς άνω επιβαρύνουν το κόστος της διαφήμισης.

3. Το άρθρο 12 του Ν. 2328/95 όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 33 του Ν. 2429/96

Μεγάλη αναστάτωση στην διαφημιστική αγορά, τον κόσμο των Μ.Μ.Ε και στις διαφημιστικές επιχειρήσεις έφερε ο Ν. 2328/95 που ρυθμίζει διάφορα θέματα της ραδιοτηλεοπτικής κυρίως αγοράς. Για την τελική διαμόρφωση των σχετικών διατάξεων συνεργάσθηκαν τα υπουργεία Τύπου και Οικονομικών ώς και οι Ενώσεις Διαφημιστικών Εταιρειών και Διαφημιζομένων. Επίσης τα αρμόδια για το Αγγελιόσημο ταμεία ΕΔΟΕΑΠ και ΤΣΠΕΑΘ καθώς και οι Ενώσεις Ιδιοκτητών και Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών. Οι σχετικές διατάξεις ίσχυσαν από 1ης Ιανουαρίου 1996 και έχουν ως εξής :

Άρθρο 33 Ν. 2429/96.

Το άρθρο 12 του Ν. 2328/1995 αντικαθίσταται ώς εξής :

Άρθρο 12

1. Απαγορεύεται η καταχώριση ή η μετάδοση διαφημιστικών μηνυμάτων ή η ανάληψη χορηγίας εκπομπής ή η διάθεση χώρου σε έντυπο ή ριαδιοφωνικού ή τηλεοπτικού χρόνου για τη μετάδοση διαφημιστικών μηνυμάτων, χωρίς την έκδοση τιμολογίου, που εκδίδεται κατά τον Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων και επί του οποίου αναγράφεται και το ποσό του αγγελιοσήμου που αναλογεί.

2. Κάθε ραδιοφωνικός ή τηλεοπτικός σταθμός και κάθε εφημερίδα ή περιοδικό, που εδρεύει, εκπέμπει ή εκδίδεται σε οποιοδήποτε μέρος της ελληνικής επικράτειας, εφόσον κατά τις ισχύουσες ως σήμερα διατάξεις έχει την υποχρέωση καταβολής ειδικού φόρου και αγγελιοσήμου, οφείλει να υποβάλει στην οικεία Δημόσια Οικονομική Υπηρεσία (Δ.Ο.Υ) τον τιμοκατάλογο διαφημίσεων και χορηγιών, που εφαρμόζει. Στον τιμοκατάλογο αυτόν περιλαμβάνονται και όλες οι εκπτώσεις, οι προμήθειες και οι προσφορές, καθώς και ο αποδέκτης τους, είτε αυτός είναι ο διαφημιζόμενος είτε ο διαφημιστής που μεσολαβεί. Σε περίπτωση που τέτοιος τιμοκατάλογος δεν υποβληθεί, ισχύουν για τον υπολογισμό

που εκδόθηκε για την καταβολή του φόρου και του αγγελιοσήμου και το ποσό αυτών, καθώς και τα στοιχεία κάθε άλλης ειδικής επιβάρυνσης. Επίσης, θα αναγράφεται και ο ακριβής χώρος ή θέση ή χρόνος κατά τον οποίο πραγματοποιήθηκε η διαφήμιση.

Στο ίδιο ημερολόγιο θα αναγράφονται και οι κατά την παράγραφο 8 του άρθρου αυτού καταχωρίσεις, με εξαίρεση τις μικρές αγγελίες και τα κοινωνικά, για τα οποία τα έντυπα μέσα θα υποβάλλουν δηλώσεις στον Ε.Δ.Ο.Ε.Α.Π. ή στο Τ.Σ.Π.Ε.Α.Θ., κατά περίπτωση.

Το μέσο ενημέρωσης υποβάλλει μέσα στον επόμενο μήνα από το τέλος κάθε διμήνου στην αρμόδια για το σκοπό αυτόν Δ.Ο.Υ. το ένα αντίτυπο του ημερολογίου που τήρησε για όλο το προηγούμενο ημερολογιακό δίμηνο, το δε δεύτερο στο νομιμοποιούμενο για τον έλεγχο του αγγελιοσήμου Τ.Σ.Π.Ε.Α.Θ.. Επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται περισσότερα από ένα μέσα ενημέρωσης, υποχρεούνται στην τήρηση του παραπάνω ημερολογίου ξεχωριστά για καθένα από τα μέσα αυτά.

Η μη τήρηση των διατάξεων της παραγράφου αυτής, που αναφέρονται στον τρόπο και το χρόνο έκδοσης και στο περιεχόμενο των τιμολογίων, καθώς και στη σύνταξη και υποβολή στη Δ.Ο.Υ. και το Τ.Σ.Π.Ε.Α.Θ. των προβλεπομένων καταστάσεων, δηλώσεων και ημερολογίων, συνιστά παράβαση του Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων, οπότε και εφαρμόζονται οι φορολογικές διατάξεις που ισχύουν κάθε φορά.

Σε περίπτωση που δεν έχει καταβληθεί από το διαφημιστή ή το διαφημιζόμενο εγκαίρως και προσηκόντως ο ειδικός φόρος και το αγγελιόσημο επί των διαφημίσεων και οι τυχόν άλλες επιβαρύνσεις που αντιστοιχούν στις συγκεκριμένες συναλλαγές, ανεξάρτητα από τις άλλες συνέπειες, οι σχετικές διαφημιστικές δαπάνες δεν εκπίπτουν από τα ακαθάριστα έσοδα του διαφημιστή και του διαφημιζόμενου, έστω και αν στη δεύτερη περίπτωση μεσολαβεί διαφημιστής.

13. Το Τ.Σ.Π.Ε.Α.Θ. δικαιούται να προβαίνει στον ουσιαστικό έλεγχο κάθε στοιχείου, σχετικού με τις πραγματοποιούμενες διαφημίσεις και καταχωρίσεις, τον υπολογισμό και την καταβολή του αγγελιόσημου, σύμφωνα με τις διατάξεις των άρθρων 7 του ν.δ/τος 1344/1973, 4 του ν. 712/1977 και 14 του ν. 1989/1991.

14. Η παράβαση των διατάξεων του παρόντος άρθρου από τους ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς επιφέρει εκτός των άλλων και τις προβλεπόμενες από το άρθρο 4 του παρόντος νόμου διοικητικές κυρώσεις.

Τα αναφερόμενα στο εδάφιο α της παραγράφου 2 του άρθρου αυτού μέσα ενημέρωσης δικαιούνται να παρέχουν στο τέλος κάθε ημερολογιακού έτους επιβράβευση στους διαφημιστές, η οποία υπολογίζεται επί του συνόλου της διαφημιστικής δαπάνης που πραγματοποίησαν σε αυτά. Το ποσοστό της επιβράβευσης δεν μπορεί να υπερβαίνει το εννεά κόμμα εννέα τοις εκατό (9,9%).

Όλα τα παραστατικά τα σχετικά με τον υπολογισμό και την καταβολή της επιβράβευσης αυτής, κοινοποιούνται στην αρμόδια Δ.Ο.Υ., η οποία υποχρεώνεται να χορηγεί αντίγραφο σε όποιον έχει έννομο συμφέρον.

Διαφημιστής για την εφαρμογή του άρθρου αυτού θεωρείται μόνο η επιχείρηση που παρέχει στο σύνολο των πελατών της δημιουργικές διαφημιστικές υπηρεσίες. Δεν δικαιούνται επιβράβευσης οι επιχειρήσεις που μεσολαβούν μεταξύ διαφημιστών και μέσων ενημέρωσης ή διαφημιζόμενων πελατών άλλων διαφημιστών και μέσων ενημέρωσης. Αν καταβληθεί επιβράβευση σε μη δικαιούχο ή επιβράβευση μεγαλύτερου ύψους από αυτό που ορίζεται παραπάνω, επιβάλλεται στο μέσο ενημέρωσης και στο διαφημιστή, με πράξη της αρμόδιας Δ.Ο.Υ., πρόστιμο ίσο με το πενταπλάσιο του ποσού αυτού.

Αν η επιβράβευση αυτή παρέχεται με τη μορφή ίσης αξίας διαφημιστικού χρόνου ή χώρου, αυτός διατίθεται περαιτέρω με όλες τις προβλεπόμενες επιβαρύνσεις (ειδικός φόρος, αγγελιόσημο) κατά τις διατάξεις του παρόντος άρθρου.

15. Οι γενικές διατάξεις του δικαίου του ανταγωνισμού ισχύουν και ως προς την εμπορική πρακτική των ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σταθμών, των διαφημιστών και των διαφημιζομένων, ως προς τις μεταξύ τους σχέσεις.

Οι διαφημιστικές επιχειρήσεις, εφόσον λειτουργούν ως ανώνυμες εταιρείες, έχουν υποχρεωτικά ονομαστικές μετοχές. Εφόσον οι μετοχές αυτές κατέχονται από άλλη ανώνυμη εταιρεία, οι μετοχές αυτής της

εταιρείας πρέπει να είναι ονομαστικές και ούτω καθεξής μέχρι φυσικού προσώπου. Από την υποχρέωση περαιτέρω ονομαστικοποίησης μέχρι φυσικού προσώπου εξαιρούνται αλλοδαπές εταιρείες, που κατέχουν μετοχές διαφημιστικών επιχειρήσεων και είναι εισηγμένες σε ξένα χρηματιστήρια, καθώς και οι τράπεζες ή οι οργανισμοί συλλογικών επενδύσεων σε κινητές αξίες, εφόσον κατέχουν μετοχές μέχρι το δεκαπέντε τοις εκατό (15%) του μετοχικού κεφαλαίου διαφημιστικής επιχείρησης.

Ως προς την εφαρμογή της παραγράφου 11 του άρθρου 1 του νόμου αυτού, οι διαφημιστικές εταιρείες εξομοιούνται με τις επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν έργα ή προμήθειες του Δημοσίου ή του ευρύτερου δημόσιου τομέα.

Με προεδρικό διάταγμα που εκδίδεται μετά από πρόταση του Υπουργού Τύπου και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, μπορούν να καθορίζονται οι ειδικότερες προϋποθέσεις και οι τυχόν αναγκαίες λεπτομέρειες για την εφαρμογή της παρούσας παραγράφου.

16. Με απόφαση του Υπουργού Τύπου και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης καθορίζονται τα σχετικά με τους τρόπους μέτρησης των διαφημιστικών μηνυμάτων που καταχωρούνται ή μεταδίδονται πραγματικά.

17. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομικών, Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων και Τύπου και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης είναι δυνατόν να καθορίζονται λεπτομέρειες που είναι τυχόν αναγκαίες για την εφαρμογή των διατάξεων του παρόντος άρθρου.

2. Η ισχύς της παραγράφου 1 του παρόντος άρθρου αρχίζει από τη δημοσίευση του παρόντος νόμου.

3. Ο ειδικός φόρος και το αγγελιόσημο που αντιστοιχούν στις διαφημίσεις που έγιναν στα έντυπα ή ραδιοτηλεοπτικά μέσα ενημέρωσης κατά το χρονικό διάστημα από 1.1.1996 μέχρι και τη δημοσίευση του παρόντος, θα καταβληθούν από τους υπόχρεους στις συμβεβλημένες με το Δημόσιο, το Τ.Σ.Π.Ε.Α.Θ. και Ε.Δ.Ο.Ε.Α.Π. τράπεζες ή, σε περίπτωση που δεν έχουν ολοκληρωθεί οι σχετικές συμβάσεις με τις τράπεζες, στο Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων επ΄ονόματι του Ελληνικού Δημοσίου, του Τ.Σ.Π.Ε.Α.Θ. και Ε.Δ.Ο.Ε.Α.Π., κατά

περίπτωση, εντός του πρώτου δεκαημέρου του μεθεπόμενου μήνα από τη δημοσίευση του παρόντος χωρίς προσαύξηση ή άλλη κύρωση. Η καταβολή θα γίνει με βάση ενιαία για όλο το παραπάνω χρονικό διάστημα κατάσταση, που θα συνταχθεί από τους υπόχρεους σε καταβολή.

Μέσα στην ίδια προθεσμία υποβάλλονται από τα μέσα ενημέρωσης στις αρμόδιες Δ.Ο.Υ. και το Τ.Σ.Π.Ε.Α.Θ. τα αντίγραφα των ημερολογίων διαφημίσεων που αφορούν την παραπάνω χρονική περίοδο. Σε περίπτωση που δεν τηρήθηκε από το μέσο ημερολόγιο διαφημίσεως, υποβάλλεται αναλυτική κατάσταση με τις διαφημίσεις που έγιναν από το μέσο κατά την παραπάνω χρονική περίοδο.

Ποσά αγγελιοσήμου που έχουν παρακατατεθεί μέχρι τη δημοσίευση του παρόντος στο Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων, αναλαμβάνονται από τα ταμεία υπέρ των οποίων έγινε η παρακατάθεση και κατατίθενται στους τηρούμενους στις τράπεζες οικείους λογαριασμούς τους. Ποσά ειδικού φόρου που έχουν παρακατατεθεί μέχρι τη δημοσίευση του παρόντος στο Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων αναλαμβάνονται απευθείας από το Δημόσιο.

4. Στο άρθρο 10 του ν. 2328/1995 προστίθεται παράγραφος 8 ως εξής :

8. Με προεδρικό διάταγμα, που εκδίδεται μετά από πρόταση του Υπουργού Τύπου και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, μπορούν να καθορίζονται οι ειδικότερες προϋποθέσεις, καθώς και οι τυχόν αναγκαίες λεπτομέρειες για την εφαρμογή του παρόντος άρθρου.

Στο άρθρο 11 του ν. 2328/1995 προστίθεται παράγραφος 7 ως εξής:

7. Με προεδρικό διάταγμα, που εκδίδεται μετά από πρόταση του Υπουργού Τύπου και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, μπορούν να καθορίζονται οι ειδικότερες προϋποθέσεις, καθώς και οι τυχόν αναγκαίες λεπτομέρειες για την εφαρμογή του παρόντος άρθρου.

5. Το τελευταίο εδάφιο της παραγράφου 1 του άρθρου 14 του Ν. 1989 - 1991 όπως ισχύει, αντικαθίσταται ως εξής :

Τα ανωτέρω ποσοστά κατανομής του αγγελιοσήμου μπορούν, ύστερα από σύμφωνη γνώμη όλων των δικαιούχων φορέων, να αυξομειώνονται με κοινή απόφαση των Υπουργών Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων και Τύπου και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

4. Οι λεπτομέρειες της εφαρμογής του άρθρου 33 του Ν. 2429/96

Για τις λεπτομέρειες εφαρμογής του άρθρου 33 εκδόθηκε στις 19.8.1996 η υπουργική απόφαση υπ΄αριθ. 1086567/40/Τ & ΕΦ (ΦΕΚ 689 τεύχος Β΄/19.8.96) η οποία έχεις ως εξής :

Αριθμ. 1086567/40/Τ & ΕΦ

Καθορισμός των λεπτομερειών εφαρμογής του άρθρου 12 του Ν. 2328/1995 όπως ισχύει

Έχοντας υπόψη :

1. Τις διατάξεις της παρ. 17 του άρθρου 12 του Ν. 2328/1995 (ΦΕΚ Α΄159), όπως το άρθρο αυτό αντικαταστάθηκε με το άρθρο 33 του Ν. 2429/1996 (ΦΕΚ Α΄155).

2. Τις διατάξεις της υποπερίπτωσης γη΄της περ. γ΄του άρθρου 38 του Π.Δ. 186/1992 (ΦΕΚ Α΄84) "περί Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων".

3. α) Τις διατάξεις του άρθρου 14 του Ν.1989/1991 (ΦΕΚ Α΄192).
β) Τις διατάξεις των άρθρων 11, 12, 14, 15 και 17 του Α.Ν. 248/1967 (ΦΕΚ Α΄ 243).
γ) Τις διατάξεις των άρθρων 2, 8 του Ν.Δ. 1344/1973 (ΦΕΚ Α΄ 36) και τις διατάξεις των άρθρων 6 και 15 του Ν. 1866/1989 (ΦΕΚ Α΄222).

4. Την ανάγκη καθορισμού των λεπτομερειών για την εφαρμογή του άρθρου 12 του Ν. 2328/1995, όπως το άρθρο αυτό αντικαταστάθηκε με το άρθρο 33 του Ν. 2429/1996.

5. Το γεγονός ότι από την εφαρμογή της παρούσας δεν προκαλείται δαπάνη στον Κρατικό Προϋπολογισμό, αποφασίζουμε :

Άρθρο 1
Υποβολή τιμοκαταλόγων - Στοιχεία τιμολογίων

1. Ο τιμοκατάλογος, με βάση τον οποίο υπολογίζεται το αγγελιόσημο και ο ειδικός φόρος επί των διαφημίσεων των μέσων ενημέρωσης, κατά περίπτωση, (ραδιόφωνο, τηλεόραση, εφημερίδες, περιοδικά) υποβάλλεται σε τρία (3) τουλάχιστον αντίτυπα από κάθε μέσο ενημέρωσης στην αρμόδια για τη φορολογία του Δημόσια Οικονομική Υπηρεσία (ΔΟΥ) κάθε έτος, μέχρι την τελευταία εργάσιμη ημέρα κάθε έτους και ισχύει για το επόμενο έτος. Με πράξη της αρμόδιας ΔΟΥ επί των αντιτύπων αυτών πιστοποιείται η ημερομηνία κατάθεσης.

Ένα (1) αντίτυπο του τιμοκαταλόγου παραμένει στην αρμόδια ΔΟΥ και τα υπόλοιπα (2) αντίτυπα παραδίδονται στον υπόχρεο.

Ο υπόχρεος, εντός δέκα (10) ημερών από την παραλαβή υποχρεούται να αποστείλει ένα (1) αντίτυπο του τιμοκαταλόγου στο Ταμείο Συντάξεων Προσωπικού Εφημερίδων Αθηνών και Θεσσαλονίκης (Τ.Σ.Π.Ε.Α.Θ.).

Στην περίπτωση που εντός του έτους επέλθει μεταβολή του τιμοκατακόγου υποβάλλεται νέος (πλήρης) τιμοκατάλογος επί του οποίου σημειώνεται διακεκριμένα κάθε επελθούσα μεταβολή. Ο νέος τιμοκατάλογος ισχύει από την ημερομηνία ισχύος που ορίζεται σ΄αυτόν και πάντως όχι πριν από την κατάθεσή του στην αρμόδια ΔΟΥ.

Κατά την πρώτη εφαρμογή του άρθρου 12 του Ν. 2328/1995 ο τιμοκατάλογος υποβάλλεται το αργότερο μέχρι 10 Σεπτεμβρίου 1996 και ισχύει μέχρι 31 Δεκεμβρίου 1997 εφόσον δεν μεταβληθεί. Μέχρι 10 Σεπτεμβρίου 1996 υποβάλλονται και οι τιμοκατάλογοι που ίσχυσαν για το χρονικό διάστημα από 1.1.1996 μέχρι 9.7.1996.

2. Στο τιμολόγιο αναγράφονται, πέρα των στοιχείων που προβλέπονται από τον Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων (Π.Δ. 186/1992) και τα εξής :

α) Τα πλήρη στοιχεία του διαφημιζομένου καθώς και του διαφημιστή όταν αυτό εκδίδεται στο όνομα του διαφημιστή που μεσολαβεί κατ΄εντολή του διαφημιζομένου,

β) ο αριθμός των διαφημιστικών μηνυμάτων, ή έκταση ή η χρονική διάρκειά τους,

γ) η χρονική περίοδος μετάδοσης ή καταχώρησης τους,

δ) η κατηγορία σελίδων ή η ζώνη ραδιοφωνικού ή τηλεοπτικού προγράμματος,

ε) η τιμή και οι τυχόν εκπτώσεις κατά τον τιμοκατάλογο,

στ) το ποσό του αγγελιοσήμου διακεκριμένα ώς πληροφοριακό στοιχείο, το οποίο δεν θα καταχωρείται στα βιβλία.

Στην περίπτωση που το τιμολόγιο εκδίδεται στο όνομα του διαφημιστή που μεσολαβεί, αντίγραφο ή αντίτυπο αυτού, με τη σφραγίδα και την υπογραφή του εκδότη, αποστέλλεται από τον τελευταίο στο διαφημιζόμενο, μέχρι το τέλος του επομένου μήνα από την έκδοσή του.

3. Ως αποδεικτικό δαπάνης για την καταβολή του ειδικού φόρου και του αγγελιοσήμου θεωρείται το παραστατικό καταβολής αυτών.

Άρθρο 2
Καταβολή του αγγελιοσήμου και του ειδικού φόρου

Κάθε ημερολογιακό δίμηνο και μέχρι την 30ή ημέρα του μήνα που ακολουθεί το δίμηνο καταβάλλεται από το διαφημιζόμενο ή, εφόσον μεσολαβεί διαφημιστής κατ΄εντολή του διαφημιζόμενου, από το διαφημιστή, ο μεν ειδικός φόρος υπέρ του Ελληνικού Δημοσίου σε Τράπεζες συμβεβλημένες με αυτό το δε αγγελιόσημο σε Τράπεζες συμβεβλημένες με το ΤΣΠΕΑΘ και ΕΔΟΕΑΠ, κατά περίπτωση.

Για την καταβολή των ποσών αυτών εκδίδονται δύο (2) παραστατικά της Τράπεζας, ένα (1) για τον ειδικό φόρο και ένα (1) για το αγγελιόσημο.

Από την Τράπεζα χορηγούνται σε κάθε υπόχρεο δύο (2) αντίγραφα του κάθε παραστατικού από τα οποία το ένα (1) επισυνάπτεται στο σχετικό τιμολόγιο που λαμβάνει ο υπόχρεος για τη συγκεκριμένη διαφήμιση και το άλλο αποστέλλεται στην εκδότη του τιμολογίου και το οποίο πάντως πρέπει να έχει περιέλθει σ΄αυτόν το αργότερο μέχρι την 25η ημέρα του μήνα της καταβολής, για την ενημέρωση του ημερολογίου διαφημίσεων και την επισύναψη του στο σχετικό τιμολόγιο.

Στις περιπτώσεις αμφισβήτησης ώς προς την απαλλαγή των υποχρέων από την καταβολή των παραπάνω επιβαρύνσεων προσκομίζεται βεβαίωση που εκδίδεται από την αρμόδια ΔΟΥ ή το ΤΣΠΕΑΘ κατά περίπτωση.

α) Καταβολή του ειδικού φόρου

Προκειμένου να καταβληθεί ο ειδικός φόρος επί των διαφημίσεων που προβάλλονται από την τηλεόραση, ο ενδιαφερόμενος προσκομίζει στην Τράπεζα πλήρως συμπληρωμένο με ευθύνη του και υπογεγραμμένο έντυπο σημείωμα ανά τιμολόγιο, όπως το συνημμένο υπόδειγμα Α΄, το οποίο αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της παρούσας απόφασης. Το έντυπο αυτό συμπληρώνεται στην τηλεοπτική επιχείρηση, η οποία προβάλλει τη διαφήμιση, μαζί με την έκδοση του τιμολογίου. Η συμπλήρωση τελεί υπό τον έλεγχο του υποχρέου για απόδοση του φόρου, ο οποίος έχει και την ευθύνη. Για την καταβολή μπορεί να χρησιμοποείται και φωτοτυπία του εντύπου αυτού ή του υποδείγματος ή τυπωμένο μηχανογραφικά με την ίδια μορφή.

Για την καταβολή του ειδικού φόρου επί των διαφημίσεων χρησιμοποιούνται τα παραστατικά των Τραπεζών, τα οποία αποτελούν "ένδειξη καταβολή" του αναγραφομένου επ΄αυτών ποσού και τα οποία εκδίδονται ανά έντυπο σημείωμα.

Στα παραστατικά αυτά αναγράφονται υποχρεωτικά τα εξής στοιχεία :

1. Ο Αριθμός Φορολογικού Μητρώου (ΑΦΜ) του εκδότη του τιμολογίου.
2. Ο ΑΦΜ του διαφημιζόμενου υπόχρεου.
Στην περίπτωση, όμως, που μεσολαβεί διαφημιστής αντί του ΑΦΜ του διαφημιζόμενου αναγράφεται ο ΑΦΜ του διαφημιστή.
3. Ο αριθμός του τιμολογίου και η ημερομηνία έκδοσης αυτού.
4. Το ποσό του φόρου.
Η καταβολή του ειδικού φόρου με τα παραστατικά των Τραπεζών ελέγχεται και διαπιστώνεται από τις αρμόδιες ΔΟΥ ύστερα από τη διασταύρωση στοιχείων που θα γίνεται από το Κέντρο Πληροφορικής του Υπουργείου Οικονομικών (ΚΕΠΥΟ).

Καταβολές ποσών που δεν επαληθεύονται από τη διασταύρωση αυτή δεν αναγνωρίζονται από το Δημόσιο και ενεργείται έρευνα από αρμόδιο Επιθεωρητή για τη διαπίστωση της γνησιότητας αυτών.

Οι Τράπεζες θα εισπράττουν τα ποσά του ειδικού φόρου που αναγράφονται επί των σχετικών σημειωμάτων, όπως αυτά συμπληρώνονται από τους υποχρέους προς καταβολή, χωρίς να προβαίνουν σε έλεγχο της ορθής και εμπρόθεσμης καταβολής, θα ελέγχουν, όμως, τη συμπλήρωση αυτών με όλα τα απαιτούμενα στοιχεία.

Επί εκπρόθεσμης καταβολής οι Τράπεζες θα εισπράττουν μόνο το ποσό του ειδικού φόρου που αντιστοιχεί στην αξία του τιμολογίου και οι προσαυξήσεις θα καταλογίζονται σε βάρος του διαφημιζόμενου ή του διαφημιστή, κατά περίπτωση, με πράξη του προϊσταμένου της αρμόδιας ΔΟΥ και θα εισπράττονται από αυτή.

Οι Τράπεζες σε καμιά περίπτωση δεν ενεργούν επιστροφή "αχρεωστήτως καταβληθέντων ποσών φόρου".
Η διαπίστωση της "αχρεώστητης καταβολής" γίνεται από την αρμόδια ΔΟΥ φορολογίας του υποχρέου.

Για την επιστροφή αυτή απαιτείται αίτηση του ενδιαφερομένου. Η αίτηση, μαζί με τα σχετικά δικαιολογητικά, διαβιβάζεται από τη αρμόδια ΔΟΥ στη ΔΟΥ που καταθέτουν οι Τράπεζες τα εισπραττόμενα ποσά, η οποία με βάση τα δεδομένα που προκύπτουν από τη διασταύρωση των στοιχείων, προβαίνει στη σύνταξη Ατομικού Φύλλου Έκπτωσης (ΑΦΕΚ). Μετά την εκκαθάριση αυτού, το ποσό του ειδικού φόρου που επιστρέφεται στέλνεται με χρηματικό γραμμάτιο στην αρμόδια ΔΟΥ για να καταβληθεί στο δικαιούχο.

Ποσά προς επιστροφή δεν μπορούν να προταθούν σε συμψηφισμό στις Τράπεζες με υποχρεώσεις καταβολής φόρου διαφήμισης που γεννώνται από άλλες διαφημίσεις.

β. Διασταύρωση εισπράξεων ειδικού φόρου.

Οι Τράπεζες που εισπράττουν τον ειδικό φόρο διαβιβάζουν, μετά το τέλος κάθε ημερολογιακού διμήνου και μέσα σε δύο (2) μήνες από τη

λήξη του διμήνου, στο ΚΕΠΥΟ μαγνητικές ταινίες με τα στοιχεία των εισπράξεων που πραγματοποίησαν κατά τη διάρκεια του διμήνου.

Τα χαρακτηριστικά των αποδεκτών μέσων που χρησιμοποιούνται για την υποβλή των εισπράξεων του διμήνου σε μαγνητική μορφή έχουν όπως περιγράφονται στους τρεις (3) τύπους εγγραφών (records) με την κωδική ονομασία File 02.

γ. Καταβολή του Αγγελιοσήμου

1. Το αγγελιόσημο που αντιστοιχεί στις διαφημίσεις που αναφέρονται στο άρθρο 12 του Ν. 2328/1995, όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 33 του Ν. 2429/1996, κατατίθεται από τους υπόχρεους σε ειδικούς λογαριασμούς που τηρούνται σε Τράπεζα ή σε Τράπεζες και ειδικότερα, το προερχόμενο α) από διαφημίσεις της τηλεόρασης σε λογαριασμό με τίτλο "Ειδικός Λογαριασμός Αγγελιοσήμου Τηλεοπτικών Σταθμών Ν.2328/1995" (ΕΛΑΤΣ), β) από διαφημίσεις του ραδιοφώνου σε λογαριασμό με τίτλο "Ειδικός Λογαριασμός Αγγελιοσήμου Ραδιοφωνικών Σταθμών ν. 2328/1995" (ΕΛΑΡΣ), γ) από διαφημίσεις περιοδικού τύπου σε λογαριασμό με τίτλο "Ειδικός Λογαριασμός Αγγελιοσήμου Περιοδικού Τύπου Ν. 2328/1995" (ΕΛΑΠΤ) και δ) από διαφημίσεις του ημερήσιου τύπου σε λογαριασμό με τίτλο "Ειδικός Λογαριασμός Αγγελιοσήμου Ημερήσιου Τύπου Ν. 2328/1995" (ΕΛΑΗΤ).

Για την Τράπεζα ή τις Τράπεζες που θα κατατίθεται το αγγελιόσημο θα αποφασίζει, για μεν το αγγελιόσημο των τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σταθμών καθώς το αγγελιόσημο του περιοδικού τύπου, το Ταμείο Συντάξεων Προσωπικού Εφημερίδων Αθηνών-Θεσ/νίκης (ΤΣΠΕΑΘ), για δε το αγγελιόσημο του ημερήσιου τύπου, ο Ενιαίος Δημοσιογραφικός Οργανισμός Επικουρικής Ασφαλίσεως και Περιθάλψεως (ΕΔΟΕΑΠ).

Ο υπόχρεος για την κατάθεση του αγγελιοσήμου οφείλει να προσκομίζει στην Τράπεζα πλήρως συμπληρωμένο και υπογεγραμμένο ειδικό έντυπο του ΤΣΠΕΑΘ, όταν πρόκειται για αγγελιόσημο τηλεοπτικών σταθμών, ραδιοφωνικών σταθμών και περιοδικού τύπου, ή του ΕΔΟΕΑΠ, όταν πρόκειται για αγγελιόσημο ημερήσιου τύπου, όπως τα συνημμένα υποδείγματα Β, Γ, Δ και Ε, τα οποία αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της παρούσας απόφασης. Τα έντυπα αυτά, τα μέσα ενημέρωσης, θα τα προμηθεύονται από το ΤΣΠΕΑΘ ή τον ΕΔΟΕΑΠ

κατά περίπτωση. Ακόμη, ο υπόχρεος για κατάθεση μπορεί να χρησιμοποιεί φωτοαντίγραφα των παραπάνω εντύπων καθώς και μηχανογραφικά έντυπα αρκεί αυτά να αποτελούν πιστή αντιγραφή των εντύπων που χορηγεί το ΤΣΠΕΑΘ ή ο ΕΔΟΕΑΠ.

Το ανωτέρω ειδικό έντυπο συμπληρώνεται από το μέσο ενημέρωσης που πραγματοποιήθηκε η διαφήμιση, αφορά ένα (1) συγκεκριμένο τιμολόγιο και παραδίδεται στον υπόχρεο για κατάθεση μαζί με την έκδοση του σχετικού τιμολογίου, ο οποίος αφού ελέγξει την ορθότητα της συμπλήρωσης υπογράφει τούτο, ως υπεύθυνος για την κανονική απόδοση του αγγελιοσήμου που αντιστοιχεί στο τιμολόγιο που αναγράφεται σ΄αυτό.

Η Τράπεζα θα εισπράττει το ποσό του αγγελιοσήμου, όπως αυτό αναγράφεαι στο ειδικό έντυπο, χωρίς να προβαίνει σε έλεγχο της ορθής και εμπρόθεσμης καταβολής, θα ελέγχει όμως εάν έχει συμπληρωθεί το ειδικό έντυπο με όλα τα απαραίτητα στοιχεία.

Το ειδικό έντυπο με βάση το οποίο έγινε η κατάθεση του αγγελιοσήμου δεν επιστρέφεται στον καταθέτη αλλά παραμένει στο αρχείο της Τράπεζας.

2. Στο παραστατικό κατάθεσης του αγγελιοσήμου θα πρέπει να αναγράφονται από την Τράπεζα τα εξής στοιχεία :

α) το ποσό αγγελιοσήμου που καταβάλλεται.

β) Η ημερομηνία κατάθεσης.

γ) Ο αριθμός του Ειδικού Λογαριασμού αγγελιοσήμου που πιστώνεται.

δ) Ο κωδικός αριθμός της κατηγορίας αγγελιοσήμου (ραδιόφωνο, τηλεόραση, περιοδικός ή ημερήσιος τύπος) καθώς και ο κωδικός αριθμός του μέσου ενημέρωσης που έγινε η διαφήμιση.

ε) Ο αριθμός και η ημερομηνία έκδοσης του τιμολογίου στο οποίο αντιστοιχεί το αγγελιόσημο.

3. Στο παραπάνω παραστατικό, δύναται ο υπόχρεος για την απόδοση του αγγελιοσήμου να αναγράφει ιδιοχείρως την επωνυμία του, μετά την καταβολή του από την Τράπεζα.

4. Οι εκδοτικές επιχειρήσεις ημερήσιων ή μη εφημερίδων ή περιοδικών που εισπράττουν και αποδίδουν αγγελιόσημο σύμφωνα με την παρ. 8 του άρθρου 12 του Ν. 2328/1995, όπως το άρθρο αυτό αντικαταστάθηκε με το άρθρο 33 του Ν.2429/1996, για τα επί πληρωμή καταχωρούμενα δημοσιεύματα που δεν αποτελούν διαφήμιση (όπως π.χ. ισολογισμοί, μικρές αγγελίες, διακηρύξεις), υποχρεούνται το πρώτο δεκαήμερο κάθε μήνα να υποβάλλουν υπεύθυνες δηλώσεις στον ΕΔΟΕΑΠ και στο ΤΣΠΕΑΘ κατά περίπτωση, για τα έσοδα από τις καταχωρήσεις που πραγματοποίησαν τον προηγούμενο μήνα, συντεταγμένες σύμφωνα με τον τύπο που θα καθορίσουν οι αρμόδιες υπηρεσίες των παραπάνω ασφαλιστικών οργανισμών.

5. Τα πρόσθετα τέλη και οι προσαυξήσεις που προβλέπονται από την παρ. 9 του άρθρου 12 του Ν. 2328/1995, όπως το άρθρο αυτό αντικαταστάθηκε με το άρθρο 33 του Ν. 2429/1996, κατατίθενται από τους υπόχρεους σε αντίστοιχους λογαριασμούς ανά κατηγορία αγγελιοσήμου που τηρούνται στη συμβεβλημένη με το ΤΣΠΕΑΘ και τον ΕΔΟΕΑΠ Τράπεζα, διάφορους εκείνων που αναφέρονται στο άρθρ. 2 παρ. 1 εδ. 1 της παρούσης απόφασης.

6. Η Τράπεζα σε καμμία περίπτωση δεν ενεργεί επιστροφή αχρεωστήτως καταβληθέντων αγγελιοσήμου χωρίς έγγραφη εντολή του ΤΣΠΕΑΘ ή το ΕΔΟΕΑΠ.

Η διαπίστωση της "αχρεώστητης καταβολής" καθώς και η επιστροφή στο δικαιούχο του σχετικού ποσού, γίνεται με απόφαση του Δ.Σ. του ΤΣΠΕΑΘ, για αγγελιόσημο τηλεοπτικού σταθμού, ραδιοφωνικού σταθμού και περιοδικού τύπου ή με απόφαση του Δ.Σ. του ΕΔΟΕΑΠ για αγγελιόσημο ημερήσιου τύπου, ύστερα από αίτηση του ενδιαφερομένου που θα συνοδεύεται από δικαιολογητικά αποδεικνύοντα την αχρεώστητη καταβολή.

Ποσά προς επιστροφή δεν συμψηφίζονται με οφειλές αγγελιοσήμου που προέρχονται από την πραγματοποίηση άλλων διαφημίσεων για τις οποίες εκδόθηκαν νέα τιμολόγια.

δ. Διασταύρωση εισπράξεων αγγελιοσήμου

Στο τέλος κάθε μήνα η Τράπεζα υποχρεούται να επισυνάπτει στην ανάλυση κάθε λογαριασμού αγγελιοσήμου (EXTRAIT) που θα αποστέλλεται στο ΤΣΠΕΑΘ ή στον ΕΔΟΕΑΠ, αναλυτικές καταστάσεις, στις οποίες θα φαίνονται οι συναλλαγές που πραγματοποιήθηκαν τον συγκεκριμένο μήνα, χωριστά για κάθε μέσο ενημέρωσης και θα αναγράφονται τα εξής στοιχεία :

I. Ο κωδικός του μέσου στο οποίο πραγματοποιήθηκε η διαφήμιση.

II. Ο αύξοντας αριθμός τιμολογίου και η ημερομηνία έκδοσης αυτού.

III. Το ποσό του αγγελιοσήμου που εισπράχθηκε ανά τιμολόγιο.

IV. Η ημερομηνία που πραγματοποιήθηκε η κατάθεση.

V. Το κατάστημα της Τράπεζας στο οποίο έγινε η συναλλαγή.

Ειδικά για τον ΕΔΟΕΑΠ τα στοιχεία συναλλαγής θα χορηγούνται ανά μήνα από την Τράπεζα και σε μαγνητικά μέσα.

Άρθρο 3
Τήρηση και υποβολή Βιβλίου Ημερολογίου Διαφημίσεων

1. α. Τα αναφερόμενα στο πρώτο εδάφιο της παραγράφου 2 του άρθρου 12 του Ν. 2328/1995, όπως ισχύει, μέσα ενημέρωσης, για τις από τη δημοσίευση του Ν. 2429/1996 στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως (10.7.1996) διαφημίσεις, υποχρεούνται να τηρούν τριπλότυπο αναλυτικό ημερολόγιο διαφημίσεων (εξωλογιστικό) θεωρημένο από την αρμόδια ΔΟΥ, στο οποίο να εμφανίζονται ανά ημέρα ή ανά έκδοση οι διαφημίσεις που πραγματοποιούνται.

Στο ημερολόγιο αυτό αναγράφονται το ονοματεπώνυμο ή η επωνυμία και ο ΑΦΜ του διαφημιστή και του διαφημιζομένου, το προϊόν ή η υπηρεσία που διαφημίζεται, η αξία με βάση τον τιμοκατάλογο και ο αριθμός, η σειρά και η ημερομηνία του τιμολογίου, η αξία του τιμολογίου χωρίς ΦΠΑ, τα στοιχεία των παραστατικών που εκδόθηκαν για την καταβολή του φόρου και του αγγελιοσήμου (Αριθμός παραστατικού, ημερομηνία, κωδικός και επωνυμία της Τράπεζας, ποσό φόρου και ποσό αγγελιοσήμου). Όταν εκδίδεται τιμολόγιο για περισσότερες της μιας διαφημίσεις τότε η συνολική αξία του τιμολογίου χωρίς Φ.Π.Α. αναγράφεται μόνο στην τελευταία καταχώρηση, ενώ στις προηγούμενες αναγράφεται μόνο ο αριθμός και η ημερομηνία του τιμολογίου. Ανάλογα αναγράφονται και τα δεδομένα των παραστατικών καταβολής.

Επίσης, αναγράφεται και ο ακριβής χώρος ή θέση ή χρόνος κατά τον οποίο πραγματοποιήθηκε η διαφήμιση, καθώς και κάθε μεταβολή των στοιχείων αυτών.

Στην περίπτωση, κατά την οποία ο υπόχρεος απαλλάσσεται του ειδικού φόρου διαφημίσεων ή του αγγελιοσήμου θα αναγράφεται η ένδειξη "απαλλαγή" και η προβλέπουσα αυτήν απαλλακτική διάταξη ή η σχετική βεβαίωση της αρμόδιας ΔΟΥ ή του ΤΣΠΕΑΘ, κατά περίπτωση.

Σε κάθε σελίδα του ημερολογίου εμφανίζονται τα προοδευτικά αθροίσματα για τις αξίες των τιμολογίων, του φόρου και του αγγελιοσήμου.

Στο ημερολόγιο αναγράφονται εντύπως ή με σφραγίδα ή με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή τα πλήρη στοιχεία του επιτηδευματία ο οποίος εκμεταλλεύεται τα μέσα ενημέρωσης και επί πλέον ο αύξων αριθμός εκμετάλλευσης και εμπορικός τίτλος του συγκεκριμένου μέσου (π.χ. ραδιόφωνο, "Η ΦΩΝΗ", τηλεόραση "Η ΦΩΝΗ", κ.λπ.).

Επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται περισσότερα από ένα μέσα ενημέρωσης, υποχρεούνται στην τήρηση του παραπάνω ημερολογίου ξεχωριστά για το καθένα από τα μέσα αυτά.

Η ενημέρωση των κατά περίπτωση δεδομένων του βιβλίου αυτού γίνεται εντός πέντε (5) ημερών : α) από την καταχώρηση ή τη μετάδοση της διαφήμισης, β) από την έκδοση του τιμολογίου και γ) από τη λήψη του παραστατικού καταβολής του φόρου και του αγγελιοσήμου.

Ειδικά για την πρώτη εφαρμογή η ενημέρωση αυτή επιτρέπεται να γίνει μέχρι 10 Σεπτεμβρίου 1996.

Η εκτύπωση του ημερολογίου διαφημίσεων, όταν αυτό τηρείται μηχανογραφικά, γίνεται μέσα στο μήνα που ακολουθεί κάθε ημερολογιακό δίμηνο που μεταδόθηκαν ή καταχωρήθηκαν οι διαφημίσεις, με την προϋπόθεση ότι είναι δυνατή η άμεση εκτύπωση σε αθεώρητο χαρτί του ημερολογίου αυτού, μόλις αυτό ζητηθεί από τον έλεγχο.

Για τη μη τήρηση ή κατά διάφορο τρόπο τήρηση, για τη μη ενημέρωση ή εκπρόθεσμη ενημέρωση του ημερολογίου αυτού ή γενικά για παραβάσεις ή παρατυπίες αναγόμενες στην εφαρμογή της διάταξης αυτής, έχουν εφαρμογή οι διατάξεις του Π.Δ. 186/1992 (Κ.Β.Σ.), όπως αυτές ισχύουν.

1β. Το μέσο ενημέρωσης υποβάλλει για κάθε ημερολογιακό δίμηνο και μέσα στον επόμενο μήνα από τη λήξη του διμήνου ένα (1) αντίτυπο του καθενός τηρούμενου ημερολογίου διαφημίσεων στη Δ.Ο.Υ, της έδρας και ένα (1) στο ΤΣΠΕΑΘ ή στον ΕΔΟΕΑΠ, κατά περίπτωση.

Ειδικά για τη ΔΟΥ οι υπόχρεοι οι οποίοι τηρούν το ημερολόγιο αυτό μηχανογραφικά, υποβάλλουν ηλεκτρομαγνητικά μέσα αποθήκευσης δεδομένων στα οποία περιέχονται όλα τα δεδομένα του ημερολογίου αυτού.

2. Η μη τήρηση των διατάξεων που αναφέρονται στον τρόπο και το χρόνο έκδοσης και στο περιεχόμενο των τιμολογίων καθώς και στη σύνταξη και υποβολή στη ΔΟΥ, το ΤΣΠΕΑΘ και τον ΕΔΟΕΑΠ των προβλεπομένων καταστάσεων, δηλώσεων μικρών αγγελιών και κοινωνικών και ημερολογίων συνιστά παράβαση του Κ.Β.Σ. Στην περίπτωση που η παράβαση αναφέρεται σε μη υποβολή ή ανακριβή ή πλημελλή ή εκπρόθεσμη υποβολή στο ΤΣΠΕΑΘ ή στον ΕΔΟΕΑΠ των προβλεπομένων καταστάσεων, δηλώσεων και ημερολογίων, το πρόστιμο επιβάλλεται από την αρμόδια ΔΟΥ της έδρας του παραβάτη, μετά από σχετικό σημείωμα του ΤΣΠΕΑΘ.

3. Τα χαρακτηριστικά των αποδεκτών μέσων που χρησιμοποιούνται για την υποβολή του ημερολογίου σε μαγνητική μορφή έχουν ως εξής :

Άρθρο 4
Απόδοση των εισπράξεων από τις Τράπεζες - Αμοιβή των Τραπεζών

α. Του ειδικού φόρου επί των διαφημίσεων.

Η είσπραξη του ειδικού φόρου επί των διαφημίσεων για τα έτη 1996 και 1997 ανατίθεται στην Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος και ενεργείται από τα κατά τόπους καταστήματα αυτής.

Τα ποσά που εισπράττονται από τα καταστήματα της Εθνικής Τράπεζας κατά τη διάρκεια εκάστου ημερολογιακού μήνα αποδίδονται από το Κεντρικό Κατάστημα αυτής στη ΔΟΥ Γενικών Εσόδων Αθηνών τη δεκάτη έκτη (16η) ημέρα του επόμενου μήνα της είσπραξης. Αν η 16η ημέρα είναι αργία η απόδοση γίνεται την επόμενη εργάσιμη.

Η απόδοση των χρημάτων γίνεται με τραπεζική επιταγή σε διαταγή του Ελληνικού Δημοσίου που συνοδεύεται από σημείωμα της Τράπεζας σε δύο (2) αντίγραφα, στο οποίο αναφέρονται το συνολικό ποσό των εισπράξεων και ο μήνας που αφορούν. Το ένα (1) αντίγραφο του σημειώματος παραμένει στη ΔΟΥ και το δεύτερο θεωρείται από αυτή και παραδίδεται στην Τράπεζα.

Η ανωτέρω ΔΟΥ με την παραλαβή της επιταγής και του σημειώματος εκδίδει ισόποσο αποδεικτικό είσπραξης τύπου Α στο όνομα της Τράπεζας για την εισαγωγή των εσόδων αυτών στον κρατικό προϋπολογισμό (ΚΑΕ 1353) με αιτιολογία "ΕΦΚ 30% στις διαφημίσεις που προβάλλονται από την τηλεόραση").

Σε περίπτωση που από τη διασταύρωση των στοιχείων, που θα ενεργηθεί από το ΚΕΠΥΟ προκύψει καθυστέρηση απόδοσης των εισπράξεων από την Τράπεζα, διεξάγεται έρευνα από αρμόδιο Επιθεωρητή και με πράξη αυτού καταλογίζεται στην Τράπεζα ο οφειλόμενος τόκος υπερημερίας.

β. Του αγγελιοσήμου

Ι) Η είσπραξη του αγγελιοσήμου επί των διαφημίσεων που αναφέρονται στο άρθρο 12 του Ν. 2328/1995, όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 33 του Ν. 2429/1996 για τα έτη 1996-1997 ανατίθεται στην Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος και ενεργείται από τα κατά τόπους καταστήματα αυτής.

ΙΙ) Η απόδοση στους δικαιούχους του αγγελιοσήμου επί των διαφημίσεων γίνεται από την Τράπεζα στην οποία κατατίθεται, ύστερα από εντολή του Ταμείου Συντάξεων Προσωπικού Εφημερίδων Αθηνών-Θεσσαλονίκη (ΤΣΠΕΑΘ) για το αγγελιόσημο των τηλεοπτικών σταθμών, των ραδιοφωνικών σταθμών και του περιοδικού τύπου, ή του ΕΔΟΕΑΠ για το αγγελιόσημο του ημερήσιου τύπου, τον επόμενο μήνα μετά από κάθε ημερολογιακό δίμηνο π.χ. οι εισπράξεις των μηνών Ιανουαρίου - Φεβρουαρίου εντός του μηνός Μαρτίου, οι εισπράξεις των μηνών Μαρτίου - Απριλίου εντός του μηνός Μαΐου κ.ο.κ.

ΙΙΙ) Η αμοιβή της Τράπεζας για την είσπραξη του αγγελιοσήμου και την απόδοση στους δικαιούχους, καθορίζεται σε τριακόσιες πενήντα (350) δραχμές ανά συναλλαγή πλέον των νομίμων επιβαρύνσεων και παρακρατείται στο τέλος κάθε μήνα από τους ειδικούς λογαριασμούς αγγελιοσήμου ανάλογα με τις συναλλαγές εκάστου.

Οι λογαριασμοί του αγγελιοσήμου είναι έντοκοι με επιτόκιο ίσο με το εκάστοτε οριζόμενο από την Εθνική Τράπεζα ως βασικό για καταθέσεις ταμιευτηρίου.

Οι λογαριασμοί αυτοί πιστώνονται την επόμενη εργάσιμη ημέρα από την κατάθεση, εφόσον η κατάθεση γίνεται τοις μετρητοίς ή με επιταγές της Εθνικής Τράπεζας ή άλλων Τραπεζών της ίδιας πόλης και μετά τέσσερις (4) εργάσιμες ημέρες εφόσον η κατάθεση γίνεται με επιταγές άλλων Τραπεζών άλλης πόλης εκτός εάν μπορούν να αγοραστούν μέσω ΠΗΣΕ, οπότε και στην περίπτωση αυτή θα πιστώνονται την επόμενη εργάσιμη ημέρα.

Άρθρο 5
Απόδοση ειδικού φόρου και αγγελιοσήμου για το χρονικό διάστημα 1.1.1996 μέχρι 9.7.1996

Ειδικός φόρος.
Ο οφειλόμενος ειδικός φόρος που αντιστοιχεί στις τηλεοπτικές διαφημίσεις που έγιναν από 1.1.1996 μέχρι και 9.7.1996 θα αποδοθεί στην Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος συγκεντρωτικά μέχρι 10 Σεπτεμβρίου 1996 με τη συμπλήρωση από τον υπόχρεο ειδικού εντύπου, όπως το συνημμένο υπόδειγμα ΣΤ, χωρίς προσαύξηση ή άλλη κύρωση.

Το έντυπο αυτό θα συνοδεύεται από ενιαία συγκεντρωτική κατάσταση για όλο το ανωτέρω χρονικό διάστημα, όπως το συνημμένο υπόδειγμα ΙΑ.

Η κατάσταση αυτή θα συνταχθεί σε τέσσερα (4) αντίτυπα. Το ένα αντίτυπο θα παραμείνει στην Τράπεζα και τα τρία θα παραδοθούν στον καταβάλλοντα ο οποίος θα τα υποβάλλει εντός δέκα (10) ημερών από την καταβολή στη ΔΟΥ της έδρας, εκ των οποίων το ένα υπογράφεται και επιστρέφεται σ΄ αυτόν τα δε δύο παραμένουν στη ΔΟΥ.

Η ΔΟΥ θα αποστείλει το ένα αντίγραφο αυτών στο ΚΕΠΥΟ. Η απόδοση των ποσών αυτών από την Εθνική Τράπεζα στο Δημόσιο θα γίνει με τη διαδικασία που αναφέρεται στην περίπτωση α΄του άρθρου 4 της παρούσης απόφασης οπωσδήποτε μέχρι 16 Σεπτεμβρίου 1996 και για τυχόν εκπρόθεσμες καταβολές τη 16η ημέρα του επόμενου μήνα της είσπραξης. Αν η 16η ημέρα είναι αργία η απόδοση γίνεται της επόμενη εργάσιμη.

Για τα ποσά του ειδικού φόρου που έχουν ήδη παρακατατεθεί στο ΤΠΚΔ υποβάλλεται στην αρμόδια ΔΟΥ φορολογίας από τον υπόχρεο η σχετική κατάσταση που αναφέρθηκε ανωτέρω στο άρθρο αυτό σε τρία (3) αντίτυπα. Το ένα επιστρέφεται θεωρημένο στον ενδιαφερόμενο και δύο παραμένουν στη ΔΟΥ η οποία στη συνέχεια αποστέλλει στο ΚΕΠΥΟ το ένα εξ αυτών.

Μέχρι 10 Σεπτεμβρίου υποβάλλονται από τις τηλεοπτικές επιχειρήσεις στην αρμόδια ΔΟΥ αντίγραφα των ημερολογίων διαφημίσεων που αφορούν το χρονικό διάστημα 1.1.1996 μέχρι 9.7.1996.

Στην περίπτωση που δεν τηρήθηκε το ημερολόγιο διαφήμισης υποβάλλεται στην αρμόδια ΔΟΥ συγκεντρωτική κατάσταση όπως το συνημμένο υπόδειγμα ΙΒ για τις διαφημίσεις που έγιναν από το μέσο με ανάλυση των διαφημιζομένων ή των διαφημιστών κατά περίπτωση. Η κατάσταση υποβάλλεται εις τριπλούν (ένα αντίγραφο επιστρέφεται θεωρημένο στον ενδιαφερόμενο και δύο παραμένουν στη ΔΟΥ εκ των οποίων το ένα αποστέλλεται στο ΚΕΠΥΟ).

Για την καταβολή μπορεί να χρησιμοποιούνται και φωτοτυπίες των εντύπων του άρθρου αυτού ή των υποδειγμάτων ή τυπωμένα μηχανογραφικά με την ίδια μορφή.

Αγγελιόσημο

Α) Το αγγελιόσημο που αντιστοιχεί στις διαφημίσεις που πραγματοποιήθηκαν από τα Μ.Μ.Ε. την χρονική περίοδο 1.1.-9.7.1996 κατατίθεται στην Εθνική Τράπεζα από τους υποχρέους για κατάθεση, διαφημιστή ή διαφημιζόμενο κατά περίπτωση, μέχρι την 10η Σεπτεμβρίου 1996.

Καταβολή που γίνεται μετά την ημερομηνία αυτή, επιβαρύνεται με τις προσαυξήσεις και τις κυρώσεις που επιβάλλονται με το άρθρο 12 του Ν. 2328/1995, όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 33 του Ν. 2429/1996.

Για την κατάθεση του αγγελιόσημου που ανάγεται στην ανωτέρω χρονική περίοδο, ο υπόχρεος για την κατάθεση οφείλει να προσκομίζει στην Τράπεζα πλήρως συμπληρωμένο και υπογραμμένο ειδικό έντυπο του ΤΣΠΕΑΘ, όταν πρόκειται για αγγελιόσημο Τηλεοπτικών Σταθμών, Ραδιοφωνικών Σταθμών και περιοδικού Τύπου ή του ΕΔΟΕΑΠ όταν πρόκειται για αγγελιόσημο Ημερήσιου Τύπου, όπως τα υποδείγματα Ζ, Η, Θ και Ι, τα οποία αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της παρούσης απόφασης.

Τα ειδικά αυτά έντυπα οι υπόχρεοι θα τα προμηθεύονται από το ΤΣΠΕΑΘ.

Μαζί με το έντυπο θα προσκομίζεται στην Τράπεζα από τον υπόχρεο υπογεγραμμένη συγκεντρωτική κατάσταση, ξεχωριστή για κάθε κατηγορία αγγελιοσήμου (Τηλεόραση, Ραδιόφωνο, Περιοδικός Τύπος και Ημερήσιος Τύπος), στην οποία θα αναγράφονται ανά Μ.Μ.Ε. τα εξής:

Ι. Η επωνυμία του μέσου ενημέρωσης στο οποίο πραγματοποιήθηκε η διαφήμιση.

ΙΙ. Ο συνολικός αριθμός των τιμολογίων που έχουν εκδοθεί για τις πραγματοποιθείσες της παραπάνω χρονικής περιόδου.

ΙΙΙ. Το συνολικό ποσό του αντιτίμου των διαφημίσεων αυτών.

IV. Το συνολικό ποσό του αναλογούντος αγγελιοσήμου.

Η κάθε μία από τις παραπάνω συγκεντρωτικές καταστάσεις θα υποβάλλεται σε τρία (3) αντίγραφα από τα οποία το ένα θα παραμένει μαζί με το ειδικό έντυπο καταθέσεων στο αρχείο της Τράπεζας και τα άλλα δύο θα επιστρέφονται θεωρημένα στον υπόχρεο, ο οποίος εντός δέκα (10) ημερών από την παραλαβή τους υποχρεούται να αποστείλει το ένα εξ αυτών στο ΤΣΠΕΑΘ ή στον ΕΔΟΕΑΠ, κατά περίπτωση.

Κατά την κατάθεση του αγγελιοσήμου, η Τράπεζα υποχρεούται να χορηγεί στον καταθέτη δύο (2) αντίγραφα του παραστατικού καταθέσεως, για κάθε κατάσταση, συμπληρωμένα με τα εξής στοιχεία :

Ι. Το ποσό του αγγελιοσήμου που καταβάλλεται.

ΙΙ. Τον αριθμό του Ειδικού Λογαριασμού που πιστώνεται.

ΙΙΙ. Την επωνυμία ή το ονοματεπώνυμο του υπόχρεου.

Η Τράπεζα θα εισπράττει το ποσό του αγγελιοσήμου, όπως αυτό αναφέρεται στο ειδικό έντυπο, χωρίς να προβαίνει σε έλεγχο της ορθής και εμπρόθεσμης καταβολής, θα ελέγχει όμως εάν έχει συμπληρωθεί το ειδικό έντυπο με όλα τα απαραίτητα στοιχεία, καθώς και αν το κατατιθέμενο ποσό αγγελιοσήμου είναι ισόποσο με το αναγραφόμενο στη συγκεντρωτική κατάσταση.

Β) Για την διασταύρωση της εισπράξεως του αγγελιοσήμου που ανάγεται στη χρονική περίοδο από 1.1.96 έως και 9.7.1996 η Τράπεζα υποχρεούται στο τέλος κάθε μήνα να επισυνάπτει στην ανάλυση κάθε λογαριασμού αγγελιοσήμου (EXTRAIT) που θα αποστέλλεται στο ΤΣΠΕΑΘ ή στον ΕΔΟΕΑΠ αναλυτικές καταστάσεις στις οποίες θα αναγράφονται κατά ημερομηνία το ονοματεπώνυμο του υπόχρεου όπως αυτό αναφέρεται στο ειδικό έντυπο καταθέσεως, το ποσό του αγγελιοσήμου που κατατέθηκε καθώς και το κατάστημα συναλλαγής της Τράπεζας. Επίσης υποχρεούται να χορηγεί αντίγραφα των συγκεντρωτικών καταστάσεων που ευρίσκονται στο αρχείο της σε περίπτωση που της ζητηθούν από το ΤΣΠΕΑΘ ή τον ΕΔΟΕΑΠ.

Τα μέσα ενημέρωσης υποχρεούνται μέχρι 10.9.1996 να αποστείλουν στο ΤΣΠΕΑΘ ή στον ΕΔΟΕΑΠ, κατά περίπτωση, αντίγραφα των ημερολογίων διαφημίσεων που τήρησαν την παραπάνω χρονική περίοδο.

Σε περίπτωση που δεν τήρησαν ημερολόγια, υποβάλλουν, με ευθύνη τους εντός της ίδιας ημερομηνίας, υπογεγραμμένη αναλυτική κατάσταση τιμολογίων κατά πελάτη στην οποία θα αναγράφονται τα εξής στοιχεία ;

α. Η επωνυμία ή το ονοματεπώνυμο του πελάτη (διαφημιστή ή διαφημιζομένου)

β. Ο Αριθμός Φορολογικού Μητρώου του πελάτη

γ. Η Διεύθυνση του πελάτη

δ. Ο αριθμός και η ημερομηνία έκδοσης του τιμολογίου

ε. Η αξία της διαφήμισης που αναφέρεται στο τιμολόγιο

στ. Το αγγελιόσημο που αναλογεί στην αξία του τιμολογίου

ζ. Το άθροισμα της αξίας των διαφημίσεων που αναγράφονται στα τιμολόγια

η. Το άθροισμα του αγγελιοσήμου

θ. Η επωνυμία ή το ονοματεπώνυμο του διαφημιζομένου, σε περίπτωση που το τιμολόγιο εκδίδεται στο όνομα της διαφημιστικής εταιρείας.

Επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται περισσότερα από ένα μέσα ενημέρωσης, υποχρεούνται να συντάξουν διαφορετικές αναλυτικές καταστάσεις για κάθε ένα από τα μέσα αυτά.

Γ) Για το αγγελιόσημο που ανάγεται στη χρονική περίοδο 1.1.1996 έως 9.7.1996 και έχει παρακατεθεί ή πρόκειται να παρακατατεθεί στο Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων υποβάλλονται από τους υπόχρεους, μέχρι τη 10η Σεπτεμβρίου 1996, στο ΤΣΠΕΑΘ ή στον ΕΔΟΕΑΠ, κατά περίπτωση, συγκεντρωτικές καταστάσεις τιμολογίων συμπληρωμένες με τα στοιχεία που καθορίζονται στο εδάφιο Α΄της παραγράφου αυτής.

Άρθρο 6

Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Αθήνα, 29 Ιουλίου 1996

ΥΠΟΥΡΓΟΙ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΑΛΕΞ.ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ

ΕΡΓΑΣΙΑΣ & ΚΟΙΝ. ΑΣΦ/ΣΕΩΝ
ΕΥΑΓ. ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΣ

ΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΡΕΠΠΑΣ

ΕΝΤΥΠΟ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΦΟΡΟΥ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΥΠΕΡ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΥ

ΠΕΔΙΑ ΟΘΟΝΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

01 ΑΡ. ΠΕΛΑΤΗ	9512660008	
02 ΑΡ. ΛΟΓ/ΣΜΟΥ	04054612785	
03 ΠΟΣΟ		Συμπληρώνετε το ποσό του φόρου τηλ.διαφημίσεων
05 ΤΡΟΠ. ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ		
06 ΚΩΔ. ΥΠΟΧΡΕΟΥ		Συμπληρώνετε τον ΑΦΜ του διαφημιζόμενου ή του διαφημιστή εάν μεσολαβεί.
07 ΕΠΩΝΥΜΙΑ		Συμπληρώνετε τον ΑΦΜ του Μέσου Μαζικής Ενημ/σης
08 ΚΩΔ. ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑΣ		Συμπληρώνετε την ημερομηνία έκδοσης τιμολογίου με τη μορφή ΗΗΜΜΕ (π.χ. η 5.8.1996 θα εμφανίζεται ως 05086)
09 ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ		Συμπληρώνετε τον αριθμό τιμολογίου
10 ΑΡ. ΕΝΤΥΠΟΥ		

TR-4300

Ο ΚΑΤΑΘΕΤΗΣ
(απαραίτητη η αναγραφή της επωνυμίας του καταθέτη)

ΠΡΟΣΟΧΗ

- Το έντυπο αυτό συμπληρώνεται στο ΜΜΕ το οποίο προβάλλει την διαφήμιση, μαζί με την έκδοση τιμολογίου. Τελεί υπό τον έλεγχο του υπόχρεου ο οποίος έχει και την ευθύνη της απόδοσης του φόρου.
- Με συμπληρωμένο το έντυπο ο υπόχρεος (διαφημιστής ή διαφημιζόμενος κατά περίπτωση), προσέρχεται σε οποιοδήποτε Κατάστημα της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ για να καταβάλει το φόρο τηλεοπτικών διαφημίσεων.
- **Τυχόν ελλειπής συμπλήρωση του εντύπου καθιστά αδύνατη τη συναλλαγή καταβολής του φόρου.** Σ' αυτή την περίπτωση η ευθύνη δεν ανήκει στην ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ.
- **Το παρόν θα παραδίδεται και θα παραμένει στο Κατάστημα συναλλαγής της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ.**

ΕΝΤΥΠΟ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΑΓΓΕΛΙΟΣΗΜΟΥ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΥΠΕΡ ΤΣΠΕΑΘ

ΠΕΔΙΑ ΟΘΟΝΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

01 ΑΡ. ΠΕΛΑΤΗ	9512700000	
02 ΑΡ. ΛΟΓ/ΣΜΟΥ	04054612868	
03 ΠΟΣΟ		Συμπληρώνετε το ποσό του αγγελιόσημου τηλεοπτικών διαφημίσεων.
05 ΤΡΟΠ. ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ		
06 ΚΩΔ. ΥΠΟΧΡΕΟΥ		Συμπληρώνετε τον κωδικό του διαφημιστικού μέσου (Τηλεοπτικό Σταθμό) όπως έχει γνωστοποιηθεί στο ΜΜΕ από το ΤΣΠΕΑΘ.
07 ΕΠΩΝΥΜΙΑ		
08 ΚΩΔ. ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑΣ		Συμπληρώνετε την ημερομηνία έκδοσης τιμολογίου με τη μορφή ΗΗΜΜΕ (π.χ. η 5.8.1996 θα εμφανίζεται 05086).
09 ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ		Συμπληρώνετε τον αριθμό τιμολογίου.
10 ΑΡ. ΕΝΤΥΠΟΥ		TR-4300

Ο ΚΑΤΑΘΕΤΗΣ

(απαραίτητη η αναγραφή της επωνυμίας του καταθέτη)

Π.Ρ.Ο.Σ.Ο.Χ.Η

- Το έντυπο αυτό συμπληρώνεται στο ΜΜΕ, το οποίο προβάλλει τη διαφήμιση, μαζί με την έκδοση τιμολογίου. Τελεί υπό τον έλεγχο του υπόχρεου ο οποίος έχει και την ευθύνη της απόδοσης του αγγελιόσημου.
- Με συμπληρωμένο το έντυπο ο υπόχρεος (διαφημιστής ή διαφημιζόμενος κατά περίπτωση), προσέρχεται σε οποιοδήποτε Κατάστημα της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ για να καταβάλει το αγγελιόσημο τηλεοπτικών διαφημίσεων.
- Τυχόν ελλειπής συμπλήρωση του εντύπου καθιστά αδύνατη τη συναλλαγή καταβολής του αγγελιοσήμου. Σ' αυτή την περίπτωση η ευθύνη δεν ανήκει στην ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ.
- Το παρόν θα παραδίδεται και θα παραμένει στο Κατάστημα συναλλαγής της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ.
- Οι όροι που αναφέρονται στο παρόν έντυπο (π.χ. 06 Κωδ. Υποχρεου) αφορούν αποκλειστικά ονομασίες πεδίων διαδικασιών της Τράπεζας.

ΕΝΤΥΠΟ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΑΓΓΕΛΙΟΣΗΜΟΥ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΥΠΕΡ ΤΣΠΕΑΘ

01 ΑΡ. ΠΕΛΑΤΗ	9512700000	
02 ΑΡ. ΛΟΓ/ΣΜΟΥ	04054612942	
03 ΠΟΣΟ		Συμπληρώνετε το ποσό του αγγελιόσημου ραδιοφωνικών διαφημίσεων
05 ΤΡΟΠ. ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ		
06 ΚΩΔ. ΥΠΟΧΡΕΟΥ		Συμπληρώνετε τον κωδικό του διαφημιστικού μέσου (ραδιοφωνικός σταθμός) όπως έχει γνωστοποιηθεί στο ΜΜΕ από το ΤΣΠΕΑΘ.
07 ΕΠΩΝΥΜΙΑ		
08 ΚΩΔ. ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑΣ		Συμπληρώνετε την ημερομηνία έκδοσης τιμολογίου με τη μορφή ΗΗΜΜΕ (π.χ. η 5.8.1996 θα εμφανίζεται 05086)
09 ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ		Συμπληρώνετε τον αριθμό τιμολογίου
10 ΑΡ. ΕΝΤΥΠΟΥ		

TR-4300

Ο ΚΑΤΑΘΕΤΗΣ

(απαραίτητη η αναγραφή της επωνυμίας του καταθέτη)

ΠΡΟΣΟΧΗ

- Το έντυπο αυτό συμπληρώνεται στο ΜΜΕ, το οποίο προβάλλει τη διαφήμιση, μαζί με την έκδοση τιμολογίου. Τελεί υπό τον έλεγχο του υπόχρεου ο οποίος έχει και την ευθύνη της απόδοσης του αγγελιόσημου.
- Με συμπληρωμένο το έντυπο ο υπόχρεος (διαφημιστής ή διαφημιζόμενος κατά περίπτωση), προσέρχεται σε οποιοδήποτε Κατάστημα της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ για να καταβάλει το αγγελιόσημο ραδιοφωνικών διαφημίσεων.
- Τυχόν ελλειπής συμπλήρωση του εντύπου καθιστά αδύνατη τη συναλλαγή καταβολής του φόρου. Σ' αυτή την περίπτωση η ευθύνη δεν ανήκει στην ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ.
- Το παρόν θα παραδίδεται και θα παραμένει στο Κατάστημα συναλλαγής της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ.

ΕΝΤΥΠΟ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΑΓΓΕΛΙΟΣΗΜΟΥ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΥΠΕΡ ΤΣΠΕΑΘ

ΠΕΔΙΑ ΟΘΟΝΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

01 ΑΡ. ΠΕΛΑΤΗ	9512700000	
02 ΑΡ. ΛΟΓ/ΣΜΟΥ	04054613080	
03 ΠΟΣΟ		Συμπληρώνετε το ποσό του αγγελιόσημου διαφημίσεων Περιοδικού Τύπου.
05 ΤΡΟΠ. ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ		
06 ΚΩΔ. ΥΠΟΧΡΕΟΥ		Συμπληρώνετε τον κωδικό του διαφημιστικού μέσου (περιοδικό) όπως έχει γνωστοποιηθεί στο ΜΜΕ από το ΤΣΠΕΑΘ.
07 ΕΠΩΝΥΜΙΑ		
08 ΚΩΔ. ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑΣ		Συμπληρώνετε την ημερομηνία έκδοσης τιμολογίου με τη μορφή ΗΗΜΜΕ (π.χ. η 5.8.1996 θα εμφανίζεται 05086)
09 ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ		Συμπληρώνετε τον αριθμό τιμολογίου
10 ΑΡ. ΕΝΤΥΠΟΥ		TR-4300

Ο ΚΑΤΑΘΕΤΗΣ

(απαραίτητη η αναγραφή της επωνυμίας του καταθέτη)

ΠΡΟΣΟΧΗ

- Το έντυπο αυτό συμπληρώνεται στο ΜΜΕ, το οποίο προβάλλει τη διαφήμιση, μαζί με την έκδοση τιμολογίου. Τελεί υπό τον έλεγχο του υπόχρεου ο οποίος έχει και την ευθύνη της απόδοσης του αγγελιόσημου.
- Με συμπληρωμένο το έντυπο ο υπόχρεος (διαφημιστής ή διαφημιζόμενος κατά περίπτωση), προσέρχεται σε οποιοδήποτε Κατάστημα της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ για να καταβάλει το αγγελιόσημο διαφημίσεων περιοδικού τύπου.
- Τυχόν ελλειπής συμπλήρωση του εντύπου καθιστά αδύνατη τη συναλλαγή καταβολής του αγγελιοσήμου. Σ' αυτή την περίπτωση η ευθύνη δεν ανήκει στην ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ.
- Το παρόν θα παραδίδεται και θα παραμένει στο Κατάστημα συναλλαγής της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ.
- Οι όροι που αναφέρονται στο παρόν έντυπο (π.χ. 06 Κωδ. Υποχρεου) αφορούν αποκλειστικά ονομασίες πεδίων διαδικασιών της Τράπεζας.

ΕΝΤΥΠΟ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΑΓΓΕΛΙΟΣΗΜΟΥ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΗΜΕΡΗΣΙΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΥΠΕΡ ΕΔΟΕΑΠ

ΠΕΔΙΑ ΟΘΟΝΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

01 ΑΡ. ΠΕΛΑΤΗ	9512700018	
02 ΑΡ. ΛΟΓ/ΣΜΟΥ	04054613163	
03 ΠΟΣΟ		Συμπληρώνετε το ποσό του αγγελιόσημου διαφημίσεων Ημερήσιων Εφημερίδων.
05 ΤΡΟΠ. ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ		
06 ΚΩΔ. ΥΠΟΧΡΕΟΥ		Συμπληρώνετε τον κωδικό του διαφημιστικού μέσου (ημερήσια εφημερίδα) όπως έχει γνωστοποιηθεί στο ΜΜΕ από το ΕΔΟΕΑΠ.
07 ΕΠΩΝΥΜΙΑ		
08 ΚΩΔ. ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑΣ		Συμπληρώνετε την ημερομηνία έκδοσης τιμολογίου με τη μορφή ΗΗΜΜΕ (π.χ. η 5.8.1996 θα εμφανίζεται 05086)
09 ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ		Συμπληρώνετε τον αριθμό τιμολογίου
10 ΑΡ. ΕΝΤΥΠΟΥ		

TR-4300

Ο ΚΑΤΑΘΕΤΗΣ
(απαραίτητη η αναγραφή της επωνυμίας του καταθέτη)

ΠΡΟΣΟΧΗ

- Το έντυπο αυτό συμπληρώνεται στο ΜΜΕ, το οποίο προβάλλει τη διαφήμιση, μαζί με την έκδοση τιμολογίου. Τελεί υπό τον έλεγχο του υπόχρεου ο οποίος έχει και την ευθύνη της απόδοσης του αγγελιόσημου.
- Με συμπληρωμένο το έντυπο ο υπόχρεος (διαφημιστής ή διαφημιζόμενος κατά περίπτωση), προσέρχεται σε οποιοδήποτε Κατάστημα της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ για να καταβάλει το αγγελιόσημο διαφημίσεων ημερησίων εφημερίδων.
- **Τυχόν ελλειπής συμπλήρωση του εντύπου καθιστά αδύνατη τη συναλλαγή καταβολής του αγγελιοσήμου.** Σ' αυτή την περίπτωση η ευθύνη δεν ανήκει στην ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ.
- Το παρόν θα παραδίδεται και θα παραμένει στο Κατάστημα συναλλαγής της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ.
- Οι όροι που αναφέρονται στο παρόν έντυπο (π.χ. 06 Κωδ. Υπόχρεου) αφορούν αποκλειστικα ονομασίες πεδίων διαδικασιών της Τράπεζας

ΕΝΤΥΠΟ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΦΟΡΟΥ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΥΠΕΡ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΥ

ΠΕΔΙΑ ΟΘΟΝΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

01 ΑΡ. ΠΕΛΑΤΗ	9512660008	
02 ΑΡ. ΛΟΓ/ΣΜΟΥ	04054612785	
03 ΠΟΣΟ		Συμπληρώνετε το ποσό του συνολικού φόρου της συγκεντρωτικής κατάστασης (αυτό που αναφέρεται σαν άθροισμα της κατάστασης).
05 ΤΡΟΠ. ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ		
06 ΚΩΔ. ΥΠΟΧΡΕΟΥ		Συμπληρώνετε τον ΑΦΜ του διαφημιζόμενου ή του διαφημιστή εάν μεσολαβεί.
07 ΕΠΩΝΥΜΙΑ	99	
08 ΚΩΔ. ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑΣ	01016	
09 ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ		Συμπληρώνετε τον συνολικό αριθμό τιμολογίων που αναφέρει η Συγκεντρωτική κατάσταση.
10 ΑΡ. ΕΝΤΥΠΟΥ		TR-4300

Ο ΚΑΤΑΘΕΤΗΣ
(απαραίτητη η αναγραφή της επωνυμίας του καταθέτη)

Π.Ρ.Ο.Σ.Ο.Χ.Η

- Ο υπόχρεος συμπληρώνει Μ Ο Ν Ο τα κενά πεδία.
- Το έντυπο αυτό συμπληρώνεται από τον υπόχρεο για κατάθεση.
- Με **συμπληρωμένο το έντυπο** ο υπόχρεος (διαφημιστής ή διαφημιζόμενος κατά περίπτωση) προσέρχεται σε οποιοδήποτε Κατάστημα της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ για να καταβάλει το φόρο τηλεοπτικών διαφημίσεων.
- **Τυχόν ελλειπής συμπλήρωση του εντύπου καθιστά αδύνατη τη συναλλαγή καταβολής του φόρου.** Σ' αυτή την περίπτωση η ευθύνη δεν ανήκει στην ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ.
- Το παρόν θα παραδίδεται και θα παραμένει στο Κατάστημα συναλλαγής της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ μαζί με ένα αντίγραφο της Συγκεντρωτικής Κατάστασης Απόδοσης Φόρου Τηλεοπτικών Διαφημίσεων.

ΕΝΤΥΠΟ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΑΓΓΕΛΙΟΣΗΜΟΥ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΥΠΕΡ ΤΣΠΕΑΘ

ΠΕΔΙΑ ΟΘΟΝΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

01 ΑΡ. ΠΕΛΑΤΗ	9512700000	
02 ΑΡ. ΛΟΓ/ΣΜΟΥ	04054612868	
03 ΠΟΣΟ		Συμπληρώνετε το συνολικό ποσό του αγγελιόσημου Τηλεοπτικών Διαφημίσεων, όπως αναφέρεται ως άθροισμα της συγκεντρωτικής κατάστασης.
05 ΤΡΟΠ. ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ		
06 ΚΩΔ. ΥΠΟΧΡΕΟΥ	99	
07 ΕΠΩΝΥΜΙΑ		
08 ΚΩΔ. ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑΣ	01016	
09 ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ		Συμπληρώνεται από τον υπόχρεο, η επωνυμία του
10 ΑΡ. ΕΝΤΥΠΟΥ		TR-4300

Ο ΚΑΤΑΘΕΤΗΣ
(απαραίτητη η αναγραφή της επωνυμίας του καταθέτη)

Π.Ρ.Ο.Σ.Ο.Χ.Η

- Ο υπόχρεος (διαφημιστής ή διαφημιζόμενος) συμπληρώνει Μ Ο Ν Ο τα κενά πεδία.
- Το έντυπο αυτό συμπληρώνεται από τον υπόχρεο για κατάθεση.
- Με συμπληρωμένο το έντυπο ο υπόχρεος (διαφημιστής ή διαφημιζόμενος κατά περίπτωση) προσέρχεται σε οποιοδήποτε Κατάστημα της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ για να καταβάλει το αγγελιόσημο τηλεοπτικών διαφημίσεων.
- **Τυχόν ελλειπής συμπλήρωση του εντύπου καθιστά αδύνατη τη συναλλαγή καταβολής του αγγελιοσήμου.** Σ' αυτή την περίπτωση η ευθύνη δεν ανήκει στην ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ.
- Το παρόν θα παραδίδεται και θα παραμένει στο Κατάστημα συναλλαγής της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ μαζί με ένα αντίγραφο της συγκεντρωτικής Κατάστασης Αγγελιοσήμου Τηλεοπτικών Διαφημίσεων.
- Οι όροι που αναφέρονται στο παρόν έντυπο (π.χ. 06 Κωδ. Υποχρεου) αφορούν αποκλειστικά ονομασίες πεδίων διαδικασιών της Τράπεζας.

ΕΝΤΥΠΟ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΑΓΓΕΛΙΟΣΗΜΟΥ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΥΠΕΡ ΤΣΠΕΑΘ

ΠΕΔΙΑ ΟΘΟΝΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

01 ΑΡ. ΠΕΛΑΤΗ	9512700000	
02 ΑΡ. ΛΟΓ/ΣΜΟΥ	04054612942	
03 ΠΟΣΟ		Συμπληρώνετε το συνολικό ποσό του αγγελιόσημου ραδιοφωνικών διαφημίσεων, όπως αναγράφεται ως άθροισμα της Συγκεντρωτικής Κατάστασης.
05 ΤΡΟΠ. ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ		
06 ΚΩΔ. ΥΠΟΧΡΕΟΥ	99	
07 ΕΠΩΝΥΜΙΑ		
08 ΚΩΔ. ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑΣ	01016	
09 ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ		Συμπληρώνεται από τον υπόχρεο η επωνυμία του
10 ΑΡ. ΕΝΤΥΠΟΥ		TR-4300

Ο ΚΑΤΑΘΕΤΗΣ
(απαραίτητη η αναγραφή της επωνυμίας του καταθέτη)

ΠΡΟΣΟΧΗ

- Ο Υπόχρεος συμπληρώνει ΜΟΝΟ τα κενά πεδία.
- Το έντυπο αυτό συμπληρώνεται από τον Υπόχρεο για κατάθεση.
- Με **συμπληρωμένο το έντυπο** ο υπόχρεος (διαφημιστής ή διαφημιζόμενος κατά περίπτωση) προσέρχεται σε οποιοδήποτε Κατάστημα της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ για να καταβάλει το αγγελιόσημο ραδιοφωνικών διαφημίσεων.
- **Τυχόν ελλειπής συμπλήρωση του εντύπου καθιστά αδύνατη τη συναλλαγή καταβολής του αγγελιοσήμου.** Σ' αυτή την περίπτωση η ευθύνη δεν ανήκει στην ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ.
- Το παρόν θα παραδίδεται και θα παραμένει στο Κατάστημα συναλλαγής της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ μαζί με ένα αντίγραφο της Συγκεντρωτικής Κατάστασης Αγγελιοσήμου Ραδιοφωνικών Διαφημίσεων.
- Οι όροι που αναφέρονται στο παρόν έντυπο (π.χ. 06 Κωδ. Υπόχρεου) αφορούν αποκλειστικά ονομασίες πεδίων διαδικασιών της Τράπεζας.

ΕΝΤΥΠΟ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΑΓΓΕΛΙΟΣΗΜΟΥ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΥΠΕΡ ΤΣΠΕΑΘ

ΠΕΔΙΑ ΟΘΟΝΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

01 ΑΡ. ΠΕΛΑΤΗ	9512700000	
02 ΑΡ. ΛΟΓ/ΣΜΟΥ	04054613080	
03 ΠΟΣΟ		Συμπληρώνετε το συνολικό ποσό του αγγελιόσημου διαφημίσεων Περιοδικού Τύπου, όπως αναφέρεται ως άθροισμα της συγκεντρωτικής κατάστασης.
05 ΤΡΟΠ. ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ		
06 ΚΩΔ. ΥΠΟΧΡΕΟΥ	99	
07 ΕΠΩΝΥΜΙΑ		
08 ΚΩΔ. ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑΣ	01016	
09 ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ		Συμπληρώνεται από τον υπόχρεο, η επωνυμία του
10 ΑΡ. ΕΝΤΥΠΟΥ		

TR-4300

Ο ΚΑΤΑΘΕΤΗΣ
(απαραίτητη η αναγραφή της επωνυμίας του καταθέτη)

ΠΡΟΣΟΧΗ

- Ο υπόχρεος (διαφημιστής ή διαφημιζόμενος) συμπληρώνει ΜΟΝΟ τα κενά πεδία.
- Το έντυπο αυτό συμπληρώνεται από τον υπόχρεο για κατάθεση.
- Με συμπληρωμένο το έντυπο ο υπόχρεος (διαφημιστής ή διαφημιζόμενος κατά περίπτωση) προσέρχεται σε οποιοδήποτε Κατάστημα της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ για να καταβάλει το αγγελιόσημο διαφημίσεων περιοδικού τύπου.
- Τυχόν ελλειπής συμπλήρωση του εντύπου καθιστά αδύνατη τη συναλλαγή καταβολής του αγγελιοσήμου. Σ' αυτή την περίπτωση η ευθύνη δεν ανήκει στην ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ.
- Το παρόν θα παραδίδεται και θα παραμένει στο Κατάστημα συναλλαγής της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ μαζί με ένα αντίγραφο της συγκεντρωτικής Κατάστασης Αγγελιοσήμου Διαφημίσεων Περιοδικού Τύπου.
- Οι όροι που αναφέρονται στο παρόν έντυπο (π.χ. 06 Κωδ. Υποχρεου) αφορούν αποκλειστικά ονομασίες πεδίων διαδικασιών της Τράπεζας.

ΕΝΤΥΠΟ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΑΓΓΕΛΙΟΣΗΜΟΥ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΗΜΕΡΗΣΙΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΥΠΕΡ ΕΔΟΕΑΠ

ΠΕΔΙΑ ΟΘΟΝΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

01 ΑΡ. ΠΕΛΑΤΗ	9512700018	
02 ΑΡ. ΛΟΓ/ΣΜΟΥ	04054613163	
03 ΠΟΣΟ		Συμπληρώνετε το Συνολικό ποσό του αγγελιοσήμου διαφημίσεων Ημερήσιων Εφημερίδων όπως αναφέρεται ως άθροισμα της Συγκ/κής Κατ/σης.
05 ΤΡΟΠ. ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ		
06 ΚΩΔ. ΥΠΟΧΡΕΟΥ	99	
07 ΕΠΩΝΥΜΙΑ		
08 ΚΩΔ. ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑΣ	01016	
09 ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ		Συμπληρώνεται από τον υπόχρεο η επωνυμία του.
10 ΑΡ. ΕΝΤΥΠΟΥ		TR-4300

Ο ΚΑΤΑΘΕΤΗΣ
(απαραίτητη η αναγραφή της επωνυμίας του καταθέτη)

ΠΡΟΣΟΧΗ

- Ο υπόχρεος συμπληρώνει ΜΟΝΟ τα κενά πεδία.
- Το έντυπο αυτό συμπληρώνεται από τον υπόχρεο (διαφημιστή ή διαφημιζόμενο) για κατάθεση.
- Με συμπληρωμένο το έντυπο ο υπόχρεος (διαφημιστής ή διαφημιζόμενος κατά περίπτωση) προσέρχεται σε οποιοδήποτε Κατάστημα της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ για να καταβάλει το αγγελιόσημο διαφημίσεων ημερήσιων εφημερίδων.
- Τυχόν ελλειπής συμπλήρωση του εντύπου καθιστά αδύνατη τη συναλλαγή καταβολής του αγγελιοσήμου. Σ' αυτή την περίπτωση η ευθύνη δεν ανήκει στην ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ.
- Το παρόν θα παραδίδεται και θα παραμένει στο Κατάστημα συναλλαγής της ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ μαζί με ένα αντίγραφο της συγκεντρωτικής Κατάστασης Αγγελιοσήμου Διαφημίσεων Ημερήσιων Εφημερίδων.

Οι όροι που αναφέρονται στο παρόν έντυπο (π.χ. 06 Κωδ. Υπόχρεου) αφορούν αποκλειστικά ονομασίες πεδίων διαδικασιών της Τράπεζας

5. Τιμοκατάλογος Διαφημίσεων

Όπως είναι φανερό από την μελέτη των προηγουμένων, βασικό όργανο λειτουργίας των λογιστηρίων των Μ.Μ.Ε. από 1.1.1996 είναι ο τιμοκατάλογος διαφημίσεων που κατατίθεται στην αρμόδια ΔΟΥ και σύμφωνα με τον οποίο γίνεται η τιμολόγηση των διαφημίσεων.

Οι τιμοκατάλογοι των Μ.Μ.Ε. έχουν ποικίλες μορφές. Ο νόμος δεν απαιτεί τρόπο σύνταξης του τιμοκαταλόγου, δεν επιβάλλει τιμές ή μονάδα μέτρησης. Δεν αναφέρεται στην εμπορική πολιτική, η οποία παραμένει δικαίωμα της επιχείρησης. Ο νόμος απαιτεί την συμφωνία ανάμεσα στον τιμοκατάλογο, το βιβλίο διαφημίσεων και την τιμολόγηση.

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΥ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ

ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΥ ΣΤΑΘΜΟΥ

ΚΟΣΤΟΣ / 300

ΩΡΕΣ	SPOT	ΣΦΗΝΑ
06.45 - 07.00	Α*	—
07.00 - 08.00	Ε*	Β*
08.00 - 09.00	Α	Β
09.00 - 11.00	Β	Δ
11.00 - 13.00	Β	Γ
13.00 - 14.00	Α	Β
14.00 - 15.00	Γ	Ε
15.00 - 17.00	Β	Γ
17.00 - 18.30	Β	Ε
18.30 - 20.00	Α	Β
20.00 - 21.00	Γ	Ζ*
21.00 - 22.00	Α	Δ
22.00 - 23.00	Β	Ζ
23.00 - 24.00	Β*	Ε
24.00 - 01.00	Α	Β
01.00 - 03.30	Α*	Ε*

1

[1]ΣΗΜΕΙΩΣΗ :

1. Α* = 150 δρχ./ sec — Α = 100 δρχ./ sec
   Β* = 200 δρχ./ sec — Β = 400 δρχ./ sec
   Γ = 1.800 δρχ./ sec — Δ = 8.000 δρχ./ sec
   Ε = 8.000 δρχ./ sec — Ζ* = 15.000 δρχ./ sec
   Ζ = 16.000 δρχ./ sec — Ε* = 11.000 δρχ./ sec

2. Οι τιμές είναι αρχικές [Not]
   Έκπτωση διαφημιστικής εταιρείας 20%
   Στις πληρωμές ΜΕΤΡΗΤΟΙΣ επιπλέον έκπτωση 10%

3. Στον ΟΠΑΠ πέραν των πιο πάνω εκπτώσεων παρέχεται έκπτωση 35%

4. Στο Υπ. Οικονομικών παρέχεται επιπλέον έκπτωση 12.28%, όταν μεσολαβεί Διαφημιστικό Γραφείο.

5. Στον ΟΤΕ πέραν των πιο πάνω εκπτώσεων παρέχεται έκπτωση 37%

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΥ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ

ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΥ ΣΤΑΘΜΟΥ

Α'1 ΓΕΝΙΚΟΣ ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΣ

ΩΡΑ ΜΕΤΑΔΟΣΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΥ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ	ΖΩΝΗ	Τιμή ανά δευτερόλεπτο για διαφημιζόμενους πελάτες (δρχ.)	Τιμή ανά δευτερόλεπτο για διαφημιστικές εταιρείες (δρχ.)
06.01 - 07.00	Γ'	2.000	1.600
07.01 - 10.00	Α'	2.800	2.240
10.01 - 14.00	Δ'	1.800	1.440
14.01 - 16.00	Β'	2.200	1.760
16.00 - 22.00	Ε'	1.000	800
22.01 - 06.00	ΣΤ'	500	400

Παρατηρήσεις :

1) Τα τιμολόγια μας επιβαρύνονται με αγγελιόσημο 21,55% και Φ.Π.Α. 18%.

2) Η εξόφληση των τιμολογίων μας γίνεται με αξιόγραφα διάρκειας 3 - 6 μηνών από την έκδοσή τους.

3) Σε περίπτωση εξόφλησης με μετρητά, σε ένα μήνα από την έκδοση του τιμολογίου, ισχύει ο πιο κάτω τιμοκατάλογος.

Α1) ΓΕΝΙΚΟΣ ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΣ - ΕΞΟΦΛΗΣΗ ΜΕ ΜΕΤΡΗΤΑ

ΩΡΑ ΜΕΤΑΔΟΣΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΥ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ	ΖΩΝΗ	Τιμή ανά δευτερόλεπτο για διαφημιζόμενους πελάτες(δρχ.)	Τιμή ανά δευτερόλεπτο για διαφημιστικές εταιρείες
06.01 - 07.00	Γ'	1.800	1.440
07.01 - 10.00	Α'	2.520	2.016
10.01 - 14.00	Δ'	1.620	1.296
14.01 - 16.00	Β'	1.980	1.584
16.01 - 22.00	Ε'	900	720
22.01 - 06.00	ΣΤ'	450	360

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΥ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ

ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ

1. ΑΣΠΡΟΜΑΥΡΕΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΧΩΡΙΣΕΙΣ

ΣΕΛΙΔΑ	ΤΙΜΗ ΕΚΑΤΟΣΤΟΥ	ΟΛΟΣΕΛΙΔΗ
3	8.000	—
5	6.500	1.200.000
7	5.500	1.100.000
ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΣΑΛΟΝΙ	6.500	—
ΛΟΙΠΕΣ ΔΕΞΙΕΣ	4.000	800.000
ΛΟΙΠΕΣ ΑΡΙΣΤΕΡΕΣ	3.500	700.000

2. ΕΙΔΙΚΕΣ ΘΕΣΕΙΣ

1η σελίδα	2x8 εκ.	400.000
Τελευταία σελίδα	2x8 εκ.	300.000
Κεντρικό σαλόνι		1.200.000
Οπισθόφυλλο "ΑΘΗΝΑΙΚΩΝ" τιμή εκατοστού		7.000
Δημοσίευση φωτογραφίας επιπλέον		15.000

3. ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

- Οι έγχρωμες καταχωρίσεις επβαρύνονται με 30%
- Καταχωρίσεις άνω των 28 εκ. ύψος τιμολογούνται για ολόκληρο το ύψος της στήλης.
- Οι αναφερόμενες στον τιμοκατάλογο ειδικές σελίδες (3,5,7,9, κεντρικό σαλόνι) χρεώνονται με τις ειδικές τιμές μόνον αν έχουν ζητηθεί γραπτώς από τον διαφημιζόμενο.
- Το κεντρικό σαλόνι είναι έγχρωμο και επιβαρύνεται με 30%.

4. ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Εκπτώσεις Καμπάνιας (μέγιστο διάστημα 60 ημέρες από την 1η καταχώριση)

Για την 3η καταχώριση 5%
Για την 4η καταχώριση 10%
Για την 5η καταχώριση 15%
Για την 6η καταχώριση 20%

Η έκπτωση ισχύει εφόσον ο διαφημιστής έχει ενημερώσει έγκαιρα με την εντολή της πρώτης καταχώρισης.
Καταχωρίσεις για το διάστημα : 1/8 έως 31/8 & 10/12 έως 10/1/98, επιπλέον έκπτωση 20%.

5. ΕΝΘΕΤΑ ΜΕΧΡΙ 4 ΣΕΛΙΔΕΣ

Πανελλαδικά 800.000
Αθήνα - Πειραιά 600.000
Αθήνα - Πειραιά - Θεσ/νικη 700.000
Θεσσαλονίκη 200.000

ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

- Κάθε επιπλέον 2σέλιδο χρεώνεται με 100.000 δρχ.
- Το κόστος ένθεσης επιβαρύνεται με εργατικά 5 δρχ. το ένθετο.
- Κάθε επιπλέον νόμος εκτός Αθήνας - Θεσ/νικης χρεώνεται με 70.000 δρχ.
- Η αποένθεση χρεώνεται 5 δρχ. ανά ένθετο.

ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ ΕΝΘΕΤΩΝ

Για το 3ο ένθετο 5%
Για το 4ο ένθετο 10%
Για το 5ο ένθετο 15%
Για το 6ο ένθετο 20%

Η έκπτωση στα ένθετα αφορά τον αριθμό των ενθέτων του ίδιου διαφημιζόμενου που θα γίνουν μέχρι την λήξη του παρόντος τιμοκαταλόγου και υπολογίζεται μόνο επί της τιμής φιλοξενίας του ενθέτου.

6. ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ

- Κινηματογραφικές διαφημίσεις : το εκατοστό στήλης 2.000
- Τράπεζες : Σύμφωνα με απόφαση ΕΙΗΕΑ
- Ξένες δημοσιεύσεις διαφημιστικά άρθρα διαμαρτυρίες ανακοινώσεις κ.λπ. με ειδική συμφωνία
- Ισολογισμοί και προσκλήσεις Δ.Σ. χρεώνονται με εμπορικό τιμολόγιο. Οι καταχωρίσεις αυτές δεν υπόκεινται στις κλίμακες και στις παροχές του παρόντος τιμικαταλόγου.

ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΔΙΑΦΗΜΙΖΟΜΕΝΩΝ

1) ΠΟΛΙΤΙΚΑ ΚΟΜΜΑΤΑ & ΝΕΟΛΑΙΕΣ
   α) Εμπορικό τιμολόγιο εκτός προεκλογικής περιόδου
   β) Ειδική συμφωνία σε προεκλογική περίοδο

2) ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΧΩΡΙΣΕΙΣ ΜΕ ΑΛΛΑ Μ.Μ.Ε.
   Χρεώνονται με έκπτωση 95% επί των τιμών του τιμοκαταλόγου εκτός εάν υπάρχει ειδική γραπτή συμφωνία.

3)ΓΙΑ ΕΤΗΣΙΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΤΑΧΩΡΙΣΕΩΝ ΕΝΘΕΤΩΝ
   Μπορεί να γίνουν κατά περιπτώσεις ειδικές γραπτές συμφωνίες με νομική κοινοποίηση.

4) ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΝΠΔΔ Η ΝΠΙΔ
   τα οποία επιδιώκουν κοινωφελείς ή πολιτιστικούς σκοπούς (όπως ορίζονται στη διάταξη του ΕΔ. ΣΤ΄, ΠΑΡ. 1 ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 8 Ν. 2238/1994) καθώς και κοινωφελών ιδρυμάτων, σωματείων κ.λπ. έχουν έκπτωση 80% επί των τιμών του τιμοκαταλόγου.

7. ΜΙΚΡΕΣ ΑΓΓΕΛΙΕΣ

Αγγελίες με μικρά γράμματα μέχρι 20 λέξεων 1.500 δρχ.
(η κάθε επιπλέον λέξη με μικρά γράμματα 50 δρχ.)

Αγγελίες με μεγάλα γράμματα μέχρι 20 λέξεων 1.800 δρχ.
(η κάθε επιπλέον λέξη 100 δρχ.)

Οι Αγγελίες σε πλαίσιο επιβαρύνονται 50%

Στα διαφημιστικά γραφεία παρέχεται έκπτωση 20% για εξόφληση μετρητοίς.
Στις ανωτέρω τιμές περιέχεται το αγγελιόσημο 10% και ο Φ.Π.Α. 18%

Πλαίσιο στις σελίδες των μικρών αγγελιών
Εκατοστό στήλης 3.000 δρχ.

ΕΚΠΤΩΤΙΚΗ ΚΛΙΜΑ :

Οι.....15.....10%
Οι.....30.....15%
Οι.....50.....20%

8. ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ

- Προαγγελίες γάμων αναγγελίες αρραβώνων συγχαρητήρια.....5.000
- Αφίξεις - αναχωρήσεις.....7.000
- Ευχαριστήρια - Δωρεές.....7.000
- Κηδείες - Πένθη - Μνημόσυνα.....5.000
- Ψηφίσματα.....30.000
- Κοινωνικά που συνοδεύονται από φωτογραφία.....20.000

Στις ανωτέρω τιμές περιέχεται το αγγελιόσημο 20% και ο Φ.Π.Α 18%

ΟΡΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

• Στις τιμές του τιμοκαταλόγου εφόσον μεσολαβεί διαφημιστική επιχείρηση παρέχεται έκπτωση 20%.

• Ο λήπτης του τιμολογίου μας υποχρεούται να αποδώσει το αγγελιόσημο 20% επί της αξίας του στις νόμιμες προθεσμίες.

• Τα τιμολόγια μας επιβαρύνονται με Φ.Π.Α 18%.

• Η εξόφληση των τιμολογίων μας γίνεται με αξιόγραφα διάρκειας έως 5 μηνών εντός 30 ημερών από της έκδοσή τους.

• Όταν η εξόφληση των τιμολογίων γίνεται εντός 30 ημερών από την έκδοση τους τοις μετρητοίς παρέχεται επιπλέον έκπτωση 10%.

• Η εφημερίδα μπορεί σε περίπτωση κακής εκτύπωσης διαφημιστικής καταχώρισης να επαναλάβει την καταχώριση δωρεάν.

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΥ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ

ΧΩΡΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ	ΤΙΜΗ ΧΡΕΩΣΗΣ
ΔΙΑΚΕΚΡΙΜΕΝΕΣ ΣΕΛΙΔΕΣ	
ΟΠΙΣΘΟΦΥΛΛΟ	1,950,000
Β' ΕΞΩΦΥΛΛΟ	1,650,000
Γ' ΕΞΩΦΥΛΛΟ	1,450,000
Α' ΥΛΗΣ	1,450,000
ΕΣΩΤΕΡΙΚΕΣ 4ΧΡ	
ΣΕΛΙΔΑ	1,300,000
3/4 ΣΕΛΙΔΑΣ	1,000,000
1/2 ΣΕΛΙΔΑΣ	750,000
1/4 ΣΕΛΙΔΑΣ	450,000
ΣΑΛΟΝΙ	2,600,000
1/2 ΣΑΛΟΝΙ	1,500,000
ΕΣΩΤΕΡΙΚΕΣ ΑΜ	
ΣΕΛΙΔΑ	1,000,000
3/4 ΣΕΛΙΔΑΣ	800,000
1/2 ΣΕΛΙΔΑΣ	600,000
1/4 ΣΕΛΙΔΑΣ	350,000
1/8 ΣΕΛΙΔΑΣ	180,000
1/16 ΣΕΛΙΔΑΣ	100,000
ΣΑΛΟΝΙ	2,000,000
1/2 ΣΑΛΟΝΙ	1,200,000

ΣΗΜΕΙΩΣΗ => Οι δίχρωμες καταχωρίσεις επιβαρύνονται με 20% στις παραπάνω τιμες.

6. Τριπλότυπο Αναλυτικό Ημερολόγιο Διαφημίσεων

Το ώς άνω ημερολόγιο πρέπει να θεωρείται πλέον απαραίτητο για την εύρυθμη λειτουργία του λογαριασμού ενός Μ.Μ.Ε. Ομοιάζει με τα ειδικά βιβλία του Κ.Β.Σ. και τα στοιχεία τα οποία πρέπει να συμπεριλαμβάνει αναφέρονται αναλυτικά στην υπ' αριθ.
1086567/ 40/ Τ & ΕΦ/ 19- 8- 96 Υπουργική απόφαση.

Για τα έντυπα (περιοδικά & εφημερίδες) πρέπει να έχει τις κάτωθι στήλες.

1. α/α
2. Επωνυμία πελάτη ή διαφημιστή
3. ΑΦΜ
4. Επωνυμία διαφημιζόμενου
5. ΑΦΜ
6. Περιγραφή διαφήμισης
7. Κωδ. εντολής
8. Σελίδα
9. Θέση
10. Διαστάσεις
11. Λοιπά χαρακτηριστικά
12. Τιμή ανά cm
13. Καθαρή αξία δρχ.
14. Νούμερο τιμολογίου
15. Παραστατικό καταβολής αγγελιοσήμου
16. Ποσό αγγελιοσήμου
17. Παρατηρήσεις

Για τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα, πρέπει να έχει τις κάτωθι στήλες:

1. α/α
2. Επωνυμία πελάτη ή διαφημιστή
3. ΑΦΜ
4. Επωνυμία διαφημιζόμενου
5. ΑΦΜ
6. Περιγραφή διαφημιστικού μηνύματος
7. Κωδικός εντολής
8. Ζώνη μετάδοσης
9. Εκπομπή
10. Ώρα μετάδοσης
11. Διάρκεια spot
12. Τιμή μονάδος

13. Καθαρή αξία δρχ.
14. Νούμερο τιμολογίου
15. Παραστατικό καταβολής αγγελιοσήμου
16. Ποσό αγγελιοσήμου
17. Παραστατικό καταβολής ειδικού φόρου
18. Ποσό ειδικού φόρου
19. Παρατηρήσεις

Παρατίθεται συγκεκριμένο υπόδειγμα από 1 σελίδα Τριπλότυπου Αναλυτικού Ημερολογίου Διαφημίσεων ραδιοφωνικού σταθμού.

ΤΡΙΠΛΟΤΥΠΟ ΑΝΑΛΥΤΙΚ

α/α	ΠΕΛΑΤΗΣ	ΑΦΜ	ΔΙΑΦΗΜΙΖΟΜΕΝΟΣ	ΑΦΜ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟ ΜΗΝΥΜΑ
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					

Ο Συντάξας

Ο ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ

ΚΩΔ. ΕΝΤΟΛΗΣ	Ω Ρ Α ΜΕΤ/ΣΗΣ - ΕΝΑΡΞΗ	ΖΩΝΗ ΚΩΔ. ΤΙΜ/ΓΟΥ	ΔΙΑΡΚΕΙΑ SPOT	Τ Ι Μ Η ΜΟΝΑΔΟΣ	Κ

7. Τιμολόγιση διαφημίσεων και υποδείγματα τιμολογίων

Η τιμολόγιση των διαφημίσεων έχει, μετά την εφαρμογή του άρθρ. 33 του Ν. 2429/96 τις κάτωθι διαφορές από την προηγούμενη :

α) Αναγράφονται τα στοιχεία όχι μόνο της διαφημιστικής εταιρείας - πελάτη, αλλά και του διαφημιζόμενου.

β) Κοινοποιείται ένα αντίγραφο στον διαφημιζόμενο. Κατόπιν αυτού τα περισσότερα λογιστήρια εκδίδουν τιμολόγια τετραπλότυπα π.χ.

λευκό : πελάτης
ροζ : διαφημιζόμενος
μπλε : λογιστήριο
κίτρινο : στελεχος

γ) Ο ειδικός φόρος και το αγγελιόσημο αναφέρονται στο τιμολόγιο "εκτός χρεώσεως" προκειμένου ο λήπτης να γνωρίζει τις υποχρεώσεις του. Ο ειδικός φόρος και το αγγελιόσημο δεν χρεώνονται στον λήπτη και αποδίδονται από το Μ.Μ.Ε. όπως πρώτα, αλλά ειδοποιείται ο λήπτης του τιμολογίου διαφήμισης προκειμένου να τα αποδόσει ο ίδιος.

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΥ ΣΤΑΘΜΟΥ

ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟ ΑΡΘΡΟ 33 ΤΟΥ Ν. 2429/ 86

ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ (ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ)

Εκδότης : STAR. ΑΕ
Πελάτης : BOLD ΑΕ
Διαφημιζόμενος : Πορτοκαλάδα FANTA ΕΠΕ

ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ	Ποσά δρχ.
Περιγραφή διαφημιστικών μηνυμάτων εκπομπή - διάρκεια - ώρα μετάδοσης τιμή ανά sec - έκπτωση κ.λπ. (περίπτωση τιμοκαταλόγου μας)	
Συνολικό ποσό	200.000
ΦΠΑ 18%	36.000
Σύνολο δρχ.	236.000

[1]

[1]Σημείωση :
Για το παρόν τιμολόγιο πρέπει να αποδοθεί αγγελιόσημο 21.5% , 43.000 δρχ. και ειδικός φόρος 60.000 δρχ. σύμφωνα με το άρθρο 33 Ν. 2429/96.

Εγγραφές στα βιβλία του εκδότη :

	Χ	Π
30 Πελάτες		
30.00 Πελάτες εσωτερικού		
30.00.14 Bold AE	236.000	
73 Πωλήσεις Υπηρεσιών		200.000
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.00 ΦΠΑ		
54.00.73 ΦΠΑ Εκροών - Πωλήσεων Υπηρεσιών λογαριασμού 73		36.000

[1]

[1]Σημείωση :
Για το αγγελιόσημο και τον ειδικό φόρο δεν γίνονται καμία εγγραφή, καθ' όσον ο εκδότης του τιμολογίου ούτε χρεώνει ή εισπράττει τις ως άνω επιβαρύνσεις ούτε τις αποδίδει.

Εγγραφές στα βιβλία του πελάτη - λήπτη :

	Χ	Π
64 Διαφορα έξοδα		
64.02 Έξοδα προβολής και διαφήμισης		
64.02.01 Διαφημίσεις από το ραδιόφωνο - τηλεόραση	200.000	
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.00 ΦΠΑ		
54.00.29 ΦΠΑ Εισροών - Εξόδων - Δαπανών ομάδων 6&8	36.000	
50 Προμηθευτές		
50.00 Προμηθευτές εσωτερικού		236.000
50.00.45 STAR AE		

64 Διάφορα έξοδα	103.000	
64.02 Έξοδα προβολής και διαφήμισης		
64.02.01 Διαφημίσεις από το ραδιόφωνο - τηλεόραση		
64.02.01.05 Ειδικός φόρος	(60.000)	
64.02.01.01 Αγγελιόσημο	(43.000)	
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		103.000
54.90 Αγγελιόσημο & ειδικός φόρος επί διαφημίσεων		
54.90.01 Αγγελιόσημο		(43.000)
54.90.05 Ειδικός φόρος		(60.000)

Όταν τα ώς άνω ποσά αποδίδονται με ισόποσες καταθέσεις στους ειδικούς λογαριασμούς της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος ΑΕ χρεώνεται ο λογαριασμός 54.90 και πιστώνεται ανάλογα ο ΚΑ 38 - Χρηματικά Διαθέσιμα.

Εγγραφές στα βιβλία του διαφημιζόμενου :

Με το τιμολόγιο που κοινοποιείται στον διαφημιζόμενο δεν γίνεται καμία εγγραφή στα βιβλία του. Ο διαφημιζόμενος αναμένει σχετικό τιμολόγιο του διαφημιστή και το δεύτερο αντίγραφο του τιμολογίου του τηλεοπτικού σταθμού έχει γι' αυτόν μόνο ενημερωτική και ελεγκτική αξία.

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΥ ΣΤΑΘΜΟΥ

ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟ ΑΡΘΡΟ 33 Ν. 2429/86

ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ (ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ)

Εκδότης : FLASH 961 FM ΑΕ
Πελάτης : ΑΔΕΛ ΑΕ
Διαφημιζόμενος : Casio ΑΕ

ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ	Ποσά δρχ.
Περιγραφή διαφημιστικών μηνυμάτων εκπομπή - διάρκεια - ώρα μετάδοσης τιμή ανά sec - έκπτωση κ.λπ. (Περίπτωση τιμοκαταλόγου μας ....)	
Συνολικό ποσό	110.000
ΦΠΑ 18%	19.800
Σύνολο δρχ.	129.800

[1]

[1]Σημείωση :
Για το παρόν τιμολόγιο πρέπει να αποδοθεί αγγελιόσημο 21.5 % δρχ. 23.650 σύμφωνα με το άρθρο 33 Ν. 2429/ 96.

Εγγραφές στα βιβλία του εκδότη :

	Χ	Π
30 Πελάτες		
30.00 Πελάτες εσωτερικού		
30.00.18 ΑΔΕΛ ΑΕ	129.800	
73 Πωλήσεις Υπηρεσιών		110.000
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.00 ΦΠΑ		
54.00.73 ΦΠΑ Εκροών - Πωλήσεων Υπηρεσιών λογαριασμού 73		19.800

Εγγραφές στα βιβλία του πελάτη - λήπτη :

	Χ	Π
64 Διάφορα έξοδα		
64.02 Έξοδα προβολής & διαφήμισης		
64.02.01 Διαφημίσεις από το ραδιόφωνο - τηλεόραση	110.000	
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.00 ΦΠΑ		
54.00.29 ΦΠΑ Εισροών Εξόδων - Δαπανών ομάδων 6&8	19.800	
50 Προμηθευτές		
50.00 Προμηθευτές εσωτερικού		129.800
50.00.61 Flash 9.61 FM AE		

64 Διάφορα έξοδα		
64.02 Έξοδα προβολής & διαφήμισης		
64.02.01 Διαφημίσεις από το ραδιόφωνο - τηλεόραση		
64.02.01.01 Αγγελιόσημο	23.650	
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.90 Αγγελιόσημο & ειδικός φόρος επί διαφημίσεων		
54.90.01 Αγγελιόσημο		23.650

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ Ή ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ

ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟ ΑΡΘΡΟ 33 Ν. 2429/ 86

ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ (ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ)

Εκδότης : ΤΗΛΕΡΑΜΑ ΕΠΕ
Πελάτης : ΤΕΜΡΟ ΑΕ
Διαφημιζόμενος : ΠΑΠΥΡΟΣ ΑΕ

ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ	Ποσά δρχ.
Περιγραφή διαφημιστικών καταχωρίσεων τεύχος, σελίδα, μέγεθος καταχώρισης έγχρωμη ή όχι εκπτύπωση κ.λπ. (Περίπτωση τιμολογίου μας. ...)	
Συνολικό ποσό δρχ.	80.000
ΦΠΑ 18%	14.400
Σύνολο δρχ.	94.400

[1]

[1]Σημείωση :
Για το παρόν τιμολόγιο πρέπει να αποδοθεί αγγελιόσημο 20% δρχ. 16.000 σύμφωνα με το άρθρο 33 Ν. 2429/ 96.

Εγγραφές στα βιβλία του εκδότη :

	Χ	Π
30 Πελάτες		
30.00 Πελάτες εσωτερικού		
30.00.33 ΤΕΜΡΟ ΑΕ	94.400	
73 Πωλήσεις Υπηρεσιών		80.000
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.00 ΦΠΑ		
54.00.73 ΦΠΑ Εκροών - Πωλήσεων Υπηρεσιών λογαριασμού 73		14.400

Εγγραφές στα βιβλία του πελάτη - λήπτη :

	Χ	Π
64 Διάφορα έξοδα		
64.02 Έξοδα προβολής και διαφήμισης		
64.02.00 Διαφημίσεις από τον τύπο	80.000	
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.00 ΦΠΑ		
54.00.29 ΦΠΑ Εισροών εξόδων - Δαπανών ομάδων 6&8	14.400	
50 Προμηθευτές		
50.00 Προμηθευτές εσωτερικού		
50.00.42 Τηλέραμα ΕΠΕ		94.400

64 Διάφορα έξοδα	
64.02 Έξοδα προβολής και διαφήμισης	
64.02.00 Διαφημίσεις από τον τύπο	
64.02.00.01 Αγγελιόσημο	16.000

54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη	
54.90 Αγγελιόσημο & ειδικός φόρος επί διαφημίσεων	
54.90.01 Αγγελιόσημο	16.000

Για τον λογιστικό χειρισμό του αγγγελιοσήμου και του ειδικού φόρου επί των διαφημίσεων το Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας /Εθνικό Συμβούλιο Λογιστικής εξέδωσε την Γνωμάτευση Νº 278 αριθ. πρωτ. 38387/2315/31.10.1996, η οποία έχει ως εξής :

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΟΡΘΗ ΕΠΑΝΑΛΗΨΗ (14.11.96)
ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

Αθήνα, 31 Οκτωβρίου 1996
Αριθμ. Πρωτ. 38387/2315
Αριθμ. Γνωμ. 278

ΠΡΟΣ : Τους Αποδέκτες του Π.Δ.

ΘΕΜΑ : Λογιστικός χειρισμός αγγελιοσήμου και ειδικού φόρου επί των διαφημίσεων μετά του Ν. 2429/1996 - Αντικατάσταση Γνωμ. 232/2209/1994

Επειδή οι νέες διατάξεις του άρθρου 33 του Ν. 2429/1996 (ΦΕΚ τ.Α΄155/10.7.96), με το οποίο αντικαταστάθηκε το άρθρο 12 του Ν. 2328/1995, ρυθμίζουν κατά διαφορετικό τρόπο τον υπόχρεο και την ακολουθητέα διαδικασία για την απόδοση του αγγελιόσημου και του ειδικού φόρου επί των διαφημίσεων, ανακύπτει η ανάγκη αντίστοιχης προσαρμογής και του λογιστικού χειρισμού τους. Κατόπιν αυτού, η γνωμάτευσή μας 232.2209.1994 αντικαθίσταται ως ακολούθως :

1. Από τις νέες διατάξεις του άρθρου 33 Ν. 2429/1996 και την κατ' εξουσιοδότησή τους εκδοθείσα κοινή απόφαση των συναρμόδιων Υπουργών 1086567/40/Τ και ΕΦ/Πολ. 1217/29.7.1996 (ΦΕΚ τ.Β΄689), καθορίζονται, μεταξύ των άλλων, και τα ακόλουθα :
— Υπόχρεος για την απόδοση του αγγελιόσημου και του ειδικού φόρου επί των διαφημίσεων είναι ο διαφημιζόμενος ή ο διαφημιστής (όταν κατ' εντολή του διαφημιζόμενου μεσολαβεί διαφημιστής).

— Η απόδοση πραγματοποιείται με την καταβολή των σχετικών ποσών, ανά ημερολογιακό δίμηνο και μέχρι την 20ή ημέρα του πρώτου μήνα του επόμενου δίμηνου, στην Τράπεζα και τα λαμβανόμενα σχετικά

παραστατικά επισυνάπτονται στο οικείο τιμολόγιο, επί του οποίου αναγράφεται (σε ιδιαίτερη θέση) μόνο το ποσό του αγγελιοσήμου που χρησιμεύει ως πληροφοριακό στοιχείο (δηλαδή, ο ειδικός φόρος και το αγγελιόσημο δεν "τιμολογούνται" και δεν συναθροίζονται με την τιμολογιακή αξία της διαφημίσεως).

2. Η, σύμφωνα με τα προηγούμενα, απόδοση του αγγελιόσημου και του ειδικού φόρου με ιδιαίτερα παραστατικά, ξεχωριστά του τιμολογίου της αντίστοιχης διαφημίσεως, δημιουργεί, εκ πρώτης όψεως, τις προϋποθέσεις καταχωρίσεως των σχετικών ποσών στο λογαριασμό 63 "φόροι - τέλη". Τούτο, όμως, έχει ως συνέπεια να καταχωρείται στο λογαριασμό 64.02 "έξοδα προβολής και διαφημίσεως" μόνο η τιμολογιακή αξία της διαφημίσεως, με αποτέλεσμα να μην συγκεντρώνεται στο λογαριασμό αυτό το συνολικό κόστος των διαφημίσεων και συνεπώς οι αντλούμενες πληροφορίες να είναι ελλιπείς.

Έχοντας υπόψη ότι, αφενός το αγγελιόσημο και ο ειδικός φόρος είναι παρεπόμενα έξοδα της διαφημίσεως, δημιουργούμενα απ΄ αυτή,

αφετέρου ένας από τους βασικούς στόχους της Λογιστικής είναι η δυνατότητα άμεσης και ταχείας αντλήσεως, από τους τηρούμενους λογαριασμούς, των αναγκαίων πληροφοριών, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι, τα ποσά του αγγελιόσημου και του ειδικού φόρου, που επιβαρύνουν τη διαφημιζόμενη επιχείρηση, ενδείκνυται να καταχωρούνται στη χρέωση του λογαριασμού 64.02, στον οποίο καταχωρείται και η τιμολογιακή αξία της διαφημίσεως.

Κατά τη λογιστικοποίηση του αγγελιόσημου και του ειδικού φόρου επί των διαφημίσεων πιστώνονται οι λογαριασμοί :

54.90 Αγγελιόσημο και ειδικός φόρος επί διαφημίσεων

54.90.01 Αγγελιόσημο

54.90.02 .....

54.90.05 Ειδικός φόρος

Οι λογαριασμοί αυτού χρεώνονται με την απόδοση των σχετικών ποσών.

Ο Πρόεδρος

Κ. Βαρβάκης

Ο Αντιπρόεδρος

Θ. Γρηγοράκος

Ακριβές Αντίγραφο
Ο Δ/ντής της Δ/νσης Τομέων Παραγωγής

Ν. Σταθακόπουλος

Ακριβές Αντίγραφο
Ο ΠΡΟΙΣΤΑΜΕΝΟΣ ΔΙΕΚ/ΣΗΣ

Κων/νος Φουντής

Επίσης το Υπουργείο Οικονομικών εξέδωσε την σχετική εγκύκλιο υπ΄αριθμ. 1092784/19.8.96 Πολ. 1238, η οποία έχει ως εξής :

ΑΓΓΕΛΙΟΣΗΜΟ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΣ ΦΟΡΟΣ ΕΠΙ ΤΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ.
-Κοινοποίηση των άρθρων 33 και 34 του ν. 2429/1996 και παροχή οδηγιών.

(Υπ. Οικ. 1092784/19.8.96, πολ.1238)

Κοινοποιούμε κατωτέρω τις διατάξεις των άρθρων 33 και 34 του ν. 2429/1996, που δημοσιεύτηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως (ΦΕΚ Α΄155 και διόρθωση σφαλμάτων ΦΕΚ Α΄ 169) και παρέχομε οδηγίες για την ορθή και ομοιόμορφη εφαρμογή τους σε ό,τι αφορούν αντικείμενα αρμοδιότητάς μας.

Α. ΓΕΝΙΚΑ

1. Με τις διατάξεις των παραγράφων 1 και 2 του κοινοποιούμενου άρθρου 33 αντικαθίσταται από 10.7.1996 το άρθρο 12 του ν. 2328/1995 (ΦΕΚ Α΄159), όπως έχει διαμορφωθεί με τις διατάξεις του άρθρου 117 του ν. 2362/1995 (ΦΕΚ Α΄ 247), και το οποίο αναφέρεται στις διαφημίσεις που γίνονται από ραδιοφωνικούς ή τηλεοπτικούς σταθμούς καθώς και από εφημερίδες ή περιοδικά και ειδικότερα στον καθορισμό κανόνων διαφάνειας στις σχέσεις μέσων ενημέρωσης, διαφημιστών και διαφημιζομένων και στη ρύθμιση θεμάτων του ειδικού φόρου και του αγγελιοσήμου.

2. Με τις διατάξεις του άρθρου 12 του ν.2328/1995, όπως το άρθρο αυτό αντικαταστάθηκε κατά τα ανωτέρω και με τις λοιπές διατάξεις του κοινοποιούμενου άρθρου 33, γίνονται ρυθμίσεις οι οποίες, μεταξύ άλλων αφορούν :

α) στην υποχρέωση υποβολής στην αρμόδια ΔΟΥ, από κάθε ραδιοφωνικό ή τηλεοπτικό σταθμό και κάθε εφημερίδα ή περιοδικό της παραγράφου 2 του άρθρου 12, του τιμοκαταλόγου των διαφημίσεων και χορηγιών που εφαρμόζει.

β) στη διαμόρφωση νέας βάσης υπολογισμού του ειδικού φόρου 30% των διαφημίσεων που προβάλλονται από την τηλεόραση.

γ) στον καθορισμό μεγίστου κόστους παραγωγής ή προσαρμογής διαφημιστικού μηνύματος από τους τηλεοπτικούς σταθμούς.

δ) στον καθορισμό σχέσης χορηγίας και διαφήμισης.

ε) στον καθορισμό των διαφημιζομένων ή των διαφημιστών, κατά περίπτωση, ως αποκλειστικά υποχρέων έναντι του Δημοσίου για την απόδοση του ειδικού φόρου των διαφημίσεων που προβάλλονται από την τηλεόραση.

στ) στη μη έκπτωση των σχετικών διαφημιστικών δαπανών από τα ακαθάριστα έσοδα του διαφημιστή και του διαφημιζόμενου εφόσον δεν έχει καταβληθεί από το διαφημιστή ή το διαφημιζόμενο εγκαίρως και προσηκόντως ο ειδικός φόρος και το αγγελιόσημο επί των διαφημίσεων και οι τυχόν άλλες επιβαρύνσεις που αντιστοιχούν στις συγκεκριμένες συναλλαγές, έστω και αν στη δεύτερη περίπτωση μεσολαβεί διαφημιστής.

ζ) στον καθορισμό απόδοσης από τους ανωτέρω υποχρέους, σε τράπεζες συμβεβλημένες με το Δημόσιο, του οφειλόμενου ειδικού φόρου τόσο για τις τηλεοπτικές διαφημίσεις που πραγματοποιούνται από 10.7.1996 (έναρξη ισχύος της παραγράφου 1 του κοινοποιούμενου άρθρου 33 όσο και γι΄ αυτές που έγιναν από 1.1.1996 μέχρι 9.7.1996).

η) στην καθιέρωση ως ποινικού αδικήματος της μη εμπρόθεσμης και προσήκουσας καταβολής του ειδικού φόρου ή του αγγελιοσήμου, για τους υποχρέους προς καταβολή προκειμένου δε περί εταιρειών για το νόμιμο εκπρόσωπό τους.

θ) στον καθορισμό υποχρέωσης τήρησης από τους ραδιοφωνικούς ή τηλεοπτικούς σταθμούς και κάθε εφημερίδα ή περιοδικό που εδρεύουν, εκπέμπουν ή εκδίδονται στην Ελληνική Επικράτεια τριπλοτύπου αναλυτικού ημερολογίου διαφημίσεων και υποβολής αντιτύπου αυτού στην αρμόδια ΔΟΥ και το ΤΣΠΕΑΘ.

3. Για τον καθορισμό των αναγκαίων λεπτομερειών εφαρμογής των διατάξεων του άρθρου 12 του ν. 2328/1995, όπως το άρθρο αυτό διαμορφώθηκε με την ανωτέρω αντικατάσταση, εκδόθηκε κατ΄εξουσιοδότηση των διατάξεων αυτών, η κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομικών, Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων και Τύπου και Μ.Μ.Ε. 1086567/40/29.7.1996 (ΠΟΛ. 1217) (ΦΕΚ Β΄ 689) η οποία έχει ήδη κοινοποιηθεί.

Β. ΕΙΔΙΚΑ

Για τα ρυθμιζόμενα με τις ανωτέρω διατάξεις θέματα, σε ότι αφορούν τον ειδικό φόρο των διαφημίσεων που προβάλλονται από την τηλεόραση, κρίνουμε σκόπιμο να παράσχουμε τις εξής ειδικότερες οδηγίες :

1. Κάθε τηλεοπτικός σταθμός είναι υποχρεωμένος να υποβάλλει στην οικεία Δημόσια Οικονομική Υπηρεσία τον τιμοκατάλογο διαφημίσεων και χορηγιών που εφαρμόζει. Στον τιμοκατάλογο αυτό περιλαμβάνονται όλες οι εκπτώσεις, προμήθειες και προσφορές καθώς και ο αποδέκτης τους είτε αυτός είναι διαφημιστής είτε διαφημιζόμενος. Σε περίπτωση που τέτοιος τιμοκατάλογος δεν υποβληθεί, ισχύει, για τον υπολογισμό του ειδικού φόρου, ο τιμοκατάλογος της ΕΡΤ ΑΕ επαυξημένος κατά 100%.

2. Ο ειδικός φόρος εξακολουθεί να επιβάλλεται μόνο στις διαφημίσεις που προβάλλονται από την τηλεόραση και δεν αφορά διαφημίσεις που γίνονται με άλλα μέσα.

3. Ο ειδικός φόρος υπολογίζεται με βάση την ονομαστική τιμή κατά τον τιμοκατάλογο, χωρίς να λαμβάνονται υπόψη παροχές, εκπτώσεις ή προμήθειες, και όχι στην αξία του τιμολογίου. Εξαιρετικά όταν μεσολαβεί διαφημιστής και το τιμολόγιο εκδίδεται στο όνομά του, η ονομαστική αυτή τιμή μειώνεται κατά 20% άσχετα από την πραγματική έκπτωση που τυχόν χορηγείται.

Δηλαδή στην περίπτωση που δεν μεσολαβεί διαφημιστής ο ειδικός φόρος επιβάλλεται στην αξία κατά τον τιμοκατάλογο ενώ, στην περίπτωση που μεσολαβεί διαφημιστής, η αξία αυτή, για τον υπολογισμό του φόρου, θα λαμβάνεται μειωμένη κατά 20% έστω και αν η έκπτωση που χορηγείται είναι μεγαλύτερη ή μικρότερη ή δεν χορηγείται έκπτωση. Τονίζεται, επίσης, ότι το χορηγούμενο στο τέλος κάθε ημερολογιακού έτους ποσοστό επιβράβευσης (μέχρι 9.9%) στους διαφημιστές, κατά τα οριζόμενα στην παραγρ. 14 του άρθρου 12, δεν μειώνει τη βάση υπολογισμού του ειδικού φόρου.

Όταν συνάπτονται ανταλλακτικές συμβάσεις, μεταξύ των μέσων ενημέρωσης για την αμοιβαία διαφημιστική προβολή τους, ο ειδικός φόρος υπολογίζεται με βάση την τιμή του τιμολογίου.

4. Το ποσό που αντιστοιχεί στο κόστος παραγωγής ή προσαρμογής (εφόσον αυτή επιτρέπεται κατά νόμο) του διαφημιστικού μηνύματος από τον ίδιο τηλεοπτικό σταθμό δεν μπορεί να υπερβαίνει το 20% της

διαφημιστικής δαπάνης για το συγκεκριμένο αγαθό ή υπηρεσία και μόνο για το πρώτο σχετικό τιμολόγιο που εκδίδεται.

5. Με εξαίρεση την περίπτωση που χορηγός είναι μη κερδοσκοπικός οργανισμός, η χορηγία θεωρείται διαφήμιση χρονικής διάρκειας ίσης με την εμφάνιση της επωνυμίας ή του διακριτικού τίτλου ή του σήματος των προϊόντων του χορηγού. Επομένως και στα ποσά διαφήμισης που προκύπτουν στην περίπτωση αυτή επιβάλλεται ειδικός φόρος.

Οι ανωτέρω με στοιχεία 1-5 αναφερόμενες στο ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β΄(ΕΙΔΙΚΑ) ρυθμίσεις αφορούν τόσο τις διαφημίσεις που πραγματοποιούνται από 10.7.1996 όσο και αυτές που έγιναν αό 1.1.1996 μέχρι 9.7.1996.

Διευκρινίζεται ότι το θέμα του χρόνου και του τρόπου υποβολής των τιμοκαταλόγων από τους τηλεοπτικούς σταθμούς καθορίζεται λεπτομερώς με της ανωτέρω κοινή υπουργική απόφαση (ανωτέρω παρ. 3. ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ Α΄ - ΓΕΝΙΚΑ).

6. Χορηγείται απαλλαγή, από τον ειδικό φόρο για τα μηνύματα κοινωνικού περιεχομένου που προβάλλονται από την τηλεόραση σύμφωνα με τα διάταξη του πρώτου εδαφίου της παραγρ. 21 του άρθρου 3 του ν.2328/1995 (υποχρεωτική δωρεάν μετάδοση μηνυμάτων κοινωνικού περιεχομένου).

Η απαλλαγή αυτή αφορά τα προβαλλόμενα από 10.7.1996 μηνύματα δεδομένου ότι αντίστοιχη απαλλαγή δεν προβλεπόταν στο αντικαθιστάμενο άρθρο 12 του ν. 2328/1995.

Διευκρινίζεται, όμως, ότι εξακολουθεί να ισχύει η απαλλαγή από τον ειδικό φόρο των δημοσίων (κρατικών) υπηρεσιών που προβλέπεται από το άρθρο 15 του ν. 1326/1983.

7. Υπόχρεος έναντι του Δημοσίου για την απόδοση του ειδικού φόρου των τηλεοπτικών διαφημίσεων είναι ο διαφημιζόμενος ή ο διαφημιστής στην περίπτωση που μεσολαβεί διαφημιστής κατ' εντολή του διαφημιζόμενου. Επομένως και ο καταλογισμός του φόρου και των προβλεπομένων κυρώσεων (προσαυξήσεις, πρόστιμα κ.λπ.), σε περίπτωση μη απόδοσης ή μη ορθής ή εκπρόθεσμης απόδοσης του ειδικού φόρου, γίνεται από την αρμόδια ΔΟΥ εις βάρος των ανωτέρω υποχρέων, κατά περίπτωση.

Σύμφωνα με τα ανωτέρω οι τηλεοπτικοί σταθμοί δεν θα επιρρίπτουν το φόρο αυτό εις βάρος των αντισυμβαλλομένων (διαφημιστών ή διαφημιζομένων κατά περίπτωση) και επομένως δεν θα τον εισπράττουν από αυτούς αφού οι σταθμοί αυτοί δεν είναι οι υπόχρεοι για απόδοση του φόρου στο Δημόσιο.

Τα αναφερόμενα στην παράγραφο αυτή αφορούν τόσο τις διαφημίσεις που γίνονται από 10.7.1996 όσο και αυτές που έγιναν από 1.1.1996 μέχρι 9.7.1996.

8. Ο φόρος αποδίδεται από τους ανωτέρω υπόχρεους (διαφημιζομένους ή διαφημιστές κατά περίπτωση) σε τράπεζες συμβεβλημένες με το Δημόσιο.

Ειδικότερα για τις από 10.7.1996 διαφημίσεις, ο ειδικός φόρος αποδίδεται για κάθε ημερολογιακό δίμηνο και μέχρι την 20ή ημέρα του μήνα που ακολουθεί το δίμηνο σε τράπεζες συμβεβλημένες με το Ελληνικό Δημόσιο, με τη συμπλήρωση ειδικού εντύπου.

Επομένως η πρώτη απόδοση, για τις από 10.7.1996 διαφημίσεις, θα γίνει μέχρι 20 Σεπτεμβρίου 1996 και θα αφορά το χρονικό διάστημα 10.7.1996 μέχρι 31.8.1996.

Για τις διαφημίσεις που έγιναν από 1.1.1996 μέχρι 9.7.1996 ο ειδικός φόρος θα καταβληθεί στις συμβεβλημένες τράπεζες με τη συμπλήρωση ειδικού εντύπου μέχρι 10 Σεπτεμβρίου 1996.

Για τυχόν ποσά που έχουν κατατεθεί στο ΤΠ & Δ. πρέπει να προσκομισθεί από τον υπόχρεο στη ΔΟΥ (εάν αυτό δεν έχει γίνει μέχρι σήμερα) το γραμμάτιο παρακαταθήκης ούτως ώστε να είναι δυνατή η είσπραξη των χρημάτων αυτών.

Στην περίπτωση αυτή η θεώρηση των καταστάσεων και η παράδοση του ενός θεωρημένου αντιγράφου στον υπόχρεο όπως αναφέρει το άρθρο 5 της σχετικής κοινής υπουργικής απόφασης θα γίνει μετά την είσπραξη των χρημάτων από το ΤΠ & Δ.

Η μη εμπρόθεσμη και προσήκουσα καταβολή του ειδικού φόρου αποτελεί, για τους υποχρέους για καταβολή, προκειμένου δε περί εταιρειών για το νόμιμο εκπρόσωπό τους, ποινικό αδίκημα, το οποίο διώκεται αυτεπαγγέλτως και τιμωρείται με ποινή φυλάκισης τουλάχιστον ενός (1) έτους.

Εξάλλου, σε περίπτωση που δεν θα έχει καταβληθεί από το διαφημιστή ή το διαφημιζόμενο εγκαίρως και προσηκόντως ο ειδικός φόρος επί των διαφημίσεων και οι τυχόν άλλες επιβαρύνσεις που αντιστοιχούν στις συγκεκριμένες συναλλαγές, ανεξάρτητα από τις άλλες συνέπειες, οι σχετικές διαφημιστικές δαπάνες δεν εκπίπτουν από τα ακαθάριστα έσοδα του διαφημιστή και του διαφημιζόμενου, έστω και αν στη δεύτερη περίπτωση μεσολαβεί διαφημιστής.

Με την προαναφερόμενη κοινή υπουργική απόφαση ορίστηκε ότι τα έτη 1996 και 1997 η απόδοση του ειδικού φόρου θα γίνει στα υποκαταστήματα της Εθνικής Τράπεζας κατά τα αναλυτικά οριζόμενα στην απόφαση αυτή. Με την ίδια απόφαση καθορίστηκαν και τα έντυπα που θα χρησιμοποιούνται για την απόδοση του φόρου. Όπως ορίζεται στην απόφαση αυτή για την καταβολή του φόρου μπορεί να χρησιμοποιούνται και φωτοτυπίες των εντύπων ή των υποδειγμάτων ή τυπωμένα μηχανογραφικά με την ίδια μορφή.

Οι Δημόσιες Οικονομικές Υπηρεσίες θα πρέπει, όπου παρίσταται ανάγκη, να εφοδιάζουν τους υποχρέους προς καταβολή του φόρου με φωτοτυπίες των υποδειγμάτων Α, ΣΤ, ΙΑ και ΙΒ που επισυνάπτονται στην ανωτέρω κοινοποιηθείσα υπουργική απόφαση.

Διευκρινίζεται ότι οι οδηγίες που περιλαμβάνονται στην πίσω όψη των υποδειγμάτων ΙΑ και ΙΒ (περίπτ. 7 και 6 αντίστοιχα) για αναγραφή, ως αξίας, της διαφοράς μεταξύ χρεωστικών και πιστωτικών τιμολογίων, έχει την έννοια ότι αφαιρείται η αξία των πιστωτικών τιμολογίων μόνο στην περίπτωση που η αξία αυτών μειώνει το ποσό της ονομαστικής αξίας για τον υπολογισμό του φόρου (ανωτέρω ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β - ΕΙΔΙΚΑ, παράγρ. 3).

Γ. Φ.Π.Α.

Όπως προαναφέρθηκε οι τηλεοπτικοί σταθμοί δεν θα επιρρίπτουν τον ειδικό φόρο (30%) εις βάρος των αντισυμβαλλομένων και επομένως δεν θα τον εισπράττουν από αυτούς, αφού οι τηλεοπτικοί σταθμοί δεν είναι οι υπόχρεοι για απόδοση του φόρου στο Δημόσιο.

Εξάλλου, η αναγραφή από 10.7.1996 του αγγελιοσήμου στα τιμολόγια που προβλέπει η διάταξη της παραγράφου 1 του άρθρου 12 του ν. 2328/1995, όπως διαμορφώθηκε με το κοινοποιούμενο άρθρο 33

γίνεται σύμφωνα με την προαναφερόμενη κοινή υπουργική απόφαση, μόνο για πληροφοριακούς λόγους.

Επομένως, ο ΦΠΑ τόσο για τις τηλεοπτικές διαφημίσεις όσο και για τις διαφημίσεις που γίνονται από ραδιοφωνικούς σταθμούς, εφημερίδες ή περιοδικά, για τις οποίες το αγγελιόσημο αποδίδεται στα δικαιούχα ταμεία από τους διαφημιζόμενους ή τους διαφημιστές, δεν υπολογίζεται, προκειμένου περί των τιμολογίων που εκδίδονται από τα παρέχοντα τη διαφήμιση μέσα στο ποσό του ειδικού φόρου και του αγγελιοσήμου που επιβάλλεται κατά περίπτωση.

Δ. Κ.Β.Σ.

α) Θεώρηση. Οι υπόχρεοι σε τήρηση του Ημερολογίου Διαφημίσεων κατ΄εφαρμογή των διατάξεων της παρ. 9 του άρθρου 12 του ν. 2328/1995 (ΦΕΚ 159Α΄), οι οποίοι δεν θεώρησαν και δεν τήρησαν το υπόψη βιβλίο, υποχρεούνται να θεωρήσουν και να καταχωρήσουν σ΄αυτό μέχρι 10.9.1996 τα δεδομένα που απαιτούνται από το άρθρο 3 της κοινοποιηθείσης απόφασης και αφορούν το χρονικό διάστημα από 1.1.1996. Σημειώνεται ότι για το ως άνω μεσοδιάστημα από 10.7.1996 δεν θα επιβληθούν κυρώσεις για μη θεώρηση και μη τήρηση του βιβλίου αυτού.

β) Το ένα αντίτυπο τους ως άνω βιβλίου, προς διευκόλυνση των υποχρέων, γίνεται δεκτό, να υποβάλλεται στο Τμήμα Κ.Β.Σ. της αρμόδιας ΔΟΥ το αργότερο μέχρι τη 15ή ημέρα του μεθεπόμενου μήνα από τη λήξη του ημερολογιακού διμήνου.

Ε. ΑΓΓΕΛΙΟΣΗΜΟ

1. Τι είναι το αγγελιόσημο

Όπως γνωρίζουμε το αγγελιόσημο είναι εισφορά υπέρ των Ασφαλιστικών Ταμείων που σχετίζονται με τον Τύπο και τα λοιπά Μ.Μ.Ε. Αρχικά νομοθετήθηκε με τον ΑΝ 248/67 και αφορούσε μόνο τις καταχωρήσεις στις εφημερίδες.

Το Αγγελιόσημο που υπολογίζεται στην αξία των διαφημίσεων των εφημερίδων, αποδίδεται στον Ενιαίο Δημοσιογραφικό Οργανισμό Επικουρικής Ασφαλίσεως και Περιθάλψεως (Ε.Δ.Ο.Ε.Α.Π.).

Το Αγγελιόσημο που υπολογίζεται στην αξία των διαφημίσεων των περιοδικών, της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου, αποδίδεται στο Ταμείο Συντάξεων Προσωπικού Εφημερίδων Αθηνών - Θεσσαλονίκης (Τ.Σ.Π.Ε.Α.Θ.).

2. Κατανομή Αγγελιοσήμου

Από τους πίνακες που ακολουθούν προκύπτουν τόσο η κατανομή του αγγελιοσήμου σε διάφορους φορείς, όσο και η σχετική νομοθεσία.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΤΕΛΩΝ ΑΓΓΕΛΙΟΣΗΜΟΥ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΥΤΟΥ

α/α	Μέσα Διαφημίσεων	Τελευταία νομοθετική ρύθμιση	Ποσοστό αγγελιοσήμου	Κατανομή σε δικαιούχους
1	Ημερήσιες Εφημερίδες Αθηνών	Άρθρο 6 & 12 Α.Ν.248/67 Άρθρο 6 Ν.Δ.1344/73	20%	17,0% ΕΔΟΕΑΠ 3,0% ΤΑΤΤΑ
2	Ημερήσιες Εφημερίδες θεσσαλονίκης		16%	14,0% ΕΔΟΕΑΠ 2,0% ΤΑΤΤΑ
3	Περιοδικά και μη ημερήσιες εφημερίδες Αθηνών Θεσσαλονίκης και περιοχής πρώην διοικήσεως πρωτ/σας	Άρθρο 15 Α.Ν.248/67 Υπ. Αποφ. Φ. 146/69 Άρθρο 2 Ν.Δ.1344/73	κλιμακωτό 3-20%	7,5% ΤΣΠΕΑΘ 8,5% ΤΑΙΣΥΤ 1,0% ΤΣΕΥΠ 1,0% ΤΑΤΤΑ 2,0% ΕΝΩΣΕΙΣ
4	Ραδιοφωνία (Κρατική & Ιδιωτική)	Ν.Δ. 4577/66 Άρθρο 6, 12 & 14 Α.Ν. 248/67 Άρθρο 5 & 6 Ν.Δ. 1344/73 Ν. 1866/89	20% 21,5%	6,8% ΤΣΠΕΑΘ 3,2% ΕΔΟΕΑΠ 1,75% ΤΑΤΤΑ 3,8% ΤΕΑΥΡΤ 1,2% ΤΕΑΠΠ ΕΡΤ2 0,004% ΤΣΕΥΠΘ 0,796% ΤΣΕΥΠ 0,8% ΤΕΑΕΣΘΣΕ 0,8% ΤΕΑΣΠΗΝ 0,2% ΕΣ(ΗΕ)ΘΣΕ 0,2% ΕΣ(ΗΕ)ΠΗΝ 0,2% ΕΕΑ 0,25% ΕΤΗΠΤΑ
5	Ε.Ρ.Τ. Τηλεόραση	Άρθρο 4 Ν.Δ.1344/73 Άρθρο 1 Ν.Δ.452/76 Άρθρο 3 Ν.1186/81 Άρθρο 13 Ν.1405/83 Άρθρο 15 παρ. 2 Ν. 1866/89	 12% 17% 20% 21,5%	5,0% ΤΣΠΕΑΘ 5,0% ΕΔΟΕΑΠ 4,0% ΤΑΤΤΑ 1,6% ΤΕΑΥΡΤ 0,9% ΤΕΑΠΠ ΕΡΤ2 2,499% ΤΣΕΥΠ 0,001% ΤΣΕΥΠΘ 0,5% ΤΕΑΕΣΘΣΕ 0,5% ΤΕΑΣΠΗΝ 1,5% ΤΑΙΣΥΤ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΤΕΛΩΝ ΑΓΓΕΛΙΟΣΗΜΟΥ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΟΜΗΣ ΑΥΤΟΥ

Α/Α	ΤΑΜΕΙΑ	ΗΜΕΡΗΣ. ΕΦΗΜ. ΑΘΗΝΩΝ	ΝΟΜ. ΡΥΘ.	ΗΜΕΡΗΣΙΕΣ ΕΦΗΜ/ΔΕΣ ΘΕΣ/ΚΗΣ	ΝΟΜ. ΡΥΘ.	ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΜΗ ΗΜΕΡ. ΕΦΗΜ/ΔΕΣ	ΝΟΜ. ΡΥΘ.	ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΑ ΚΡΑΤΙΚΗ & ΙΔΙΩΤΙΚΗ	ΝΟΜ. ΡΥΘ.	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΝΟΜ. ΡΥΘ.
1	ΕΔΟΕΠ	17.00%		14.000%				3.200%		5.000%	
2	ΤΣΠΕΑΘ					7.500%		6.800%		5.000%	
3	ΤΑΤΤΑ	3.00%		2.000%		1.000%		1.750%		4.000%	
4	ΤΑΙΣΥΤ					8.500%		1.500%		1.500%	
5	ΤΣΕΥΠ					1.000%		0.796%		2.499%	
6	ΤΕΑΥΡΤ							3.800%		1.600%	
7	ΤΕΑΠΠΙ ΕΡΤ2							1.200%		0.900%	
8	ΤΣΕΥΠΘ							0.004%		0.001%	
9	ΤΕΑΕΣΘΣΕ							0.800%		0.500%	
10	ΤΕΑΕΣΠΗΝ							0.800%		0.500%	
11	ΕΣ(ΗΕ)ΘΣΕ							0.200%			
12	ΕΣ(ΗΕ)ΠΗΝ							0.200%			
13	ΕΕΑ							0.200%			
14	ΕΤΗΠΤΑ							0.250%			
15	ΕΠΑΓΓ/ΚΕΣ ΕΝΩΣΕΙΣ					2.000%					
	ΣΥΝΟΛΟ	20.000%		16.000%		20.000%		21.500%		21.500%	

ΣΥΝΤΜΗΣΕΙΣ

Α) ΕΠΑΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΝΩΣΕΙΣ ΠΡΟΣΠΟΡΙΖΟΜΕΝΕΣ ΠΟΣΟΣΤΟ 2/20 ΑΓΓΕΛΙΟΣΗΜΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ

10/30 : (ΕΣΗΕΑ)	: Ένωσις Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών
5/30 : (ΕΣΗΕΜΘ)	: Ένωσις Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Μακεδονίας - Θράκης
1/30 : (ΕΥΠΗΕΘ)	: Ένωσις Υπαλληλικού Προσωπικού Ημερησίων Εφημερίδων Θεσσαλονίκης
2/30 : (Ε.Π.Η.Ε.Α.)	: Ένωσις Προσωπικού Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών
1/30 : (ΕΣΗΕΘΣΕ)	: Ένωσις Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Θεσσαλίας, Στερεάς Ελλάδος και Ευβοίας
1/30 : (ΕΣΗΕΠΗΝ)	: Ένωσις Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Πελοποννήσου, Ηπείρου και Νήσων
4/30 : (ΕΣΠΤΑ)	: Ένωσις Συντακτών Περιοδικού Τύπου Αθηνών
2/30 : (ΕΙΗΕΕ)	: Ένωσις Ιδιοκτητών Ημερησίων Επαρχιακών Εφημερίδων
2/30 : (ΕΤΗΠΤΑ)	: Ένωσις Τεχνικών Ημερησίου και Περιοδικού Τύπου Αθηνών
2/30 : (ΕΠΠΤ)	: Ένωσις Ιδιοκτητών Περιοδικού Τύπου

Β) ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

Ε.Δ.Ο.Ε.Α.Π.	: Ενιαίος Δημοσιογραφικός Οργανισμός Επικουρικής Ασφαλίσεως και Περιθάλψεως
Τ.Σ.Π.Ε.Α.Θ.	: Ταμείον Συντάξεων Προσωπικού Εφημερίδων Αθηνών - Θεσσαλονίκης
Τ.Α.Τ.Τ.Α.	: Ταμείον Ασφαλίσεως Τεχνικών Τύπου Αθηνών
Τ.Π.Ε.Τ.Θ.	: Ταμείον Προνοίας Εργατών Τύπου Θεσσαλονίκης
Τ.Α.Ι.Σ.Υ.Τ.	: Ταμείον Ασφαλίσεως Ιδιοκτητών, Συντακτών και Υπαλλήλων Τύπου.
Τ.Σ.Ε.Υ.Π.	: Ταμείον Συντάξεων Εφημεριδοπωλών και Υπαλλήλων Πρακτορείων
Τ.Ε.Α.Υ.Ρ.Τ.	: Ταμείον Επικουρικής Ασφαλίσεως Υπαλλήλων Ραδιοφωνίας - Τηλεοράσεως
Ε.Σ.(Η.Ε.)Θ.Σ.Ε.	: Ένωσις Συντακτών (Ημερησίων Εφημερίδων) Θεσσαλίας, Στερεάς Ελλάδος και Ευβοίας
Ε.Σ.(Η.Ε.)Π.Η.Ν.	: Ένωσις Συντακτών Πελοποννήσου Ηπείρου και Νήσων
Τ.(Ο.)Ε.Δ.Υ.Σ.Ε.Δ.	: Ταμείον (Οργανισμός) Επικουρικής Ασφαλίσεως των Υπαλλήλων του Σταθμού Ενόπλων Δυνάμεων (συσταθησόμενον)
Ε.Τ.Η.Π.Τ.Α.	: Ένωσις Τεχνικού Ημερησίου και Περιοδικού Τύπου Αθηνών
Ε.Ε.Α.	: Ένωσις Εφημεριδοπωλών Αθηνών

ΣΤ. ΕΙΔΙΚΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ & ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

1. Επιβράβευση στους διαφημιστές.

Πριν από την ισχύ του Ν. 2328/95 δηλαδή πριν την 1.1.1996, τα διαφημιστικά γραφεία κάθε τέλος χρήσης είχαν ένα ποσοστό στο κύκλο εργασιών της επιβράβευσης από τα Μ.Μ.Ε. Το ως άνω ποσοστό (έκπτωση) δεν είχε νομοθετικό φραγμό και εξαρτώνταν μόνο από τις συνθήκες ανταγωνισμού. Είχε την λογιστική μορφή της έκδοσης εκ μέρους του Μ.Μ.Ε. προς την διαφημιστική εταιρεία πιστωτικού τιμολογίου με το ποσό της έκπτωσης. Π.χ. κατά το χρονικό διάστημα 1.1.-31.12.1995 η "Α" διαφημιστική εταιρεία είχε κύκλο εργασιών στην "Χ" εφημερίδα δρχ. 200.000.000 (Σύνολο τιμολογήσεων).

Κατά τη διάρκεια του έτους είχε συμφωνηθεί ότι αν έφθανε τον τζίρο της άνω των 180.000.000 θα δικαιούτο πρόσθετη έκπτωση 15%. Επειδή τούτο συνέβη η εφημερίδα την 31.12.1995 εκδίδει πιστωτικό τιμολόγιο προς την άνω διαφημιστική εταιρεία αξίας

200.000.000 Χ15% =	30.000.000
Φ.Π.Α 18%	5.450.000
Σύνολο δρχ.	35.450.000

Το άρθρο 12 του Ν. 2328/95 και το άρθρο 33 του ν.2429/96 περιόρισαν την ως άνω έκπτωση στο ποσοστό 9,9%.

Επίσης άλλαξε ο τρόπος έκδοσης του φορολογικού στοιχείου. Αντί πιστωτικού τιμολογίου του Μ.Μ.Ε. εκδίδεται τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών του διαφημιστή.

Παρατίθενται δύο σχετικές αποφάσεις του Υπουργείου Οικονομικών.

ΕΠΙΒΡΑΒΕΥΣΗ ΣΤΟΥΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΕΣ
Ποσοστό επιβράβευσης στους διαφημιστές από τα
Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.

(Υπ. Οικ. 1135155/13.1.97, πολ.1011)

Με αφορμή προφορικά και γραπτά ερωτήματα σε σχέση με το αναφερόμενο θέμα σας γνωρίζουμε τα εξής :

1. Σύμφωνα με το πρώτο εδάφιο της παρ. 2. του άρθρου 12 του Ν. 2328/95, όπως ισχύει με το άρθρο 33 του Ν. 2429/96, ορίζεται ότι :

"Κάθε ραδιοφωνικός ή τηλεοπτικός σταθμός και κάθε εφημερίδα ή περιοδικό, που εδρεύει εκπέμπει ή εκδίδεται σε οποιοδήποτε μέρος της ελληνικής επικράτειας, εφόσον κατά τις ισχύουσες ως σήμερα διατάξεις έχει την υποχρέωση καταβολής ειδικού φόρου και αγγελιοσήμου, οφείλει να υποβάλει στην οικεία Δημόσια Οικονομική Υπηρεσία (ΔΟΥ) τον τιμοκατάλογο διαφημίσεων και χορηγιών, που εφαρμόζει".

2. Εξάλλου σύμφωνα με τις διατάξεις της παρ. 7 του ίδιου ως άνω άρθρου, τα αναφερόμενα στο προαναφερόμενο εδάφιο μέσα ενημέρωσης δικαιούνται να παρέχουν στο τέλος κάθε ημερολογιακού έτους επιβράβευση στους διαφημιστές, η οποία υπολογίζεται επί του συνόλου της διαφημιστικής δαπάνης που πραγματοποίησαν σε αυτά. Τα ποσοστά της επιβράβευσης δεν μπορεί να υπερβαίνει το εννέα κόμμα εννέα τοις εκατό (9,9%).

Όλα τα παραστατικά, τα σχετικά με τον υπολογισμό και την καταβολή της επιβράβευσης αυτής, κοινοποιούνται στην αρμόδια ΔΟΥ, η οποία υποχρεώνεται να χορηγεί αντίγραφο σε όποιον έχει έννομο συμφέρον.

Διαφημιστής για την εφαρμογή της διάταξης αυτής θεωρείται μόνο η επιχείρηση που παρέχει στο σύνολο των πελατών της δημιουργικές διαφημιστικές υπηρεσίες. Δεν δικαιούνται επιβράβευσης οι επιχειρήσεις που μεσολαβούν μεταξύ διαφημιστών και μέσων ενημέρωσης ή διαφημιζομένων πελατών άλλων διαφημιστών και μέσων ενημέρωσης. Αν καταβληθεί επιβράβευση σε μη δικαιούχο ή επιβράβευση μεγαλύτερου ύψους από αυτό που ορίζεται παραπάνω, επιβάλλεται στο μέσο ενημέρωσης και στο διαφημιστή με πράξη της αρμόδιας ΔΟΥ, πρόστιμο ίσο με το πενταπλάσιο του ποσού αυτού.

Αν η επιβράβευση αυτή παρέχεται με τη μορφή ίσης αξίας διαφημιστικού χρόνου ή χώρου, αυτός διατίθεται περαιτέρω με όλες τις προβλεπόμενες επιβαρύνσεις (ειδικός φόρος, αγγελιόσημο) κατά τις διατάξεις του παρόντος άρθρου.

3. Περαιτέρω, σύμφωνα με τις διατάξεις της παρ. 1 του άρθρου 12 του Κ.Β.Σ., για κάθε παροχή υπηρεσιών από επιτηδευματία σε άλλο επιτηδευματία, για την άσκηση του επαγγέλματός του, εκδίδεται τιμολόγιο.

4. Κατόπιν των ανωτέρω, συνάγεται ότι η επιβράβευση φορολογικά θεωρείται ως αμοιβή για προσφερόμενες υπηρεσίες, δεδομένου ότι αποτελεί αντιπαροχή του μέσου μαζικής ενημέρωσης (Μ.Μ.Ε.) προς τον Διαφημιστή για την προσέλκυση πελατείας και δεν συνδέεται με κάθε πελάτη του διαφημιστή, αλλά συναρτάται με την όλη επιχειρηματική συμπεριφορά του διαφημιστή προς το Μ.Μ.Ε., επιπλέον είναι δυνατόν να χορηγηθεί με τη μορφή ίσης αξίας διαφημιστικού χρόνου ή χώρου. Άρα για τη δικαιούμενη επιβράβευση πρέπει να εκδίδεται τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών από το Διαφημιστή προς το Μέσο Μαζικής Ενημέρωσης, σύμφωνα με τα οριζόμενα στις διατάξεις του Κ.Β.Σ.

5. Τέλος, στις περιπτώσεις κατά τις οποίες η επιβράβευση παρέχεται με τη μορφή ίσης αξίας διαφημιστικό χρόνου ή χώρου, πρέπει και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης να εκδίδουν τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 12 του Κ.Β.Σ., προς τους Διαφημιστές για τα διαφημιστικά μηνύματα που μεταδόθηκαν ή καταχωρήθηκαν έναντι της παρεχόμενης αξίας επιβράβευσης.

ΕΠΙΒΡΑΒΕΥΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΩΝ - ΠΙΣΤΩΤΙΚΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΑ.
α. Υποβολή παραστατικών στις Δ.Ο.Υ. για τον υπολογισμό του ποσοστού επιβράβευσης.
β. Χρόνος έκδοσης πιστωτικού τιμολογίου λόγω κύκλου εργασιών, στο τέλος του έτους.

(Υπ. Οικ. 1013084/30.1.97, πολ. 1034)

Με αφορμή προφορικά ερωτήματα, σε σχέση με τα αναφερόμενα θέματα, σας γνωρίζουμε τα εξής :

Ι. ΘΕΜΑΤΑ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΕΠΙΒΡΑΒΕΥΣΗΣ

1. Σύμφωνα με τις διατάξεις της παρ. 7 του άρθρου 12 του Ν. 2328/95, όπως ισχύει με το άρθρο 33 του Ν. 2429/96, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης δικαιούνται να παρέχουν στο τέλος κάθε ημερολογιακού έτους επιβράβευση στους διαφημιστές, η οποία υπολογίζεται επί του συνόλου της διαφημιστικής δαπάνης που πραγματοποίησαν σε αυτά. Το ποσοστό της επιβράβευσης δεν μπορεί να υπερβαίνει το εννέα κόμμα εννέα τοις εκατό (9,9%).

Όλα τα παραστατικά, τα σχετικά με τον υπολογισμό και την καταβολή της επιβράβευσης αυτής, κοινοποιούνται στην αρμόδια ΔΟΥ, η οποία υποχρεώνεται να χορηγεί αντίγραφο σε όποιον έχει έννομο συμφέρον.

2. Κατόπιν των ανωτέρω και για την υλοποίηση της προαναφερόμενης υποχρέωσης θα υποβάλλεται από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, στη ΔΟΥ της έδρας - τμήμα έμμεσων φόρων, κατάσταση χορηγούμενων ποσών επιβράβευσης, όπως το συνημμένο υπόδειγμα. Η κατάσταση αυτή υποβάλλεται εντός δύο μηνών από τη λήξη της διαχειριστικής περιόδου. Ειδικά για την πρώτη εφαρμογή η κατάσταση αυτή μπορεί να υποβληθεί μέχρι τέλος Μαρτίου 1997.

3. Με την εγκύκλιό μας 1135155/1112/ΠΟΛ.1011/13.1.1997 έγινε δεκτό ότι για το ποσοστό επιβράβευσης, που χορηγείται από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης στους διαφημιστές, εκδίδεται τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών. Επειδή πολλά ΜΜΕ είχαν εκδόσει ήδη (προ της εγκυκλίου) πιστωτικά τιμολόγια θεωρώντας το ποσοστό επιβράβευσης, λανθασμένα ως πρόσθετη έκπτωση, επιτρέπεται τα εκδοθέντα πιστωτικά τιμολόγια να ακυρωθούν, αναγράφοντας επ΄αυτών τα στοιχεία του αντίστοιχου τιμολογίου παροχής υπηρεσιών καθώς και τον αριθμό της συγκεκριμένης εγκυκλίου μας.

4. Σημειώνεται ότι τα τιμολόγια παροχής υπηρεσιών για την επιβράβευση πρέπει να εκδίδονται το αργότερο με ημερομηνία την τελευταία ημέρα της χρήσης, επιτρέπεται όμως λόγω της απαραίτητης ουσιαστικής εκκαθάρισης του λογαριασμού και της γνωστοποίησης από τα ΜΜΕ προς τους διαφημιστές του χορηγούμενου ποσοστού επιβράβευσης, να συμπληρώνονται εντός του πρώτου δεκαήμερου του

νέου έτους με ημερομηνία έκδοσης την τελευταία ημέρα του προηγούμενου έτους και να περιέρχονται μέχρι την εικοστή ημέρα του μήνα, όπως αντίστοιχα ορίζεται στο άρθρο 12 παρ. 7 του ΚΒΣ για τις εκκαθαρίσεις.

Ειδικά όμως, για την πρώτη εφαρμογή επιτρέπεται να συμπληρωθούν τα τιμολόγια αυτά μέχρι την δεκάτη πέμπτη (15η) Φεβρουαρίου 1997 με ημερομηνία έκδοσης της 31.12.96, (ανεξάρτητα από το χρόνο θεώρησής τους) εφόσον προηγούμενα έχουν εκδοθεί αντίστοιχα πιστωτικά τιμολόγια, και να υποβληθούν τροποποιητικές δηλώσεις ΦΠΑ της τελευταίας φορολογικής περιόδου μαζί με την εκκαθαριστική δήλωση, δεδομένου ότι δεν αλλάζει το τελικό φορολογικό αποτέλεσμα. Σημειώνεται ότι συντελεστής ΦΠΑ που αντιστοιχεί στο ποσοστό επιβράβευσης είναι 18%.

ΙΙ. ΧΡΟΝΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΥ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ ΣΤΟ ΤΕΛΟΣ ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ

Σχετικά με το θέμα αυτό διευκρινίζεται ότι επιτρέπεται τα πιστωτικά τιμολόγια που εκδίδονται στο τέλος του διαχειριστικού έτους, για τη χορήγηση εκπτώσεων λόγω τζίρου, να συμπληρώνονται εντός του πρώτου δεκαήμερου του νέου έτους και να περιέρχονται μέχρι την εικοστή ημέρα του πρώτου μήνα του έτους στον αντισυμβαλλόμενο, όπως αντίστοιχα εφαρμόζεται για τις εκκαθαρίσεις, σύμφωνα με το άρθρο 12 παρ. 7 του ΚΒΣ προκειμένου να δοθεί εύλογος χρόνος για την εκκαθάριση των λογαριασμών του κάθε πελάτη.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΕΠΙΒΡΑΒΕΥΣΗΣ

Προς Δ.Ο.Υ.....

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΟΧΡΕΟΥ

Ονοματεπώνυμο ή επωνυμία :

Α.Φ.Μ. :

Επάγγελμα :

Διεύθυνση :

Τηλέφωνο :

α/α	Ονομ/μο ή επωνυμία Διαφημιστή	Διεύθυνση	Συνολική Διαφ/στική Δαπάνη	Ποσοστό επιβρά-βευσης	Αξία επιβρά-βευσης	Αριθμός Τ.Π.Υ.

Σύνολο

Ο ΥΠΟΧΡΕΟΣ Ημερομηνία παραλαβής .....

-Συντάσσεται εις διπλούν. Το πρώτο παραδίδεται στη ΔΟΥ και το δεύτερο επιστρέφεται στο ΜΜΕ ως αποδεικτικό υποβολής.

2. Μοναδικός συντελεστής καθαρού κέρδους.

Οι επιχειρήσεις διαφημίσεων, είτε διαφημιστικά γραφεία είναι είτε Μ.Μ.Ε. σπάνια τηρούν βιβλία Β' κατηγορίας. Συνήθως είναι μεγάλες επιχειρήσεις που έχουν την μορφή της Ανώνυμης Εταιρείας ή της ΕΠΕ.

Ενδεικτικά όμως αναφέρουμε τον μοναδικό συντελεστή καθαρού κέρδους και τον σχετικό κωδικό, σε περίπτωση εξωλογιστικού προσδιορισμού των καθαρών κέρδων.

8304

Διαφημίσεων γενικά επιχειρήσεις.

Στο σύνολο των ακαθάριστων εσόδων 11%

3. Εγγραφές στην αναλυτική λογιστική (Ομάδα 9)

Όποια επιχείρηση υπάγεται στον υποχρεωτικό έλεγχο των Ορκωτών Ελεγκτών, τηρεί υποχρεωτικά εκτός από την Γενική Λογιστική και την ομάδα 9 του Ελληνικού Γενικού Λογιστικού Σχεδίου (ΕΓΛΣ Π.Δ. 1123/80). Οι εγγραφές που γίνονται στα βιβλία στην περίπτωση αυτή είναι :

Α' Για την εμφάνιση των διαφημιστικών εσόδων

Χρέωση :

90. Διάμεσοι - Αντικρυζόμενοι Λογαριασμοί
90.07 Οργανικά έσοδα κατ' είδος λογισμένα
90.07.73 Πωλήσεις υπηρεσιών λογισμένες

Πίστωση :

96 Έσοδα - Μικτά Αναλυτικά Αποτελέσματα
96.10 Πωλήσεις Υπηρεσιών
96.10.73 Έσοδα από Διαφημίσεις

Β' Για την εμφάνιση των διαφημιστικών εξόδων

Χρέωση :

92 Κέντρα - Θέσεις Κόστους
92.03 Έξοδα λειτουργίας διαθέσεως
92.03.64 Έξοδα διαφήμισης

Πίστωση :

90 Διάμεσοι - Αντικρυζόμενοι λογαριασμοί
90.06 Οργανικά έξοδα κατ' είδος λογισμένα
90.06.64 Διάφορα έξοδα λογισμένα

4. Δημοτικά τέλη Διαφήμισης

Σύμφωνα με τον Ν. 1144/14-4-1981 προβλέπεται τέλος υπέρ του δήμου για τις διαφημίσεις που ενεργούνται με ημερολόγια, δώρα, φέϊγ βολάν, αυτοκόλλητα είδη κ.λπ. Το ποσοστό ορίστηκε στο 6% επί της αξίας της δαπάνης.

Επίσης ο ως άνω νόμος αναφέρει ότι :

Η δαπάνη διαφημίσεως δεν αναγνωρίζεται ως δαπάνη της διαφημιζομένης επιχειρήσεως, προκειμένου προσδιορισμού των κερδών αυτής, των υπαγομένων εις φορολογίαν εισοδήματος, εάν αποδεικνύεται η καταβολή του αναλογούντος τέλους δια τριπλοτύπου εισπράξεως του οικείου δήμου ή κοινότητος.

Το ως άνω τέλος αποδίδει στον δήμο ο αγοραστής - λήπτης του σχετικού τιμολογίου με χρέωση του οικείου λογαριασμού του ΚΑ 64.02.

5. Ανταλλακτικές Συμβάσεις

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών ανάμεσα στα Μ.Μ.Ε. έχει επικρατήσει η εμπορική πράξη της ανταλλαγής. Ανταλλαγή λέγεται στην συγκεκριμένη περίπτωση ή συμφωνία που γίνεται π.χ. ανάμεσα σε ένα ραδιοφωνικό σταθμό και ένα περιοδικό για την αμοιβαία εκτέλεση διαφημιστικών παραγγελιών, χωρίς η μία επιχείρηση να εξοφλεί τα τιμολόγια της άλλης, αλλά οι σχετικοί λογαριασμοί να εξοφλούνται με ίσης αξίας διαφημιστική προβολή εκ μέρους του πελάτη - προμηθευτή και αντιστρόφως.

Ανταλλαγή όπως γνωρίζουμε είναι η εμπορική πράξη "είδος με είδος". Διαφήμιση με διαφήμιση.

Το άρθρο 33 του Ν. 2429/96 αναφέρεται και νομιμοποιεί αυτό το καθεστός με ειδική αναφορά που αφορά στον υπολογισμό των επιβαρύνσεων.

Όπως ήταν φυσικό η συμφωνία αυτή όταν εκτελείται τιμολογείται με ειδικές τιμές από τα Μ.Μ.Ε. που αναφέρονται στους τιμοκαταλόγους τους και σε σχέση με της αρχικές έχουν έκπτωση 90 - 95%.

Αυτό το γεγονός εξηγεί την παρατήρηση του καθημερινού φαινομένου, να βλέπουμε κανάλια ή ραδιοφωνικούς σταθμούς να έχουν ολοσέλιδες καταχωρήσεις σε εφημερίδες ή περιοδικά να διαφημίζονται πολύ συχνότερα από άλλα προϊόντα σε πανάκριβες τηλεοπτικές ζώνες.

Μέσω των ανταλλακτικών συμβάσεων το κόστος της δικής του διαφημιστικής προβολής για μια επιχείρηση Μ.Μ.Ε. (ΚΑ 64.02) είναι σχετικά φτηνό.

Η λογιστική απεικόνιση μιας τέτοιας σύμβασης και της εκτέλεσης της είναι απλή. π.χ. Η επιχείρηση Ράδιο FM ΑΕ συμφωνεί με το Περιοδικό ΑΛΦΑ ΕΠΕ :

α) Να εκτελεί διαφημιστικά spot του περιοδικού για το έτος 1997 τα οποία θα χρεώνονται με έκπτωση 95% των τιμών του τιμολογίου.

β) Να στέλνει καταχωρήσεις για την προβολή του ραδιοφωνικού σταθμού στο περιοδικό, το οποίο θα τις χρεώνει με έκπτωση 95% στις τιμές του τιμοκαταλόγου.

π.χ. κατά τη διάρκεια του έτους 1997 σε εκτέλεση της ως άνω σύμβασης η επιχείρηση Ράδιο FM ΑΕ εξέδωσε προς την επιχείρηση Περιοδικό ΑΛΦΑ ΕΠΕ τιμολόγια συνολικής αξίας μετά την έκπτωση 95% δρχ. 2.120.000, με ΦΠΑ 18% = 381.600 και αναφορά για πληρωμή αγγελιοσήμου 21.5 % δρχ. 455.800.

Η επιχείρηση Περιοδικό ΑΛΦΑ ΕΠΕ εξέδωσε προς την επιχείρηση Ράδιο FM ΑΕ τιμολόγια συνολικής αξίας μετά την έκπτωση 95% δρχ. 1.800.000 με ΦΠΑ 18% 324.000 και αναφορά για πληρωμή αγγελιοσήμου 20% δρχ. 360.000.

Εγγραφές στο Λογιστήριο της Ράδιο FM ΑΕ

	Χ	Π
30 Πελάτης		
30.00 Πελάτης εσωτερικού		
30.00.52 Περιοδικό ΑΛΦΑ ΕΠΕ	2.501.600	
73 Πωλήσεις Υπηρεσιών		2.120.000
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.00 ΦΠΑ		
54.00.73 ΦΠΑ Εκροών - Πωλήσεων Υπηρεσιών λογαριασμού 73		381.600

Τιμολόγιά μας .

64 Διάφορα έξοδα		
64.02 Έξοδα προβολής & διαφήμισης		
64.02.00 Διαφημίσεις από τον τύπο	1.800.000	
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.00 ΦΠΑ		
54.00.29 ΦΠΑ Εισροών - Εξόδων - Δαπανών ομάδων 6 & 8	324.000	
50 Προμηθευτές		
50.00 Προμηθευτές εσωτερικού		
50.00.44 Περιοδικό ΑΛΦΑ ΕΠΕ		2.124.000

Ως τιμολόγιο Νο.

64 Διάφορα έξοδα		
64.02 Έξοδα προβολής και διαφήμισης		
64.02 .00 Διαφημίσεις από τον τύπο	360.000	
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.90 Αγγελιόσημο υπέρ ΤΣΠΕΑΘ		
54.90.01 Αγγελιόσημο		360.000

54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.90 Αγγελιόσημο υπέρ ΤΣΠΕΑΘ		
54.90.01 Αγγελιόσημο	360.000	
38 Χρηματικά Διαθέσιμα		360.000

Η τελευταία εγγραφή είναι η μόνη εγγραφή " πληρωμής ".
Το μόνο πραγματικό κόστος ή έσοδο.

Εγγραφές στο Λογιστήριο του Περιοδικό ΑΛΦΑ ΕΠΕ

	Χ	Π
30 Πελάτες		
30.00 Πελάτες εσωτερικού		
30.00.19 Ράδιο FM ΑΕ	2.124.000	
73 Πωλήσεις Υπηρεσιών		1.800.000
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.00 ΦΠΑ		
54.00.73 ΦΠΑ Εσόδων Εκροών - Πωλήσεων Υπηρεσιών λογαριασμού 73		324.000

Τιμολόγιό μας Νο.

64 Διάφορα έξοδα		
64.02 Έξοδα προβολής και διαφήμισης		
64.02.01 Διαφημίσεις από το ραδιόφωνο - τηλεόραση	2.120.000	
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.00 ΦΠΑ		
54.00.29 ΦΠΑ Εισροών Δαπανών - Εξόδων ομάδων 6&8	381.600	
50 Προμηθευτές		
50.00 Προμηθευτές εσωτερικού		
50.00.09 Ράδιο FM ΑΕ		2.501.600

Τιμολόγια.

64 Διάφορα έξοδα		
64.02 Έξοδα προβολής και διαφήμισης		
64.02.01 Διαφημίσεις από το ραδιόφωνο - τηλεόραση	455.800	
54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.90 Αγγελιόσημο υπέρ ΤΣΠΕΑΘ		
54.90.01 Αγγελιόσημο		455.800

54 Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		
54.90 Αγγελιόσημο υπέρ ΤΣΠΕΑΘ		
54.90.01 Αγγελιόσημο	455.800	
38 Χρηματικά Διαθέσιμα		455.800

Η τελευταία εγγραφή είναι η μόνη εγγραφή "πληρωμής".
Το μόνο πραγματικό κόστος ή έσοδο.

Μετά τις ως άνω εγγραφές οι δοσοληπτικοί λογαριασμοί των εταιρειών εμφανίζονται ως εξής :

30.00.52 Πελάτης Περιοδικό ΑΛΦΑ ΕΠΕ		50.00.44 Προμηθευτής Περιοδ. ΑΛΦΑ ΕΠΕ	
2.501.600			2.124.000

Λογιστήριο Περιοδικού ΑΛΦΑ ΕΠΕ

30.00.19 Πελάτης Ράδιο FM ΑΕ		50.00.04 Προμηθευτής Ράδιο FM ΑΕ	
2.124.000			2.501.600

Την 31-12-1997 αφού γίνουν οι σχετικές ελεγκτικές επαληθεύσεις και εκδοθούν τα αντίστοιχα συμψηφιστικά δελτία θα γίνουν οι κάτωθι εγγραφές :

Λογιστήριο Ράδιο FM ΑΕ

50 Προμηθευτής		
50.00 Προμηθευτής εσωτερικού		
50.00.44 Προμ. Περιοδικό ΑΛΦΑ ΕΠΕ	2.124.000	
30 Πελάτες		
30.00 Πελάτες εσωτερικού		
30.00.52 Πελ. Περιοδικό ΑΛΦΑ ΕΠΕ		2.124.000

Λογιστήριο Περιοδικού ΑΛΦΑ ΕΠΕ

50 Προομηθευτές		
50.00 Προμηθευτές εσωτερικού		
50.00.04 Προμηθευτής Ράδιο FM ΑΕ	2.124.000	
30 Πελάτες		
30.00 Πελάτες εσωτερικού		
30.00.19 Πελάτης Ράδιο FM ΑΕ		2.124.000

Μετά την ώς άνω τακτοποίηση θα προκείψουν τα κάτωθι υπόλοιπα:

Λογιστήριο Ράδιο FM ΑΕ

30.00.52

Πελάτης Περιοδ. ΑΛΦΑ ΕΠΕ

377.600

Ο λογαριασμός αυτός με το χρεωτικό του υπόλοιπο δείχνει όχι απαίτηση της επιχείρησης σε χρήμα αλλά απαίτηση σε διαφημιστική της προβολή που δεν κατέστη δυνατό μέχρι 31-12-97 να εκτελεσθεί ισόποσα και θα εκτελεσθεί από 1-1-98.

Λογιστήριο Περιοδικού ΑΛΦΑ ΕΠΕ

50.00.04

Προμηθευτής Ράδιο FM ΑΕ

377.600

Ο λογαριασμός αυτός με το πιστωτικό του υπόλοιπο δείχνει όχι υποχρέωση της επιχείρησης σε χρήμα αλλά υποχρέωση σε διαφημιστική προβολή που δεν κατέστη δυνατό μέχρι 31-12-97 να εκτελεσθεί ισόποσα και θα εκτελεσθεί από 1-1-98.

Ζ. ΤΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ ΚΑΙ Η ΡΕΥΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥΣ

1. Τρόπος Κοστολόγησης

Το κοστολόγιο μιας διαφήμισης που έχει ονομαστική τιμή κατά τον τιμοκατάλογο ενός Μ.Μ.Ε. δρχ. 100 διαμορφώνεται σύμφωνα με τις επιβαρύνσεις ως εξής :

	Τηλεόραση	Ραδιόφωνο	Έντυπα Αθήνας	Έντυπα Θεσ/νίκης
Αξία Διαφήμισης	100	100	100	100
Έκπτωση διαφ. εταιρείας	20	20	20	20
Υπόλοιπο	80	80	80	80
ΦΠΑ	14.4	14.4	14.4	14.4
Ειδικός φόρος	24	—	—	—
Αγγελιόσημο	17.2	17.2	16	12.8
Σύνολο	135.6	111.6	110.4	107.2
Συντελεστής κόστους από αρχική τιμή	1,356	1,116	1,104	1,072
Συντελεστής εσόδων από δαπάνη	0,5900	0,7168	0,7246	0,7462
Συντελεστής δαπάνης από έσοδα	1,695	1,395	1,380	1,340

2. Κατανομή διαφημιστικών εσόδων

Η κατανομή των διαφημιστικών εσόδων στις διάφορες κατηγορίες Μ.Μ.Ε. κατά τα τελευταία έτη έχει κατανεμηθεί ως εξής :

Ετήσια διαφημιστική δαπάνη ανά ΜΜΕ 1990 - 1996

Έτος	Σύν. ΜΜΕ	Τηλεόρ.	Ραδιόφ.	Εφημερ.	Περιοδ.
1990	78	35,2	5,7	14,8	22,3
1991	102,1	55,5	5,9	15,7	25,1
1992	147,7	90,8	8,1	17,9	30,8
1993	207,8	132,6	15,1	24	36,1
1994	215,7	141,4	14	25,3	35
1995	408,1	285,1	23,1	42	57,4
1996	282,1	152	22,4	42,6	65,7

Πηγή : Media Services (σε δισ. δρχ.)

Ειδικότερα για το έτος 1996 που είναι το πιο πρόσφατο έτος η κατανομή έχει με ποσοστά και αναλυτικότερα (σε δισ. δρχ.) ως εξής :

ΜΕΣΟ	ΙΑΝ. '96 - ΔΕΚ. '96	ΠΟΣΟΣΤΑ %
TV	151.985	53,88
ΠΡΙΟΔ.	65.067	23,07
ΕΦΗΜ.	42.606	15,1
ΡΑΔΙΟΦ.	22.430	7,95
ΣΥΝΟΛΟ	282.089	100 %

Η ελληνική διαφημιστική αγορά γνώρισε μεγάλη άνθηση στη δεκαετία του 1990 χάρη στην ιδιωτική τηλεόραση. Αυτό έχει να κάνει κυρίως με μια σειρά ιδιορρυθμίες της ελληνικής τηλεοπτικής αγοράς, κυριότερες εκ των οποίων είναι :

- Η ακόμα εύκολη προσέλκυση του τηλεοπτικού κοινού.
- Το σχετικά φθηνό κόστος της τηλεοπτικής διαφήμισης.
- Η πληθώρα ιδιωτικών καναλιών και ο χωρίς στόχευση ανταγωνισμός τους.

Οι παραπάνω τρεις λόγοι (που είναι αποκλειστικά ελληνικοί και δεν έχουν ανταπόκριση στα περισσότερα ευρωπαϊκά κράτη) ήταν η αιτία που μεταξύ 1990 - 1995 η διαφημιστική δαπάνη πολλαπλασιάστηκε. Έτσι, ενώ η ετήσια διαφημιστική δαπάνη στην τηλεόραση ήταν 35,2 δισ. δραχμές, το 1996 έφθασε (πάρα την αριθμητικά εμφανισθείσα μεγάλη μείωση λόγω του νέου νόμου) στα 152 δισ. δρχ.

Η εξέλιξη του ελληνικού διαφημιστικού χώρου όλα αυτά τα χρόνια μάλλον αποτελεί εξαίρεση, καθώς ο χώρος της διαφήμισης στα περισσότερα ευρωπαϊκά κράτη παρουσίασε κρίση. Ίσως η εξέλιξη της διαφήμισης που γνωρίσαμε αυτά τα χρόνια στην Ελλάδα έχει να κάνει κυρίως με το καθυστερημένο άνοιγμα της ελληνικής αγοράς στα ιδιωτικά τηλεοπτικά ΜΜΕ. Η τόσο μεγάλη άνοδος της τηλεοπτικής διαφήμισης διεύρυνε όμως τον διαφημιστικό κύκλο και για άλλα ΜΜΕ. Όχι όμως με τους ρυθμούς και τα μεγέθη της τηλεόρασης. Είναι ενδεικτικό πως κατά το 1996 είχαμε διαφημιστική δαπάνη 22,4 δισ. δρχ. για το ραδιόφωνο, 42,6 δισ. δρχ. για τις εφημερίδες και 65,7 δισ. δρχ. για τα περιοδικά.

Από τους παρατιθέμενους αριθμούς για το 1996 και από τα αριθμητικά μεγέθη των προηγούμενων χρόνων (πίνακας Media Services) είναι σαφές πως τα περιοδικά είναι το δεύτερο ιδιαίτερα ευνοημένο ΜΜΕ από τη διαφημιστική έκρηξη που έγινε στη δεκαετία του 1990.

Ίσως γιατί το περιοδικό είναι το ΜΜΕ που με την εξειδίκευση του στόχευσε στα ειδικά ακροατήρια. Με τον τρόπο αυτό συμπλήρωσε την τηλεόραση, η οποία ως ΜΜΕ απευθύνθηκε όλα αυτά τα χρόνια κυρίως στα γενικά ακροατήρια. Πρόκειται για μια σημαντική λεπτομέρεια, η οποία δείχνει και τη γρήγορη προσαρμογή των περιοδικών ως ΜΜΕ στη νέα, επικοινωνιακά, εποχή.

Αντιθέτως, ραδιόφωνο και εφημερίδα δέχθηκαν σημαντικά πλήγματα καθώς είδαν το διαφημιστικό κομμάτι που τους αναλογούσε, σε μια περίοδο (1990 - 1994) τεράστιας ποσοστιαίας και αριθμητικής αύξησης της διαφήμισης, να μένει στάσιμο. Από αυτή την άποψη, το 1996 επιβεβαίωσε τη μεγέθυνση του διαφημιστικού κομματιού που είχε παρατηρηθεί από το 1995. Πράγμα που σημαίνει πως τουλάχιστον διατήρησαν ότι κέρδισαν την προηγούμενη χρονιά. Το πρόβλημα με αυτά τα δυο ΜΜΕ είναι πως έχουν σχετικά αργήσει να βρουν το δρόμο τους (και το ρόλο τους) στη νέα, επικοινωνιακή, εποχή.

3. Η είσπραξη των διαφημιστικών εσόδων και η απόδοση τους για την επιχείρηση Μ.Μ.Ε.

Η ρευστοποίηση των απαιτήσεων που δημιουργεί η διαφημιστική παραγωγή είναι για έναν τηλεοπτικό ή ραδιοφωνικό σταθμό, εφημερίδα ή περιοδικό, μια επίπονη εργασία. Ο σκληρός ανταγωνισμός στον χώρο των Μ.Μ.Ε. και της διαφήμισης έχει σαν αποτέλεσμα να δημιουργήσει ένα κλίμα αρκετά μεγάλης πίστωσης και άνεσης όσον αφορά στην εξόφληση των ως άνω απαιτήσεων. Διαφημιστές και διαφημιζόμενοι εξοφλούν τις υποχρεώσεις τους συνήθως με συναλλαγματικές ή επιταγές πελατών τους. Τα ως άνω αξιόγραφα έχουν διάρκεια 4 - 8 μήνες.

Το καθεστώς αυτό έχει τις κάτωθι συνέπειες :

1) Την επιβάρυνση του μέσου με τόκους χρηματοδοτήσεων, καθ' όσον τα αξιόγραφα εκχωρούνται στις Τράπεζες για κάλυψη αντιστοίχων δανείων.

2) Την επιβάρυνση του μέσου με εκπτώσεις σε περίπτωση που θα γίνει με μετρητά. Συγκεκριμένα οι περισσότεροι τιμοκατάλογοι των Μ.Μ.Ε. προβλέπουν διαφορετική τιμή (μικρότερη κατά 10% έως 15%) σε περίπτωση εξόφλησης με μετρητά.

3) Την επιβάρυνση του μέσου με αυξημένο κίνδυνο επισφάλειας που δημιουργείται από το άνετο χρονικό διάστημα εξόφλησης.

Τα ισχυρά Μ.Μ.Ε. (κανάλια με μεγάλη θεαματικότητα και εφημερίδες με μεγάλη κυκλοφορία), λόγω της ανελαστικής ζήτησης που έχουν οι διαφημιστικοί τους χρόνοι και χώροι, μπορούν πιο εύκολα να επιβάλλουν όρους ταχύτερης εξόφλησης των τιμολογίων και να ολοκληρώσουν με την είσπραξη του κύκλου των διαφημιστικών τους εσόδων.

Τα περισσότερα όμως Μ.Μ.Ε. υφίστανται τις ως άνω επιβαρύνσεις, με αποτέλεσμα την συστατική μείωση των διαφημιστικών τους εσόδων, ανεξάρτητα από το λογιστικό γεγονός ότι οι ως άνω ή και άλλες επιβαρύνσεις είναι δυνατόν να λογιστικοποιούνται με χρέωση (μείωση) του 73 Πωλήσεις Υπηρεσιών ή με χρέωση κάποιου λογαριασμό δαπάνης π.χ. 65 τόκοι και συναφή έξοδα.

Για τους λόγους αυτούς εμπορικά και διαχειριστικά διαχωρίζεται η παραγωγή από την απόδοση των διαφημιστικών εσόδων ενός Μ.Μ.Ε.

Αυτό φαίνεται στον παρακάτω ενδεικτικό πίνακα :

Παραγωγή και Απόδοση Διαφημιστικών Εσόδων έτους 1996

Τιμολόγηση Διαφήμισης		100
73.00		
μείον		
1. Εκπτώσεις Πωλήσεων	73.98	5
Υπόλοιπο λογαριασμού 73		95
μείον		
2. Τόκοι και συναφή έξοδα	65	14
3. Επιβραβεύσεις διαφημιστών		
9,9%	61	8
4. Απόδοση επισφαλών απαιτήσεων		
	66	3
Καθαρή απόδοση διαφήμισης		70

Ο ως άνω πίνακας αποδεικνύει ότι τα διαφημιστικά έσοδα μέχρις ότου ρευστοποιηθούν χάνουν το 30% της ονομαστκής τους αξίας (αξίας τιμολογίου ή τιμοκαταλόγου).

Η άμεση απόδοση των διαφημιστικών εσόδων είναι το 70% των τιμών του τιμοκαταλόγου.

Θεωρείται αυτονόητο ότι στη συνέχεια θα αφαιρεθούν από τα ώς άνω έσοδα και όλα τα υπόλοιπα λειτουργικά έξοδα του μέσου προκειμένου να σχηματισθεί κατά τις διατάξης του ΚΒΣ και του Ν. 2190/20 περί ΑΕ ο Λογαριασμός Αποτελέσματα χρήσεως και οι υπόλοιπες οικονομικές καταστάσεις.

Η. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στη νέα επικοινωνιακή εποχή, στο κατώφλι του 21ου αιώνα και στο τέλος του 20ου, των αιώνων της πληροφορικής και της τεχνολογικής προόδου, η διαφήμιση έχει εκτελέσει των ρόλο της σαν μοχλός ανάπτυξης, πώλησης και κατανάλωσης. Συνετέλεσε στη δημιουργία της λεγόμενης " καταναλωτικής κοινωνίας " στην " κοινωνία της αφθονίας " και στην δημιουργία του καπιταλιστικού ονείρου.

Απομένει στην ανθρωπότητα, τον παραγωγό, τον πωλητή και τον καταναλωτή να χρησιμοποιούν ή να επηρεάζονται από την δύναμη της τόσο όσο είναι αναγκαίο, για την ωφέλεια όλων των συντελεστών της και την πρόοδο της ανθρωπότητας.

Οι σύγχρονες γενεές είναι αναγκαίο να θυμούνται πάντα την σοφότερη αρχαιοελληνική ρήση :

" Παν μέτρον άριστον ".

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Π.Δ. 1123/80
2. Ν. 2328/95
3. Ν. 2429/96
4. Γνωματεύσεις ΕΣΥΛ
5. Υ.Α 1086567/40/Τ & ΕΦ/96
6. Εγκύκλιοι Υ.Ο.
7. Ν. 248/67
8. Ν. 1866/89