



## ΠΟΡΙΣΜΑ

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΜΕ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗ «ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ  
ΧΕΙΡΑΓΩΓΗΣΗΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ, ΕΥΤΕΛΙΣΜΟ ΤΩΝ ΘΕΣΜΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΠΑΤΑΛΗΣΗΣ  
ΔΗΜΟΣΙΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

14 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2022

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

### I. Εισαγωγή

I.1 Περίληψη Υπόθεσης Επικοινωνιακής Καμπάνιας για την έγκυρη και έγκαιρη ενημέρωση των πολιτών σχετικά με την άμεση αντιμετώπιση των συνεπειών της πανδημίας του κορωνοϊού COVID-19 - “Μένουμε Σπίτι- Μένουμε Ασφαλείς”.

I.2 Περίληψη Υπόθεσης Επικοινωνιακής Καμπάνιας “Για τον έγκαιρο εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού COVID-19” και την προβολή των μηνυμάτων της Εθνικής Εκστρατείας κατά του κορωνοϊού COVID-19 στο σύνολο των ΜΜΕ”.

I.3 Περίληψη Υπόθεσης για τον σχεδιασμό και υλοποίηση Στρατηγικής και Διαχείρισης των σχέσεων της Ελλάδας με Διεθνή Μέσα από την «Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.» (Enterprise Greece)

I.4 Περίληψη Υπόθεσης σχετικά με τις συμβάσεις της ΕΔΥΤΕ Α.Ε. και την Reposition Strategy.

I.5 Περίληψη Υπόθεσης σχετικά με την δημοσκοπική εταιρεία “Opinion Poll”.

II. Επικοινωνιακή Καμπάνια για την έγκυρη και έγκαιρη ενημέρωση των πολιτών σχετικά με την άμεση αντιμετώπιση των συνεπειών της πανδημίας του κορωνοϊού COVID-19 - “Μένουμε Σπίτι- Μένουμε Ασφαλείς”.

III. Επικοινωνιακή Καμπάνια “Για τον έγκαιρο εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού COVID-19” και την προβολή των μηνυμάτων της Εθνικής Εκστρατείας κατά του κορωνοϊού COVID-19 στο σύνολο των ΜΜΕ”.

IV. Σχεδιασμός και υλοποίηση Στρατηγικής και Διαχείρισης των σχέσεων της Ελλάδας με Διεθνή Μέσα από την «Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε» (Enterprise Greece).

V. Συμβάσεις της ΕΔΥΤΕ Α.Ε. με την Reposition Strategy.

VI. Εταιρεία Δημοσκοπήσεων Opinion Poll

## I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Εξεταστική Επιτροπή της Βουλής για τη διερεύνηση της επιχείρησης πολιτικής χειραγώγησης της κοινής γνώμης, ευτελισμό των θεσμών και κατασπατάληση δημοσίου χρήματος συστάθηκε στις 12-11-2021 με απόφαση της Βουλής, έπειτα από σχετική πρόταση της Αξιωματικής Αντιπολίτευσης, ήτοι του ΣΥΡΙΖΑ.

Η Νέα Δημοκρατία, πιστή διαχρονικά στην αρχή της διαφάνειας, της νομιμότητας και της μη ύπαρξης σκιών στην υλοποίηση του Κυβερνητικού έργου, στήριξε από την πρώτη στιγμή τη σύσταση Εξεταστικής Επιτροπής, διαφώνησε ωστόσο με την πρωτοφανή θέση της Αξιωματικής Αντιπολίτευσης, να μην συμπεριληφθεί και η δική της κυβερνητική θητεία, ήτοι η συγκυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ –ΑΝΕΛ, στην υπό εξέταση περίοδο.

Άλλωστε, η Νέα Δημοκρατία δεν θα μπορούσε παρά να αισθάνεται ιδιαίτερα υπερήφανη για το γεγονός ότι η δυνατότητα να συστήνονται εξεταστικές επιτροπές από την κοινοβουλευτική μειοψηφία και όχι μόνο από την κοινοβουλευτική πλειοψηφία, ως ίσχυε πριν από την πρόσφατη Αναθεώρηση του Συντάγματος, αποτελεί κατάκτηση αυτής της μεγάλης φιλελεύθερης παράταξης, η οποία, δια του πρωθυπουργού της κ. Κυριάκου Μητσοτάκη και όσο αυτός βρισκόταν στην αντιπολίτευση, κατέθεσε στις 14-3-2018 πρόταση αναθεώρησης του άρθρου 68&2, αποδεικνύοντας, κατ' αυτόν τον τρόπο, για μια ακόμη φορά τοις πάσι τον θεσμικό τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνεται την σπουδαιότητα του Κοινοβουλευτικού Ελέγχου στις κυβερνητικές δράσεις.

Ήταν πάλι η παράταξη της Νέας Δημοκρατίας, ως κοινοβουλευτική πλειοψηφία πλέον στην αναθεωρητική Βουλή το Νοέμβριο του 2019 , η οποία υπερψήφισε την δυνατότητα των

κοινοβουλευτικών μειοψηφιών, να ελέγχουν την Κοινοβουλευτική Πλειοψηφία κατά την διάρκεια της Κυβερνητικής της θητείας.

Η Κοινοβουλευτική Πλειοψηφία της Νέας Δημοκρατίας, συνεπώς, αισθάνεται ιστορικά δικαιωμένη, τόσο για το γεγονός ότι η τωρινή Αξιωματική Αντιπολίτευση έκανε πράξη ένα συνταγματικό δικαίωμα, μια δυνατότητα που η Νέα Δημοκρατία θεσμοθέτησε, όσο και για το γεγονός ότι συνέβαλε καθοριστικά στην εμφάνιση της δημοκρατίας, μέσω της θεσμοθέτησης ενός γνήσιου μέσου κοινοβουλευτικού ελέγχου της Κυβέρνησης από την κοινοβουλευτική μειοψηφία, δεδομένου ότι, σε τελική ανάλυση, η ποιότητα μιας φιλελεύθερης κοινοβουλευτικής δημοκρατίας κρίνεται πρωτίστως από τα θεσμικά εργαλεία που έχουν στη διάθεση τους οι κοινοβουλευτικές μειοψηφίες για να ελέγχουν την εκτελεστική εξουσία.

Η ενεργοποίηση δε της σχετικής διαδικασίας σύστασης της Εξεταστικής Επιτροπής και η αποδοχή ελέγχου από την Κοινοβουλευτική Πλειοψηφία της Νέας Δημοκρατίας, δεν αποτελεί μόνον γεγονός πρωτόγνωρο για την ελληνική πραγματικότητα, αλλά ταυτοχρόνως και μία ιστορική στιγμή για τα κοινοβουλευτικά πρακτικά και για την ποιότητα λειτουργίας του πολιτικού συστήματος και μόνον ως πολιτική γενναιότητα μπορεί να εκληφθεί από την πλευρά της ΝΔ, αλλά και ως μια απόλυτα ξεκάθαρη δηλωτική στάση της παρούσας Κυβέρνησης, ότι τάσσεται αναφανδόν υπέρ της νομιμότητας, της διαφάνειας και του σεβασμού των θεσμών σε κάθε πτυχή και προέκταση του κυβερνητικού έργου.

Συνεπώς, η Κοινοβουλευτική Πλειοψηφία της Νέας Δημοκρατίας δεν θα μπορούσε παρά να εισέλθει στις εργασίες της Εξεταστικής Επιτροπής με αίσθημα υψηλής ευθύνης, τόσο ως προς την ορθή τήρηση των Νόμων, του Συντάγματος και του Κανονισμού της Βουλής, όσο και ως προς την αδήριτη υποχρέωση για διερεύνηση και απόδειξη της αλήθειας, χωρίς αποκλεισμούς, αστερίσκους και υπεκφυγές, απορρίπτοντας συνειδητά και εξ αρχής

κάθε ίχνος κατάχρησης και παραβίασης της νόμιμης διαδικασίας, πολιτικής και κομματικής εκμετάλλευσής της και διαστρέβλωσης της πραγματικότητας .

Στο πλαίσιο τήρησης των ως άνω αρχών η Κοινοβουλευτική Πλειοψηφία τάχθηκε υπέρ της δημοσιότητας των συνεδριάσεων της Εξεταστικής Επιτροπής καθώς μέσω αυτής διασφαλίζεται η πλήρης διαφάνεια των διαδικασιών, επιβεβαιώνοντας τη θέση της ότι δεν υπάρχει απολύτως οτιδήποτε μεμπτό για να αποκρυφθεί.

Ενώ ως προς το αίτημα της Αξιωματικής Αντιπολίτευσης για συγκρότηση διακομματικού Προεδρείου διαφώνησε πλήρως, καθώς η θεσμικώς και νομικώς ορθή προσέγγιση του θέματος, ήτοι η τήρηση του Συντάγματος και των άρθρων 144 και 34 παρ.4 του Κανονισμού της Βουλής, τα οποία διέπουν και ορίζουν τις Εξεταστικές Επιτροπές, χωρίς να προβλέπουν την παραμικρή παρέκκλιση ή εξαίρεση αυτών, μιλούν για συγκρότηση αυτών στη βάση των Διαρκών Επιτροπών, όπου εκεί τα αντίστοιχα Προεδρεία είναι πάντοτε μονοκομματικά, απορρίπτοντας, εν τοις πράγμασι, κάθε περίπτωση επικοινωνιακών ελιγμών, αυθαίρετων νομικών ερμηνειών και διαστρεβλωτικών τακτικισμών.

Άλλωστε, και από το άρθρο 68 παρ. 2 του Συντάγματος δεν προκύπτει, ότι η συγκεκριμένη Εξεταστική Επιτροπή είναι επιτροπή Μειοψηφίας πέραν της εκκινήσεως της διαδικασίας. Δεν διαχωρίζει πουθενά ο συνταγματικός νομοθέτης, ούτε αυτό προέκυψε από την διαδικασία της συνταγματικής αναθεώρησης του συγκεκριμένου άρθρου, ή ότι το πνεύμα έστω του Νομοθέτη ήταν, να δίδεται η δυνατότητα συγκρότησης δύο διαφορετικών κατηγοριών εξεταστικών επιτροπών, άπαξ συστήνεται η εξεταστική επιτροπή πλην, ως αναφέρθη ήδη , της εκκινήσεως της διαδικασίας. Αυτός ίσως είναι και ο λόγος που εδώ και δύο χρόνια ο κοινός νομοθέτης δεν προχώρησε στην αλλαγή του Κανονισμού της Βουλής επί του ζητήματος αυτού.

Τέλος, όσον αφορά το θέμα της σύνταξης του καταλόγου των μαρτύρων, και τις σχετικές ενστάσεις της Αντιπολίτευσης ως προς την επιλογή αυτών και τον ισχυρισμό περί ανοιχτού και όχι κλειστού καταλόγου μαρτύρων, προέκυψε πέραν πάσης αμφιβολίας πως μεθοδολογικά, προκειμένου, να μην υπάρξει αποπροσανατολισμός της λειτουργίας της Εξεταστικής Επιτροπής, οι αρχές, που θα πρέπει να την διέπουν, είναι η προσήλωση στο αίτημα, που κατέθεσε η Αξιωματική Αντιπολίτευση, η τήρηση του Κανονισμού της Βουλής και του Συντάγματος για την διερεύνηση της αλήθειας καθώς και τα χρονικά όρια που τέθηκαν από την Ολομέλεια της Βουλής για την ολοκλήρωση των εργασιών της Επιτροπής.

Στο πλαίσιο αυτών των αρχών προκρίθηκε η άποψη ενός κλειστού καταρχήν τύπου καταλόγου μαρτύρων με την ευχέρεια κλήτευσης περαιτέρω μαρτύρων στην περίπτωση, που η εξέλιξη της διαδικασίας το επιτάσσει.

Η Κοινοβουλευτική Πλειοψηφία έχοντας εδραία πεποίθηση, ότι όσα της καταλογίζει η Αξιωματική Αντιπολίτευση στην σχετική πρότασή της περί σύστασης Εξεταστικής Επιτροπής είναι παντελώς ανεδαφικά, ανυπόστατα και ψευδή και έχοντας αποφασίσει, ως προαναφέρθηκε ήδη, να συμμετέχει στην συγκεκριμένη διαδικασία με απόλυτα θεσμικό τρόπο, τηρώντας απαρεγκλίτως την νομιμότητα πρότεινε ως μάρτυρες εκείνους που σχετίζονται άμεσα με τις υπό κρίση και ελεγχόμενες υποθέσεις- συμβάσεις, όπως και εκείνους που αποτελούν εκπροσώπους θεσμικών φορέων και συνεπώς είναι υπεράνω όποιας κομματικής ή πολιτικής σκοπιμότητας.

Συνεπώς, το αίτημα της αντιπολίτευσης περί κλήτευσης πολιτικών προσώπων και δη Υπουργών δεν μπορούσε παρά να τύχει της απόλυτης απόρριψης από την Κοινοβουλευτική Πλειοψηφία, πρώτον διότι η ενδεδειγμένη μελέτη όλων των εισφερθέντων εγγράφων καταδεικνύει και αποδεικνύει, αν όλα έγιναν νομίμως ή μη, δεύτερον, οι προτεινόμενοι μάρτυρες, είναι κοινοί στα περισσότερα σημεία με

την αντιπολίτευση, τρίτον, διότι αυτοί οι μάρτυρες είναι οι άμεσα εμπλεκόμενοι με τις σχετικές υπό εξέταση υποθέσεις και τέταρτον, διότι σε καμία περίπτωση δεν θα επέτρεπε, υπό το πρόσχημα της εξέτασης μαρτύρων, να οδηγούνταν οι εργασίες της Εξεταστικής Επιτροπής σε μία ατέρμονη διαδικασία ύφανσης πολιτικών σκοπιμοτήτων, ψευδεπίγραφων εντυπώσεων και ευτελισμού των εργασιών, μόνον και μόνον επειδή στόχος της Αξιωματικής Αντιπολίτευσης φέρεται να ήταν η ύφανση μιας πολιτικοποιημένης κατεξοχήν συζήτησης, ήτοι η δημιουργία μιας πολιτικής δίκης και όχι η ουσιαστική ανεύρεση της αλήθειας.

Περαιτέρω, οι εργασίες της Επιτροπής, όσον αφορά το περιεχόμενο των συνεδριάσεων και σε συνδυασμό με την πρόταση της Αξιωματικής Αντιπολίτευσης, χωρίστηκαν αρχικά σε δύο βασικές θεματικές, με την πρώτη θεματική να χωρίζεται σε τρεις υποενότητες. Ήτοι, η πρώτη θεματική αφορούσα τις καμπάνιες ενημέρωσης που διεξήχθησαν στο πλαίσιο της πανδημίας, αποτελείται από τις καμπάνιες ενημέρωσης που διεξήχθησαν στο πλαίσιο της πανδημίας και ειδικότερα τις δύο καμπάνιες για την λήψη μέτρων προστασίας του κοινού έναντι του κορωνοϊού, την καμπάνια για τον εμβολιασμό και την καμπάνια της Enterprise Greece και η δεύτερη θεματική αφορά την εγκυρότητα των δημοσκοπήσεων και ειδικότερα την σχέση μιας συγκεκριμένης εταιρείας δημοσκοπήσεων, ήτοι της Opinion Poll με το ελληνικό δημόσιο.

Με την ολοκλήρωση των εργασιών της Εξεταστικής Επιτροπής, κατέπεσαν παταγωδώς όλοι οι ψευδείς ισχυρισμοί της Αξιωματικής Αντιπολίτευσης, αποδεικνύοντας με τον πιο περίτρανο τρόπο, ότι μοναδικός της στόχος ήταν η πολιτική στοχοποίηση, σπίλωση και δίωξη πολιτικών αντιπάλων, χωρίς ωστόσο να υφίσταται όχι μόνον η ύπαρξη αποδεικτικών στοιχείων, αλλά αυτή ακόμη η ύπαρξη νομικών και πολιτικών επιχειρημάτων με αποτέλεσμα από τις πρώτες ακόμη συνεδριάσεις της Επιτροπής, να καταφανεί



πλήρως το άτοπον, το προσχηματικόν και το άνευ αντικειμένου και ουσίας της όλης διαδικασίας.

Συνεπώς , συμπερασματικά απεδείχθη πέραν πάσης αμφιβολίας η μη ύπαρξη τόσο ποινικών όσο και πολιτικών ευθυνών πολιτικών προσώπων για τις υπό κρίση υποθέσεις, ενώ για μια ακόμη φορά η προσπάθεια της Αξιωματικής Αντιπολίτευσης να υφάνει σκάνδαλα και να σπιλώσει πολιτικά και ηθικά τους αντιπάλους της κατέπεσε παταγωδώς.

### **I.1 Περίληψη Υπόθεσης Επικοινωνιακής Καμπάνιας για την έγκυρη και έγκαιρη ενημέρωση των πολιτών σχετικά με την άμεση αντιμετώπιση των συνεπειών της πανδημίας του κορωνοϊού COVID-19 - ``Μένουμε Σπίτι- Μένουμε Ασφαλείς``.**

Η έκτακτη και επείγουσα συνθήκη που διαμορφώθηκε λόγω της πανδημίας του κορωνοϊού επέβαλε την άμεση ενεργοποίηση ενός μηχανισμού ενημέρωσης, σύμφωνα με τις οδηγίες και τις συστάσεις των ειδικών, που υλοποιήθηκε τόσο με τη μετάδοση δωρεάν μηνυμάτων από αυτούς, σύμφωνα με την υπ' αριθμ. 179/15-03-2020 (Β' 861) Υπουργική Απόφαση, όσο και με την επαγγελματική, οργανωμένη και συνεκτική εκστρατεία επικοινωνίας και ενημέρωσης που ξεδιπλώθηκε σε όλες τις κατηγορίες των μέσων ενημέρωσης, την οποία η οργανωμένη Πολιτεία είχε την ευθύνη να διαμορφώσει, σώζοντας εντέλει, κυριολεκτικά, ανθρώπινες ζωές.

Η εκπόνηση του σχεδίου της επικοινωνιακής εκστρατείας ανατέθηκε σε συγκεκριμένη εταιρεία, εκ των κορυφαίων στον τομέα της εξειδίκευσης της, καθόσον διέθετε τις ειδικές γνώσεις, την εμπειρία και το εξειδικευμένο προσωπικό για να υλοποιήσει έγκαιρα και αποτελεσματικά το έργο, αξιοποιώντας τα διαθέσιμα εργαλεία και την απαιτούμενη τεχνογνωσία της, ως προς την απήχηση των μέσων

μαζικής ενημέρωσης στο ευρύ ή σε επιμέρους κοινά, όπως αυτή εκφράζεται τόσο με ποσοτικά όσο και με ποιοτικά κριτήρια. Σκοπός της ενημερωτικής εκστρατείας ήταν τα στοχευμένα μηνύματα αυτής να απευθύνονται και να αφορούν διαφορετικές κοινωνικές, επαγγελματικές και ηλικιακές ομάδες (π.χ. ευπαθείς ομάδες, ηλικιωμένοι, εκπαιδευτική κοινότητα, εργαζόμενοι, επιχειρηματίες, ελεύθεροι επαγγελματίες, κ.λ.π.). Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται η ευαισθητοποίηση των πολιτών, η εμπέδωση των μέτρων πρόληψης και αποφυγής ή περιορισμού της διάδοσης του κορωνοϊού COVID – 19, αλλά και η ενημέρωση του κοινού για μέτρα άμεσης αντιμετώπισης των αρνητικών συνεπειών του, σε σχέση με τη σταδιακή άρση των περιοριστικών μέτρων, που έχουν επιβληθεί, η υιοθέτηση καλών πρακτικών και ή διατήρηση συνηθειών που υιοθετήθηκαν κατά την προηγούμενη περίοδο εφαρμογής των μέτρων περιορισμού και η διαμόρφωση στοχευμένης και ισορροπημένης στρατηγικής εξόδου.

Σύμφωνα με την Αξιωματική Αντιπολίτευση, η Ελληνική Κυβέρνηση, επικαλούμενη την κατάσταση της έκτακτης ανάγκης που δημιουργήθηκε λόγω της πανδημίας, προώθησε αφειδώς, πρωτοφανούς ύψους χρηματοδότηση προς τα ΜΜΕ, με πλήρως αδιαφανείς διαδικασίες και χωρίς αντικειμενικά, μη πολιτικά, κριτήρια. Στο πλαίσιο της πρότασης του ΣΥΡΙΖΑ, διερευνήθηκε από την προς τούτο συσταθείσα εξεταστική επιτροπή και το σκέλος που αφορά την ενημερωτική εκστρατεία ΜΕΝΟΥΜΕ ΣΠΙΤΙ - ΜΕΝΟΥΜΕ ΑΣΦΑΛΕΙΣ.

**Από το σύνολο του αποδεικτικού υλικού που υποδέχθηκε, κατόπιν σχετικών αιτημάτων της, η εξεταστική επιτροπή, καθώς και από όλους τους μάρτυρες που κλήθηκαν να καταθέσουν, επιβεβαιώθηκε για πολλοστή φορά ότι η πραγματοποίηση της ενημερωτικής εκστρατείας «Μένουμε Σπίτι – Μένουμε Ασφαλείς», κατά τη διάρκεια του πρώτου κύματος της πανδημίας, ήταν απολύτως αναγκαία, προκειμένου να αντιμετωπιστεί έγκαιρα και αποτελεσματικά μια επείγουσα και έκτακτη υγειονομική κρίση, να**

**ενημερωθούν οι πολίτες για τη λήψη των απαραίτητων μέτρων ατομικής προστασίας και να προστατευθούν από τη διασπορά ψευδών ειδήσεων, την παραπληροφόρηση και την επέλαση κάθε λογής θεωριών συνωμοσίας.**

**Περαιτέρω, από το σύνολο των ανωτέρω, καταρρίπτεται και η παραμικρή υπόνοια ότι η Ελληνική Κυβέρνηση προσπάθησε δήθεν να χρηματοδοτήσει τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας χρησιμοποιώντας ως μέσο την καμπάνια ενημέρωσης των πολιτών για τον Covid-19, προσπαθώντας έτσι να τα επηρεάσει ώστε να δημοσιεύουν άρθρα θετικά προς αυτήν, κάτι που όχι μόνο δεν προέκυψε, αλλά αποδείχτηκε περίτρανα το αντίθετο.**

**Η διαδικασία που ακολούθησε η Ελληνική Κυβέρνηση προκειμένου να προχωρήσει στην ανάθεση της υλοποίησης της εν λόγω καμπάνιας ήταν απολύτως νόμιμη και διαφανής. Η επιλογή των Μέσων Ενημέρωσης και της κατανομής της διαφημιστικής δαπάνης έγινε αποκλειστικά από εξειδικευμένο προσωπικό της Initiative Media με χρήση ειδικών αλγορίθμων και μαθηματικών μοντέλων που αξιοποιεί η επιστήμη του marketing και της επικοινωνίας. Στηρίχθηκε δε, τόσο σε ποσοτικά όσο και ποιοτικά κριτήρια. Από την ανάδοχο εταιρεία έγινε επίσης η διαπραγμάτευση επί των οικονομικών όρων και προϋποθέσεων ανακοίνωσης και καταχώρησης, οι απαραίτητες παραγγελίες, κρατήσεις αγορών, χώρου, η παρακολούθηση της εκτέλεσης του έργου και ο σχετικός απολογισμός. Η πληρωμή των μέσων ενημέρωσης έγινε από το Υπουργείο Οικονομικών, αφού ελέγχθηκαν τα τιμολόγια των μέσων ως προς την εντολή διαφήμισης που είχαν πάρει, μαζί και με τα αποδεικτικά υλικά.**

**Τέλος, καθ' όλη τη διάρκεια της διαφημιστικής καμπάνιας δεν υπήρξε καμία απολύτως πολιτική παρέμβαση για προσθήκη ή απόρριψη μέσων ενημέρωσης από την Αναθέτουσα Αρχή.**

Συγκεκριμένα, ως προς την επιλογή συγκεκριμένων μέσων δεν έγινε η οποιαδήποτε υπόδειξη στην Initiative Media για το αν πρέπει να κοπεί ή αν θα πρέπει να επιλεγεί ένα συγκεκριμένο μέσο ή για το ύψος τυχόν της χρηματοδότησης του χρόνου που θα έπρεπε να αγοράσει.

**I.2 Περίληψη Υπόθεσης Επικοινωνιακής Καμπάνιας “Για τον έγκαιρο εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού COVID-19” και την προβολή των μηνυμάτων της Εθνικής Εκστρατείας κατά του κορωνοϊού COVID-19 στο σύνολο των ΜΜΕ”.**

Σύμφωνα με την πρόταση της Αξιωματικής Αντιπολίτευσης για τη σύσταση εξεταστικής επιτροπής με αντικείμενο τη «διερεύνηση της επιχείρησης πολιτικής χειραγώγησης της κοινής γνώμης, ευτελισμό των θεσμών και κατασπατάληση δημοσίου χρήματος», η Ελληνική Κυβέρνηση, με αφορμή το ξέσπασμα της πανδημίας εκμεταλλεύτηκε την ευκαιρία ώστε, επικαλούμενη την κατάσταση έκτακτης ανάγκης να προωθήσει χρηματοδότηση προς τα ΜΜΕ με αδιαφανείς διαδικασίες και χωρίς αντικειμενικά, μη πολιτικά κριτήρια.

Μεταξύ άλλων ισχυρίζεται πως, μέσω της οικ. **83285/24.12.2020 Απόφαση του Υπουργού Υγείας κ. Βασίλη Κικίλια**, η Κυβέρνηση προέβλεψε δαπάνη ύψους 18,5 εκατομμυρίων ευρώ για την παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας με αντικείμενο τον έγκαιρο εμβολιασμό των πολιτών έναντι του κορωνοϊού, δια της οποίας υλοποίησε μια στρατηγική ποδηγέτησης του Τύπου.

Άμεση συνέπεια των παραπάνω ήταν, σύμφωνα με την Αξιωματική Αντιπολίτευση, η κριτική των ΜΜΕ της χώρας απέναντι στην Κυβέρνηση, να συσχετίζεται ευθέως με την οικονομική τους στήριξη, εν μέσω πανδημίας και συρρίκνωσης των διαφημιστικών τους εσόδων, οδηγώντας στην εμφάνιση φαινομένων ανάλωσής

τους στην φιλοτέχνηση θετικής εικόνας για τον πρωθυπουργό προσωπικά αλλά και για την Κυβέρνησή του συνολικά.

Στο πλαίσιο της ως άνω αναφερόμενης πρότασης, διερευνήθηκε από την προς τούτο συσταθείσα εξεταστική επιτροπή και το σκέλος που αφορά τη Διαδικασία με Διαπραγμάτευση χωρίς προηγούμενη δημοσίευση Παροχή Υπηρεσιών Επικοινωνίας των πολιτών, για τον Έγκαιρο Εμβολιασμό έναντι του Κορωνοϊού COVID-19 και την προβολή των μηνυμάτων της Εθνικής Εκστρατείας κατά του Κορωνοϊού COVID-19 στο σύνολο των ΜΜΕ.

**Από το σύνολο των εγγράφων, που προσκομίστηκαν στην Εξεταστική Επιτροπή, αλλά και από τις καταθέσεις των μαρτύρων που εξετάστηκαν ενδελεχώς, αποδείχθηκε, δίχως να καταλείπεται ουδεμία αμφιβολία, το γεγονός ότι η ενημερωτική εκστρατεία για τον εμβολιασμό ήταν πρωτίστως νόμιμη, έγινε με πλήρη διαφάνεια και αποτέλεσε επίσης σε μία κρίσιμη περίοδο για την εξέλιξη της πανδημίας, ένα ισχυρό ανάχωμα στη διασπορά ψευδών ειδήσεων, στην παραπληροφόρηση και στη διάχυση θεωριών συνωμοσίας. Τα ως άνω επιβεβαιώθηκαν και από την υπ' αριθμ. 28/2011 Πράξη του Ζ' Κλιμακίου του Ελεγκτικού Συνεδρίου.**

Τα κριτήρια επιλογής των Μέσων, που θα αναμετέδιδαν τα εμβολιαστικά μηνύματα καθορίστηκαν στη βάση ποσοτικών, ποιοτικών και τεχνοκρατικών μετρήσεων από την προκήρυξη και εφαρμόστηκαν από την ανάδοχο εταιρεία (TEMPO- WAVEMAKER), όντας απολύτως συγκεκριμένα.

Επιπλέον, αποδείχθηκε πως δεν υπήρξε έξωθεν πολιτική παρέμβαση για τον αποκλεισμό κάποιου. Η δε κατανομή της συνολικής δαπάνης της εμβολιαστικής καμπάνιας έγινε σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας.

### **I.3 Περίληψη Υπόθεσης για τον σχεδιασμό και υλοποίηση Στρατηγικής και Διαχείρισης των σχέσεων της Ελλάδας με Διεθνή Μέσα από την «Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.» (Enterprise Greece)**

Η αναθέτουσα αρχή, ήτοι η Enterprise Greece **τηρώντας όλες τις προβλεπόμενες διατάξεις και διαδικασίες** (ενωσιακές και εθνικές οδηγία 24/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 26<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 2014), **σχετικά με τις δημόσιες προμήθειες καθώς και τις διατάξεις του ν. 4412/2016 «Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών** (προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ)» και **ανέθεσε με ανοιχτό διεθνή ηλεκτρονικό διαγωνισμό** το έργο της παροχής των υπηρεσιών του «σχεδιασμού και υλοποίησης Στρατηγικής και Διαχείρισης των σχέσεων της Ελλάδας με Διεθνή Μέσα, για την επιδίωξη της θετικής προβολής και τη διασφάλιση της εικόνας της Ελλάδας σε σημαντικά κέντρα αποφάσεων στην Ευρώπη, της προώθησης των στόχων της οικονομικής διπλωματίας, της παρακολούθησης των εξελίξεων μέσω αποδελτίωσης, καθώς της παροχής στρατηγικών συμβουλευτικών υπηρεσιών digital περιεχομένου, **υπηρετώντας απόλυτα τον εταιρικό της σκοπό, τις αποφάσεις των εταιρικών οργάνων και την κυβερνητική στοχοθεσία για εθνικό rebranding.**

Η διεξαγωγή της υπό εξέταση ανοιχτής διαγωνιστικής διαδικασίας έγινε σύμφωνα με το ρυθμιστικό πλαίσιο περί δημοσίων συμβάσεων. **Δεν υπήρξε καμία χρήση των κατ' εξαίρεση διατάξεων περί δημοσίων συμβάσεων που θεσπίστηκαν για την αντιμετώπιση των επείγουσών και έκτακτων αναγκών που δημιούργησε η πανδημία του Covid-19, τηρήθηκαν στο ακέραιο όλες οι απαιτούμενες διατυπώσεις δημοσιότητας και διαφάνειας και έλαβε χώρα η προσήκουσα δημοσίευση της διακήρυξης και στο εθνικό επίπεδο.**

Δυνάμει δε της υπ' αριθμ. 374/06.07.2021 αποφάσεως του Δ.Σ. της «Ελληνικής Εταιρείας Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.» **αποφασίστηκε η οριστική κατακύρωση του υπ' αριθμ. 09/2020 ως άνω διεθνούς ηλεκτρονικού διαγωνισμού στο κοινοπρακτικό σχήμα «EDELMAN».** Η σύμβαση, συνολικής αξίας 992.000,00€ (800.000,00€ πλέον ΦΠΑ ποσού 192.000,00€ και πλέον του δικαιώματος προαίρεσης, σύμφωνα με τους όρους της διακήρυξης και ως του προϋπολογισμού αυτής, ήθελε υποτεθεί ότι ασκήθηκε μονομερώς από την Enterprise Greece), αναρτήθηκε στο ΚΗΜΔΗΣ (μοναδικός Κωδικός – ΑΔΑΜ: 21SYMV009332865).

Παρά δε την ευρύτατη και σύμφωνα με το νόμο δημοσιότητα της διακήρυξης σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, **υποψήφια στον διεθνή διαγωνισμό ήταν μόνο η ανάδοχος κοινοπραξία εταιρειών «EDELMAN»,** ενώ δεν διατυπώθηκαν ενστάσεις κατά του τεύχους και των όρων της διακήρυξης, προδικαστικές προσφυγές και δεν εγέρθηκαν άλλες συναφείς δικαστικές ενέργειες ή αξιώσεις.

Από την μέχρι τώρα πορεία της Εταιρείας, αλλά και από την άκρως κατατοπιστική κατάθεση του μάρτυρα Γεωργίου Φιλιόπουλου, Διευθύνοντα Συμβούλου της Enterprise Greece, αποδείχθηκε περίτρανα ότι η εν λόγω Σύμβαση που υπεγράφη μεταξύ της Enterprise Greece και της Edelman, **ήταν με πρωτοβουλία της πρώτης και ουδέποτε πήρε σχετική εντολή από την Ελληνική Κυβέρνηση.**

Αντικείμενο της υπό κρίση διακήρυξης είναι ο σχεδιασμός και η υλοποίηση της εθνικής στρατηγικής και διαχείρισης των σχέσεων με τα διεθνή μέσα, προκειμένου να διασφαλισθεί η θετική προβολή της Ελλάδας διεθνώς και να προωθηθούν οι στόχοι της οικονομικής διπλωματίας.

Το αντικείμενο της επίμαχης σύμβασης συνάδει απόλυτα με τη γενικότερη ευρέως δημόσια διατυπωθείσα κυβερνητική στοχοθεσία διαμόρφωσης μίας θετικής διεθνούς εικόνας για την χώρα (national

brand), ήτοι του **rebranding** της Ελλάδος μετά από μια περίοδο βαθιάς κρίσης, όπου η χώρα απασχόλησε κατά κύριο λόγο αρνητικά τη δημοσιότητα σε διεθνές επίπεδο.

Αναμφισβήτητος στόχος της επίμαχης σύμβασης είναι να επικοινωνηθεί διεθνώς, ότι η Ελλάδα επιστρέφει δυναμικά μετά από μία περίοδο παρατεταμένης εσωστρέφειας, ώστε να καταστεί και πάλι ένας ελκυστικός επενδυτικός προορισμός. Υπογραμμίζεται δε μετ' επιτάσεως, ότι μέσω του υπό κρίση έργου επιδιώκεται η διασφάλιση της θετικής προβολής της χώρας διεθνώς και των μεταρρυθμίσεων που λαμβάνουν χώρα, και όχι η προβολή συγκεκριμένων πολιτικών προσώπων, αυτοτελώς..

Αποδείχθηκε ότι το έργο που αναλύεται στη σύμβαση, είναι μία πρακτική που ακολουθούν εδώ και χρόνια πολλές άλλες χώρες και η χώρα έπρεπε να είχε μεριμνήσει εδώ και χρόνια για μία τέτοια δράση. Όταν δε αναφερόμαστε σε μία χώρα, αυτόματα αναφερόμαστε και στην Κυβέρνησή της, η οποία και την εκπροσωπεί, όπως αντίστοιχα αναφερόμαστε και στις επιχειρήσεις της.

Πρόέκυψε επίσης, ότι η εν λόγω σύμβαση σε καμία περίπτωση, δεν θεωρείται κατασπατάληση δημοσίου χρήματος είναι απαραίτητη για οποιαδήποτε χώρα θέλει να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, **πολλώ δε μάλλον για την Ελλάδα, η οποία βρίσκεται στην έξοδο μίας πολυετούς οικονομικής κρίσης**, κατά τη διάρκεια της οποίας ακούστηκαν πλείστα κακόβουλα σχόλια από χώρες και παράγοντες του εξωτερικού, ενώ το χρηματικό ποσό, που θα επενδυθεί για το εν λόγω έργο, είναι **ελάχιστο συγκριτικά με τα ποσά αντίστοιχων προγραμμάτων που επενδύουν άλλες χώρες του εξωτερικού.**

Απεδείχθη ευθαρσώς ότι ουδέποτε η Ελληνική Κυβέρνηση έδωσε κατευθυντήριες γραμμές για την εκπόνηση της επίμαχης σύμβασης, το περιεχόμενο της οποίας ήταν αποκλειστικά προϊόν της



νομικής υπηρεσίας της Enterprise Greece, **τηρήθηκαν όλες οι νόμιμες, αλλά και τυπικές διαδικασίες, τόσο ως προς τη δημοσίευση της προκήρυξης, όσο και ως προς την επιλογή της αναδόχου εταιρείας, ήτοι της Edelman, μιας εταιρείας με πολυετή παρουσία στο χώρο.**

Η διαδικασία του ανοικτού διεθνούς ηλεκτρονικού διαγωνισμού ήταν επιβεβλημένη βάσει της νομοθεσίας για την Enterprise Greece, λόγω του τιμήματος της σύμβασης, το οποίο υπερβαίνει αυτό των 214.000 €. **Το γεγονός ότι, παρά τη δημοσίευσή του σε διάφορα μέσα, έδειξε ενδιαφέρον μόνο μία εταιρεία (Edelman), ενώ είχαν τη δυνατότητα να συμμετάσχουν και άλλες, δεν αναιρεί το νόμιμο της διαδικασίας, ούτε είναι κάτι που θα έπρεπε να απασχολήσει την Enterprise Greece.**

Τέλος, η έγγραφη μαρτυρία του Προέδρου και CEO της Edelman **Ed Williams** ενισχύει την επιχειρηματολογία της Enterprise Greece. Διατυπώθηκε για άλλη μία φορά, ότι **μόνος στόχος της Enterprise Greece, αλλά και της επίμαχης Σύμβασης, είναι η προώθηση και διατήρηση των επενδύσεων στην Ελλάδα.** Η μόνη πιθανότητα να γίνει αναφορά σε κάποιον **θεσμικό παράγοντα (Πρωθυπουργό, Υπουργό κλπ)** κινείται στα πλαίσια του ανωτέρω σκοπού της και, **όχι σαν αναφορά προς τους ίδιους, σαν πρόσωπα, αλλά βάση τα χαρτοφυλάκια που διαχειρίζονται και με τα καθήκοντά τους, που αφορούν την προώθηση της οικονομίας και των επενδύσεων.**

Για τον κ. Stan Greenberg, που αναφέρεται στη δημοσίευση της ιστοσελίδας «Reporters United» επιβεβαιώθηκε, **ότι δεν συνεργάστηκε ποτέ με την Edelman σε καμία δουλειά που να αφορά την Ελλάδα.** Ενώ όσον αφορά το από 23.06.2021 email εκπροσώπου της Edelman, που αναφέρεται στην απόφαση της ελληνικής κυβέρνησης να στηρίξει την ευρωπαϊκή Διακήρυξη για τα δικαιώματα της LGBTQ+ κοινότητας στην Ευρώπη, ουδεμία

**σχέση έχει με την επίμαχη Σύμβαση μεταξύ της Edelman και της EnterpriseGreece.**

Εντέλει, αποδείχθηκε, ότι δεν έχει καταβληθεί ακόμα κάποιο ποσό στην Edelman, όπως επίσης και ότι η Edelman **κατέθεσε ηλεκτρονικά τη νόμιμη προσφορά της στο διαγωνισμό, χωρίς να έχει επαφές με κάποιον εκπρόσωπο της Ελληνικής Κυβέρνησης.**

Συνεπώς οι κατηγορίες του ΣΥΡΙΖΑ περί κατασπατάλησης δημοσίου χρήματος, ευτελισμού των θεσμών και χρησιμοποίηση της Enterprise Greece για προβολή της Ελληνικής Κυβέρνησης, **κατέπεσαν εμφανώς από το ίδιο το περιεχόμενο της Σύμβασης, των προσκομισθέντων εγγράφων στις εργασίες της Εξεταστικής Επιτροπής, αλλά και από τις καταθέσεις των μαρτύρων.** Την ιδέα του έργου συνέλαβε η Enterprise Greece με δική της πρωτοβουλία, μέσα στα πλαίσια των λοιπών δραστηριοτήτων της. Ουδεμία συνεννόηση έγινε ποτέ με κάποιο μέλος της Ελληνικής Κυβέρνησης και ουδεμία ύποπτη συνδιαλλαγή έλαβε ποτέ χώρα.

#### **1.4 Περίληψη Υπόθεσης σχετικά με τις συμβάσεις της ΕΔΥΤΕ Α.Ε. και την Reposition Strategy.**

Για την ασφάλεια των διασυνοριακών μετακινήσεων των πολιτών και με γνώμονα την μείωση της διασποράς του κορωνοϊού COVID-19, η Ελλάδα ήταν η πρώτη χώρα στην Ε.Ε. που εισήγαγε την υποχρεωτική συμπλήρωση και έκδοση της αίτησης Passenger Location Form (PLF) από τους ταξιδιώτες που εισέρχονταν στον ελλαδικό χώρο. Το PLF ξεκίνησε επίσημα τη λειτουργία του την 1<sup>η</sup> Ιουλίου 2021 ως υποχρεωτική και δεσμευτική προϋπόθεση για όλους τους ταξιδιώτες.

Στο πλαίσιο της ανάληψης και της υλοποίησης της συγκεκριμένης δράσης, το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, με ίδια μέσα,

ανέλαβε την τηλεπικοινωνιακή υποστήριξη των πολιτών επί ερωτημάτων και προβλημάτων που τυχόν ανέκυπταν. Ωστόσο, λόγω του ιδιαίτερου αυξημένου αριθμού τηλεφωνικών αιτημάτων των πολιτών καθώς και της άμεσης ανάγκης για τάχιστα ενημέρωση και χορήγηση οδηγιών για την ορθή συμπλήρωση και χρήση του PLF, κρίθηκε απαραίτητη η επείγουσα ανάθεση, μετά από άτυπη έρευνα αγοράς, σε έμπειρο οικονομικό φορέα της υλοποίησης της ως άνω υπηρεσίας τηλεπικοινωνιακής υποστήριξης των πολιτών που έκαναν χρήση της πλατφόρμας travel.gov.gr.

Η ΕΔΥΤΕ Α.Ε., σε συνεργασία με το εποπτεύον Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης και στο πλαίσιο του τεχνικού δελτίου με τίτλο « Επιχορήγηση ης ΕΔΥΤΕ Α.Ε. και υποστήριξη Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης», λαμβάνοντας υπόψη τον εξαιρετικά επείγοντα χαρακτήρα, την πλέον συμφέρουσα προσφορά, βάσει της προαναφερθείσας, άτυπης έρευνας αγοράς και την αδήριτη ανάγκη για άμεση και ποιοτική υποστήριξη του Υπουργείου στον ιδιαίτερα μεγάλο όγκο των τηλεπικοινωνιακών αιτημάτων των πολιτών, προέκρινε με απόφαση του ΔΣ της την εταιρεία «Reposition Strategy», για την εκτέλεση του συγκεκριμένου έργου.

Η επιλεγείσα εταιρεία είναι μια εξειδικευμένη ανεξάρτητη εταιρεία, που ιδρύθηκε το έτος 2004 και δραστηριοποιείται στο χώρο της έρευνας, του marketing και της επικοινωνίας. Βάσει αυτής της εξειδίκευσης της, είχε συνάψει συναφείς συμβάσεις και είχε ολοκληρώσει επιτυχώς έργα με αναθέτουσες αρχές τόσο από το χώρο της Τοπικής Αυτοδιοίκησης όσο και από ιδιωτικές εταιρείες.

**Από την ανάλυση του αποδεικτικού υλικού και τις μαρτυρικές καταθέσεις προέκυψε ότι, σε αντίθεση με την εικονική πραγματικότητα που προσπάθησε να κατασκευάσει ο ΣΥΡΙΖΑ, η Αναθέτουσα Αρχή ΕΔΥΤΕ Α.Ε. νομίμως συμβλήθηκε με τον ανωτέρω οικονομικό φορέα, καθόσον βάσει του ισχύοντος νομοθετικού πλαισίου (άρθρο 14 παρ. 1 του Ν. 4412/2016, όπως κάθε φορά ίσχυε) είχε τη διακριτική ευχέρεια να επιλέξει τη διαδικασία της**

ανάθεσης για την υλοποίηση του συγκεκριμένου έργου, ο ως άνω επιλεγείς οικονομικός φορέας διέθετε το τεχνικό και οικονομικό υπόβαθρο λόγω της προαναφερθείσας πολυετούς εμπειρίας του στον χώρο της επικοινωνίας για να ανταποκριθεί άμεσα και επαρκώς στις κατεπείγουσες ανάγκες του έργου και πέραν της τεχνικής επάρκειάς του ήταν και ο φορέας με τη συμφερότερη από οικονομική άποψη προσφορά, κατόπιν της διεξαχθείσας άτυπης έρευνας αγοράς.

Περαιτέρω, η Αναθέτουσα Αρχή νομίμως προχώρησε στη σύναψη με τον ως άνω επιλεγέντα οικονομικό φορέα και των τριών διαδοχικών συμβάσεων, δηλαδή μίας σύμβασης εντός του 2020 για ποσό 60.000 ευρώ και δύο συμβάσεων εντός του 2021 για 210.000 ευρώ (60.000 και 150.000 ευρώ, αντίστοιχα), καθώς οι τρεις ως άνω συμβάσεις συνήφθησαν σε διαφορετικά οικονομικά έτη (2020 και 2021), σε κανένα οικονομικό έτος δεν υπήρχε υπέρβαση το κατώτατου ορίου του άρθρου 5 του ν. 4412/2016, δηλαδή των 214.000 ευρώ και λόγω της κατεπείγουσας ανάγκης που οφειλόταν στην ανεξέλεγκτη πορεία της διασποράς του κορωνοϊού COVID-19 δεν μπορούσε να προβλεφθεί, με οποιαδήποτε επιμέλεια και αν επεδείκνυε η Αναθέτουσα Αρχή, η αναγκαιότητα επέκτασης της αρχικής σύμβασης και σε επόμενο οικονομικό έτος.

Παράλληλα, μέσα από τη διαδικασία της Εξεταστικής Επιτροπής διαπιστώθηκε για μία ακόμη φορά η συστηματική απόπειρα του ΣΥΡΙΖΑ να παραποιεί, να παραπλανεί και να διαστρεβλώνει καταθέσεις μαρτύρων, έγγραφα, ενέργειες και πρόσωπα, με απόλυτο σκοπό να στηρίξει τις ανυπόστατες κατηγορίες του και να δικαιολογήσει τη σύσταση της συγκεκριμένης εξεταστικής επιτροπής.

### **I.5 Περίληψη Υπόθεσης σχετικά με την δημοσκοπική εταιρεία “Opinion Poll”.**

Με το το υπ. αριθ. πρωτ. 226/2.6.2021 αίτημα που κατατέθηκε στον Πρόεδρο της Ειδικής Μόνιμης Επιτροπής Θεσμών και

Διαφάνειας της Βουλής, με κοινοποίηση στον Πρόεδρο της Βουλής, Βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ, μέλη της σχετικής επιτροπής ζητούσαν τη σύγκληση της Επιτροπής Θεσμών και Διαφάνειας της Βουλής, για τον έλεγχο της δημοσκοπήσης που διενήργησε η εταιρεία δημοσκοπήσεων Opinion Poll και δημοσίευσε στις 31 Μαΐου 2021. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας η δημοσκοπήση έδειξε ότι στην πρόθεση ψήφου, αυξήθηκε το ποσοστό της ΝΔ σε 37,3% (από 36,2% τον Απρίλιο) ενώ μειώθηκε το ποσοστό του ΣΥΡΙΖΑ σε 19,9% ( από 20,2% τον Απρίλιο).

Σύμφωνα με το περιεχόμενο του αιτήματος, από τις δημοσιεύσεις της επίμαχης δημοσκοπήσης δεν προκύπτει ο εντολέας της (εταιρεία δημοσκοπήσης) ή εάν πρόκειται για τακτική κυλιόμενη δημοσκοπήση, ενώ αρκετά ευρήματά της είναι σε έντονη αντίθεση με τα αντίστοιχα της δημοσκοπήσης του τακτικού χειμερινού Ευρωβαρόμετρου 2020-2021. Οι Βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ ζητούσαν επίσης να διευκρινισθεί *εάν παραβιάσθηκαν σε σχέση με τη δημοσκοπήση αυτή άλλες προβλέψεις του νόμου ,όπως ενδεικτικά , η υποχρέωση κοινοποίησης των στοιχείων ταυτότητας της δημοσκοπήσης στο Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης.*

Στο πλαίσιο αυτό ζήτηθηκε να περιέλθουν σε γνώση των μελών της Ειδικής Μόνιμης Επιτροπής Θεσμών και Διαφάνειας τα κατά τα ανωτέρω προβλεπόμενα από τον νόμο στοιχεία της προαναφερθείσας έρευνας, ιδίως δε τα πρωτογενή δεδομένα και η μέθοδος στάθμισης και να συγκληθεί η Επιτροπή βάσει του 43<sup>Α</sup> Κανονισμού της Βουλής για να εξετάσει τα στοιχεία αυτά, την ύπαρξη ευθυνών σε περίπτωση υπαίτιας παραβίασης του νόμου και να συζητήσει, γενικότερα, το μείζον για την δημοκρατία θέμα της αντικειμενικότητας των ερευνών κοινής γνώμης. Τέλος, ζητήθηκε να κληθεί στη σχετική συνεδρίαση και ο Πρόεδρος του ΕΣΡ για να ενημερώσει την Επιτροπή για τις σχετικές ενέργειες αρμοδιότητας του.

Στην πρόταση για την σύσταση Εξεταστικής Επιτροπής που κατέθεσε στις 11 Οκτωβρίου 2021 η Κοινοβουλευτική Ομάδα του ΣΥΡΙΖΑ, ζητά, μεταξύ άλλων, να διερευνηθεί κάθε σπατάλη δημόσιου χρήματος από την Κυβέρνηση προς την εταιρεία ερευνών κοινής γνώμης Opinion Poll, με τον ισχυρισμό ότι διενεργεί δημοσκοπήσεις πέραν κάθε δεοντολογίας με μόνο στόχο την εξυπηρέτηση των πολιτικών στόχων της Κυβέρνησης και τη χειραγώγηση των πολιτών. Επιπλέον, ζητά να διερευνηθεί πιθανή ύπαρξη άλλων εταιρειών δημοσκοπήσεων των οποίων οι ιδιοκτήτες διατηρούν παράλληλη δραστηριότητα μέσω της οποίας άμεσα ή έμμεσα λαμβάνουν χρηματοδότηση από το Ελληνικό Δημόσιο και τον ευρύτερο δημόσιο τομέα.

Αφορμή γι' αυτό, υπήρξε η δημοσίευση της δημοσκόπησης που διενήργησε η εταιρεία και δημοσίευσε στις 31 Μαΐου 2021. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας η δημοσκόπηση έδειξε ότι στην πρόθεση ψήφου, αυξήθηκε το ποσοστό της ΝΔ σε 37,3% (από 36,2% τον Απρίλιο) ενώ μειώθηκε το ποσοστό του ΣΥΡΙΖΑ σε 19,9% (από 20,2% τον Απρίλιο).

Από τις μαρτυρικές καταθέσεις καθώς και από το σύνολο των προσκομισθέντων μετ' επικλήσεως εγγράφων, προέκυψαν τα εξής πραγματικά περιστατικά:

**Για την εταιρεία Opinion Poll δεν υπήρξε καμία προσφυγή στην Ελεγκτική Αρχή Δημοσκοπήσεων ή καταγγελία σχετικά με διενεργηθείσες δημοσκοπήσεις της.** Εν αντιθέσει με τις εταιρείες «Vox Pop», «Common View», όπου η Ελεγκτική Αρχή, εξέτασε θέματα και τα έστειλε στο Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης. Κατά τον Πρόεδρο της Αρχής κ. Χατζηπαντελή «πρόκειται για ορατή εταιρεία και για την οποία ως επιτροπή δεν είχαμε ποτέ όχληση από κάποιον ή αίτημα να ασχοληθούμε με αυτήν.» Επιπλέον, δεν υφίσταται ασυμβίβαστο διενέργειας ερευνών για λογαριασμό Δημοσίου και εταιριών δημοσκοπήσεων νομοθετικά.

**Περαιτέρω, δεν έχει υπάρξει ποτέ καμία καταγγελία εις βάρος της εταιρείας Opinion Poll στα δώδεκα χρόνια της λειτουργίας της. Η ίδια η εταιρεία επεδίωξε οικειοθελώς να εγγραφεί στον ΣΕΔΕΑ προκειμένου να ενταχθεί στο πρόδηλα αυστηρό πλαίσιο των ελέγχων που διενεργεί και μάλιστα οι άνθρωποι της Opinion Poll προέτρεψαν το κλιμάκιο ελέγχου του ΣΕΔΕΑ να ελέγξει μεταξύ άλλων και την επίμαχη έρευνα, η οποία και τελικά ελέγχθηκε εξ ολοκλήρου, χωρίς να διαπιστωθεί κάποια παρατυπία.**

**Στο ζήτημα της δημοσίευσης της ταυτότητας της έρευνας, περίπου διακόσιοι αποδέκτες έλαβαν μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (mail) με πλήρες τεύχος της ταυτότητας της έρευνας, κάτι το οποίο και απεδείχθη κατά την ακροαματική διαδικασία. Ας σημειωθεί ότι κατά τη διαδικασία ακρόασης των μαρτύρων αναδείχθηκε ένα πλαίσιο πιέσεων που ασκήθηκαν από την συγκυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ- ANΕΛ, την περίοδο 2017 – 2019, οπότε υπήρξε μία γενικότερη στοχοποίηση των δημοσκοπικών εταιρειών και ιδιαίτερα εκείνων που φάνταζαν ως εύκολος στόχος, λόγω της μη συνεργασίας τους με κάποιον μεγάλο τηλεοπτικό σταθμό**

## **II. ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΗ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ «ΜΕΝΟΥΜΕ ΣΠΙΤΙ – ΜΕΝΟΥΜΕ ΑΣΦΑΛΕΙΣ»**

### **1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ – ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ**

Η πανδημική κρίση που προκάλεσε η διασπορά του κορωνοϊού COVID – 19 αποτέλεσε για την Ευρωπαϊκή Ένωση συνολικά και τα κράτη μέλη της μεμονωμένα, μία πρωτόγνωρη πρόκληση αντιμετώπισης εξαιρετικά επειγουσών αναγκών ιδιαίτερος σε ζητήματα συμβάσεων για την προμήθεια μέσω ατομικής και συλλογικής πρόληψης και προστασίας, υγειονομικού υλικού και υπηρεσιών στον τομέα της υγείας.

Όλες οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης προχώρησαν σε έκτακτα νομοθετικά μέτρα και παρέιχαν οδηγίες και κατευθύνσεις για την αντιμετώπιση των έκτακτων αναγκών τους. Στο ίδιο πλαίσιο, και από την πρώτη στιγμή που ξέσπασε η πανδημία του κορωνοϊού, η Ελληνική Κυβέρνηση έλαβε ταχύτατα και με συντονισμένο τρόπο όλες τις απαραίτητες αποφάσεις για να αντιμετωπίσει τις υγειονομικές, οικονομικές και κοινωνικές συνέπειες αυτής της απρόβλεπτης, εξωγενούς υγειονομικής κρίσης.

Τα καλύτερα, συγκριτικά με άλλες χώρες, αποτελέσματα της χώρας μας στην αντιμετώπιση της πρώτης φάσης της πανδημίας οφείλονται πρωτίστως στην ατομική ευθύνη και τη συλλογική ωριμότητα, την πειθαρχία και ομοψυχία των Ελλήνων, απέναντι σε έναν κοινό εχθρό και προφανώς στις ταχύτατες και εκ του αποτελέσματος, ορθές και προσήκουσες αποφάσεις της Ελληνικής Κυβέρνησης, η οποία ενέργησε σύμφωνα με τις εισηγήσεις των ειδικών.

Θα πρέπει προκαταβολικά να σημειωθεί το γεγονός, **ότι στην επιτυχημένη αντιμετώπιση της πανδημίας του κορωνοϊού συνέβαλλε καθοριστικά η έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωση των**



**πολιτών, για θέματα που άπτονται της άμεσης αντιμετώπισης των αρνητικών συνεπειών της εμφάνισης του κορωνοϊού COVID – 19 και την ευαισθητοποίηση τους για τα ατομικά και συλλογικά μέτρα πρόληψης και προστασίας που πρέπει να λαμβάνονται.**

Η έκτακτη και επείγουσα συνθήκη που διαμορφώθηκε λόγω του κορωνοϊού επέβαλε την άμεση ενεργοποίηση ενός μηχανισμού ενημέρωσης, σύμφωνα με τις οδηγίες και τις συστάσεις των ειδικών, που υλοποιήθηκε τόσο με τη μετάδοση δωρεάν μηνυμάτων από αυτούς, σύμφωνα με την υπ' αριθμ. 179/15-03-2020 (Β' 861) Υπουργική Απόφαση, όσο και με την επαγγελματική, οργανωμένη και συνεκτική εκστρατεία επικοινωνίας και ενημέρωσης που ξεδιπλώθηκε σε όλες τις κατηγορίες των μέσων ενημέρωσης, την οποία η οργανωμένη Πολιτεία είχε την ευθύνη να διαμορφώσει, σώζοντας εντέλει, κυριολεκτικά, ανθρώπινες ζωές.

Η εκπόνηση του σχεδίου της επικοινωνιακής εκστρατείας ανατέθηκε σε συγκεκριμένη εταιρεία, εκ των κορυφαίων στον τομέα της εξειδίκευσης της, καθόσον διέθετε τις ειδικές γνώσεις, την εμπειρία και το εξειδικευμένο προσωπικό για να υλοποιήσει έγκαιρα και αποτελεσματικά το έργο, αξιοποιώντας τα διαθέσιμα εργαλεία και την απαιτούμενη τεχνογνωσία της, ως προς την απήχηση των μέσων μαζικής ενημέρωσης στο ευρύ ή σε επιμέρους κοινά, όπως αυτή εκφράζεται τόσο με ποσοτικά όσο και με ποιοτικά κριτήρια.

Ως κατεξοχήν περίπτωση εξαιρετικά επείγουσας και απρόβλεπτης ανάγκης, η πανδημία του κορωνοϊού αιτιολόγησε προφανέστατα και την ανάγκη άμεσης και δίχως χρονοτριβή, ενεργοποίησης της συνταγματικής πρόβλεψης του άρθρου 44, παρ. 1 και δυνάμει αυτού, την έκδοση Πράξεων Νομοθετικού Περιεχομένου, καθώς και την υιοθέτηση εξαιρετικών ρυθμίσεων για την αντιμετώπιση της, εκτός των άλλων και στον τομέα των δημοσίων συμβάσεων.

Σε αυτή τη νομιμοποιητική βάση, θεσμικό εργαλείο για την υλοποίηση της εκστρατείας ενημέρωσης για τον κορωνοϊό αποτέλεσε η από **14-03-20 Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου**, που κυρώθηκε

με το άρθρο 3, του **N. 4682/2020 (Α΄ 76)** και δη το άρθρο 30 αυτής, σύμφωνα με το οποίο:

«1. Εφόσον εξακολουθεί να υφίσταται άμεσος κίνδυνος εμφάνισης και διασποράς του κορωνοϊού COVID – 19, η έλλειψη του οποίου βεβαιώνεται με απόφαση του Υπουργού Υγείας και πάντως για χρονικό διάστημα που δεν μπορεί να υπερβαίνει την 31η.5.2020 είναι δυνατή η ανάθεση υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών προς τον σκοπό αυτό, καθώς και κάθε συναφούς υπηρεσίας που απαιτείται για την υλοποίηση της εκστρατείας, κατά παρέκκλιση των κείμενων εθνικών διατάξεων. 2. Με κοινή απόφαση του μέλους της Κυβέρνησης ή του Υφυπουργού που ασκεί την αρμοδιότητα της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας και Ενημέρωσης και του Υπουργού Οικονομικών καθορίζονται όλες οι αναγκαίες λεπτομέρειες για την εφαρμογή του παρόντος, καθώς και η διαδικασία διάθεσης των σχετικών πιστώσεων για την κάλυψη της προκαλούμενης δαπάνης».

Η ανωτέρω διάταξη επέτρεπε για λόγους κατεπείγουσας ανάγκης αντιμετώπισης του ζητήματος της ενημέρωσης των πολιτών στα θέματα του κορωνοϊού και των μέτρων ατομικής προστασίας που πρέπει να τηρούν, να επιλέξει η Ελληνική Κυβέρνηση εταιρεία επικοινωνίας με εξειδικευμένη τεχνογνωσία και εμπειρία, για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση επικοινωνιακής εκστρατείας.

Υπενθυμίζεται ότι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, αναγνωρίζοντας την έκταση της υγειονομικής κρίσης και των συνεπειών της στον τομέα των δημοσίων συμβάσεων, εξέδωσε «Ανακοίνωση με οδηγίες σχετικά με τη χρήση του πλαισίου για τις δημόσιες συμβάσεις στην κατάσταση έκτακτης ανάγκης που σχετίζεται με την κρίση της νόσου COVID – 19».

Στην Ανακοίνωση της Επιτροπής, τονίζεται ότι η νόσος COVID – 19 είναι μία κρίση στον τομέα της υγείας, η οποία απαιτεί γρήγορες και έξυπνες λύσεις, καθώς και ευελιξία, ώστε να αντιμετωπιστεί η τεράστια αύξηση της ζήτησης για παρόμοια αγαθά και υπηρεσίες, τη στιγμή που ορισμένες αλυσίδες εφοδιασμού διαταράσσονται.

Οι ανωτέρω οδηγίες της Ε.Ε. εστιάζουν ιδίως στις συμβάσεις σε εξαιρετικά επείγουσες καταστάσεις, οι οποίες επιτρέπουν στις αναθέτουσες αρχές να πραγματοποιούν αγορές, μέσα σε λίγες ημέρες, ή ακόμα και ώρες, εάν χρειάζεται. Για μία κατάσταση όπως ακριβώς είναι η τρέχουσα κρίση της νόσου COVID – 19, η οποία διαθέτει εξαιρετικά επείγοντα και απρόβλεπτο χαρακτήρα, οι οδηγίες της Ε.Ε. μειώνουν δραστικά τους διαδικαστικούς περιορισμούς.

Σκοπός της ενημερωτικής εκστρατείας ήταν τα στοχευμένα μηνύματα αυτής να απευθύνονται και να αφορούν διαφορετικές κοινωνικές, επαγγελματικές και ηλικιακές ομάδες (π.χ. ευπαθείς ομάδες, ηλικιωμένοι, εκπαιδευτική κοινότητα, εργαζόμενοι, επιχειρηματίες, ελεύθεροι επαγγελματίες, κ.λ.π.).

Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται η ευαισθητοποίηση των πολιτών, η εμπέδωση των μέτρων πρόληψης και αποφυγής ή περιορισμού της διάδοσης του κορωνοϊού COVID – 19, αλλά και η ενημέρωση του κοινού για μέτρα άμεσης αντιμετώπισης των αρνητικών συνεπειών του, σε σχέση με τη σταδιακή άρση των περιοριστικών μέτρων, που έχουν επιβληθεί, η υιοθέτηση καλών πρακτικών και η διατήρηση συνηθειών που υιοθετήθηκαν κατά την προηγούμενη περίοδο εφαρμογής των μέτρων περιορισμού και η διαμόρφωση στοχευμένης και ισορροπημένης στρατηγικής εξόδου.

Η εν λόγω εκστρατεία αναπτύχθηκε μέχρι την 31η Μαΐου 2020 και αφορούσε όλες τις κατηγορίες των Μέσων: έντυπος Τύπος, τηλεοπτικά κανάλια, ραδιοφωνικοί σταθμοί, ιστότοποι (sites) καθώς και μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Τα ΜΜΕ που συμμετείχαν στην εκστρατεία καθορίστηκαν με την εφαρμογή αντικειμενικών- ποιοτικών και ποσοτικών- κριτηρίων, πάντα σε σχέση με το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα, με γνώμονα τη διαφύλαξη της εγκυρότητας της εκστρατείας και την προστασία της ασφάλειας των πολιτών. Η ενημερωτική καμπάνια ξεδιπλώθηκε στο σύνολο των κατηγοριών των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, με σκοπό η διάχυση και διεξόδυση των μηνυμάτων να είναι η κατά το δυνατό ευρύτερη και

αποτελεσματικότερη, υπό την προϋπόθεση ότι τα μέσα αυτά λειτουργούν πληρώνοντας κριτήρια δεοντολογίας, συνεκτιμώμενης, πρωτίστως, της αξιοπιστίας τους αναφορικά με τη μη αναπαραγωγή ψευδών ειδήσεων (fake news) και τη μη πρόκληση παραπληροφόρησης και σύγχυσης στους πολίτες.

Επιπλέον, δεδομένης της μεγάλης γεωγραφικής διασποράς του κορωνοϊού στην ελληνική περιφέρεια, λήφθηκε ειδική μέριμνα για τα τοπικά και περιφερειακά Μέσα και προβλέφθηκε ρητά η συμμετοχή τους στην κατανομή της συνολικής δαπάνης, ανά κατηγορία μέσου, αναγνωρίζοντας τον καθοριστικό ρόλο που επιτελούν στην ενημέρωση των πολιτών της περιφέρειας. Για το λόγο αυτό, η συμμετοχή στη δαπάνη των περιφερειακών Μέσων ανά κατηγορία, προσέγγισε το 27%. Ας σημειωθεί εδώ προκαταβολικά, ότι το θεσμικό πλαίσιο που καθόρισε τους όρους και τις προϋποθέσεις υλοποίησης της συγκεκριμένης εκστρατείας δεν προέβλεπε υποχρεωτική ποσόστωση στην κατανομή της δαπάνης στα περιφερειακά ΜΜΕ

Κάνοντας χρήση του αναθεωρημένου άρθρου 68 παρ. 2 του Συντάγματος, σε συνδυασμό με το άρθρο 144, παρ.5, εδ. Β΄ του Κανονισμού της Βουλής, δυνάμει του οποίου δύναται να συσταθεί εξεταστική επιτροπή, με πρόταση και της κοινοβουλευτικής μειοψηφίας, ο ΣΥΡΙΖΑ πρότεινε τη σύσταση εξεταστικής επιτροπής με αντικείμενο τη «διερεύνηση της επιχείρησης πολιτικής χειραγώγησης της κοινής γνώμης, ευτελισμό των θεσμών και κατασπατάληση του δημοσίου χρήματος».

Σύμφωνα με την Αξιωματική Αντιπολίτευση, η Ελληνική Κυβέρνηση, επικαλούμενη την κατάσταση της έκτακτης ανάγκης που δημιουργήθηκε λόγω της πανδημίας, προώθησε αφειδώς, πρωτοφανούς ύψους χρηματοδότηση προς τα ΜΜΕ, ήτοι περί τα σαράντα δύο εκατομμύρια ΕΥΡΩ και μάλιστα «fast track», με πλήρως αδιαφανείς διαδικασίες και χωρίς αντικειμενικά, μη πολιτικά, κριτήρια, ήτοι απευθείας διαπραγμάτευση, χωρίς δημοσίευση, πρόσκληση διάρκειας λίγων ημερών κλπ.

Απώτερος στόχος της εκστρατείας ενημέρωσης, σύμφωνα με τον ΣΥΡΙΖΑ, ήταν ο σχεδιασμός και η εκτέλεση μιας στρατηγικής ποδηγέτησης του Τύπου, βάσει της οποίας παχυλά πακέτα χρηματοδότησης και κρατικής διαφήμισης χρησιμοποιούνται ως όπλο κατά των αντιπολιτευτικών δημοσιογραφικών φωνών και ως επιβράβευση για τις φίλιες προς την Κυβέρνηση ή τις βολικά σιωπηλές δημοσιογραφικές πένες.

Η πρόταση της Αξιωματικής Αντιπολίτευσης για σύσταση εξεταστικής επιτροπής έγινε δεκτή με την, από 12 Νοεμβρίου, Απόφαση της Ολομέλειας της Βουλής.

## **2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ**

1. Από **14 Μαρτίου 2020 Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου**, που κυρώθηκε με το άρθρο 3, του **N. 4682/2020 (Α΄ 76)**

Άρθρο τριακοστό

Κατεπείγουσες διατάξεις για την ενημέρωση του κοινού στο πλαίσιο της αποτροπής διασποράς του κορωνοϊού

«1. Εφόσον εξακολουθεί να υφίσταται άμεσος κίνδυνος εμφάνισης και διασποράς του κορωνοϊού COVID – 19, η έλλειψη του οποίου βεβαιώνεται με απόφαση του Υπουργού Υγείας και πάντως για χρονικό διάστημα που δεν μπορεί να υπερβαίνει την 31η.5.2020 είναι δυνατή η ανάθεση υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών προς τον σκοπό αυτό, καθώς και κάθε συναφούς υπηρεσίας που απαιτείται για την υλοποίηση της εκστρατείας, κατά παρέκκλιση των κείμενων εθνικών διατάξεων. 2. Με κοινή απόφαση του μέλους της Κυβέρνησης ή του Υφυπουργού που ασκεί την αρμοδιότητα της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας και Ενημέρωσης και του Υπουργού Οικονομικών καθορίζονται όλες οι αναγκαίες λεπτομέρειες για την

εφαρμογή του παρόντος, καθώς και η διαδικασία διάθεσης των σχετικών πιστώσεων για την κάλυψη της προκαλούμενης δαπάνης».

Άρθρο τριακοστό πρώτο

Μετάδοση ενημερωτικών μηνυμάτων

Η διάταξη του άρθρου 21 της από 11.3.2020 Πράξης Νομοθετικού Περιεχομένου αντικαθίσταται ως εξής:

«1. Οι δημόσιοι και ιδιωτικοί ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί ελεύθερης λήψης πανελλήνιας και περιφερειακής εμβέλειας υποχρεούνται να μεταδίδουν ενημερωτικά μηνύματα διάρκειας έως ενός (1) λεπτού για την προστασία της δημόσιας υγείας και τα μέτρα για την αποφυγή της διασποράς του κορωνοϊού COVID – 19.

2. Η ανωτέρω μετάδοση διενεργείται δωρεάν και απαλλάσσεται από κάθε τέλος.

3. Με απόφαση του μέλους της Κυβέρνησης ή του Υφυπουργού που ασκεί την αρμοδιότητα της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας και Ενημέρωσης, προβλέπεται η συχνότητα μετάδοσης των μηνυμάτων της παρ. 1 και θεσπίζονται όλες οι αναγκαίες λεπτομέρειες για την εφαρμογή της παρούσας.»

**2. Υπ 'αριθμ. 179/15.3.2020 (ΦΕΚ Β' 861) Απόφαση του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό**

Δωρεάν μετάδοση ενημερωτικών μηνυμάτων για την προστασία της δημόσιας υγείας και τα μέτρα για την αποφυγή της διάδοσης του κορωνοϊού COVID – 19 από τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς.

Άρθρο 1

Υποχρέωση μετάδοσης ενημερωτικών μηνυμάτων

Σύμφωνα με το άρθρο τριακοστό πρώτο της από 14-03-2020 πράξης νομοθετικού περιεχομένου (Α' 64) «Κατεπείγοντα μέτρα αντιμετώπισης της ανάγκης περιορισμού της διασποράς του κορωνοϊού COVID – 19», οι ιδιωτικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί, οι πάροχοι περιεχομένου επίγειας ψηφιακής τηλεοπτικής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης εθνικής εμβέλειας, ανεξαρτήτως τύπου μετάδοσης

υποχρεούνται να μεταδίδουν ενημερωτικά μηνύματα, για την προστασία της δημόσιας υγείας και τα μέτρα για την αποφυγή της διάδοσης του κορωνοϊού COVID – 19.

Την ίδια υποχρέωση υπέχουν όλοι οι ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί ελεύθερης λήψης της εταιρείας «Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση Ανώνυμη Εταιρεία» (Ε.Ρ.Τ. Α.Ε.) και των λοιπών φορέων του Δημόσιου Τομέα.

#### Άρθρο 2

##### Διάρκεια και περιεχόμενο ενημερωτικών μηνυμάτων

Τα ενημερωτικά μηνύματα του άρθρου 1, ηχητικά και οπτικοακουστικά έχουν διάρκεια έως ένα (1) λεπτό και αποστέλλονται από τη Γενική Γραμματεία Επικοινωνίας και Ενημέρωσης (ΓΓΕΕ) της Προεδρίας της Κυβέρνησης προς τους υπόχρεους του άρθρου 1.

Τα ενημερωτικά μηνύματα αφορούν την ευαισθητοποίηση των πολιτών για τα ατομικά και συλλογικά μέτρα πρόληψης που πρέπει να λαμβάνονται για την αποφυγή και τον περιορισμό της διάδοσης του κορωνοϊού COVID – 19 και την ενημέρωση του κοινού για τα μέτρα άμεσης αντιμετώπισης των αρνητικών συνεπειών του.

Τα ενημερωτικά μηνύματα, κατά περίπτωση δύνανται να διαμορφώνονται με ταυτόχρονη αναγραφή υποτίτλων σε οποιαδήποτε γλώσσα κρίνεται σκόπιμο, ή και να συνοδεύονται από νοηματική γλώσσα.

#### Άρθρο 3

##### Τρόπος – Χρόνος μετάδοσης ενημερωτικών μηνυμάτων

Οι υπόχρεοι του άρθρου 1 μεταδίδουν ενημερωτικά μηνύματα κατά τη διάρκεια του εικοσιτετράωρου προγράμματος τους ως εξής:

α) Κατά το χρονικό διάστημα 06:00 έως 23:59, τουλάχιστον ένα ενημερωτικό μήνυμα ανά μία (1) ώρα.

β) Κατά το χρονικό διάστημα 00:00 έως 05:59, τουλάχιστον ένα ενημερωτικό μήνυμα ανά δύο (2) ώρες.

Οι υπόχρεοι του άρθρου 1 δύνανται να μεταδίδουν τα ενημερωτικά μηνύματα και με μεγαλύτερη συχνότητα κατ' επιλογήν τους.

Σε περίπτωση αποστολής περισσότερων του ενός ενημερωτικών μηνυμάτων, σύμφωνα με το πρώτο εδάφιο του άρθρου 2 της παρούσας, αυτά μεταδίδονται εκ περιτροπής και σε κάθε περίπτωση αναλογικά ανά ημέρα μετάδοσης ή σύμφωνα με τυχόν ειδικότερες οδηγίες της ΓΓΕΕ.

Οι εν λόγω υπόχρεοι μεταδίδουν τα ανωτέρω μηνύματα αυτούσια και χωρίς διακοπή.

Σε τηλεοπτικό πρόγραμμα, τα ενημερωτικά μηνύματα, κατ' επιλογή των υπόχρεων του άρθρου 1 μεταδίδονται είτε κατά τη διάρκεια δελτίων ειδήσεων, ζωντανών ενημερωτικών εκπομπών και ζωντανών ψυχαγωγικών εκπομπών, είτε ως τελευταίο μήνυμα αμέσως πριν την έναρξη τους ή ως πρώτο μήνυμα αμέσως μετά τη λήξη τους. Κατά τη διάρκεια των διαφημιστικών διαλειμμάτων του ανωτέρω προγράμματος τα ενημερωτικά μηνύματα μεταδίδονται ως πρώτο ή ως τελευταίο μήνυμα του διαλείμματος. Κατά τη διάρκεια του λοιπού τηλεοπτικού προγράμματος (ενδεικτικά: ταινίες και σειρές, μαγνητοσκοπημένες εκπομπές, μετάδοση αθλητικών γεγονότων) τα ενημερωτικά μηνύματα, κατ' επιλογή των υπόχρεων του άρθρου 1 μεταδίδονται στα διαφημιστικά διαλείμματα ως πρώτο ή ως τελευταίο μήνυμα του διαλείμματος.

Σε ραδιοφωνικό πρόγραμμα τα ενημερωτικά μηνύματα μεταδίδονται κατά τα διαφημιστικά διαλείμματα, ως πρώτο μήνυμα, μετά την αναπαραγωγή ηχογραφημένου προειδοποιητικού μηνύματος ή με σχετική αναφορά από τον παρουσιαστή με το λεκτικό: «ακολουθεί ενημερωτικό μήνυμα για την προστασία της δημόσιας υγείας». Αν δεν υπάρχει καθορισμένο διαφημιστικό διάλειμμα, τα ενημερωτικά μηνύματα μεταδίδονται οποτεδήποτε εντός του προγράμματος σύμφωνα με το πρώτο εδάφιο.



Η μετάδοση διενεργείται δωρεάν και απαλλάσσεται από κάθε τέλος.

#### Άρθρο 4

##### Έλεγχος και κυρώσεις

1. Η άρνηση ή η παράλειψη των υποχρεωσεων του άρθρου 1 να εφαρμόσουν τους όρους της παρούσας απόφασης επισύρει τις διοικητικές κυρώσεις που προβλέπονται στην παρ. 1 του άρθρου 4 και την παρ. 5 του άρθρου 8 του Ν. 2328/1995 «Νομικό καθεστώς της ιδιωτικής τηλεόρασης και της τοπικής ραδιοφωνίας, ρύθμιση θεμάτων της ραδιοτηλεοπτικής αγοράς και άλλες διατάξεις» (Α' 159).

2. Αρμόδιο για τον έλεγχο και την επιβολή των κυρώσεων της παρ. 1 είναι το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης.

#### Άρθρο 5

##### Τελικές διατάξεις

Για τα ενημερωτικά μηνύματα του άρθρου 1 της παρούσας δεν εφαρμόζεται η υπ' αριθμ. 1686/2018 κοινή υπουργική απόφαση (Β' 2037) «Δωρεάν μετάδοση μηνυμάτων κοινωνικού περιεχομένου από τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς».

#### Άρθρο 6

##### Έναρξη ισχύος

Η παρούσα απόφαση ισχύει από τη δημοσίευση της στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως μέχρι και την 30<sup>η</sup> Απριλίου 2020. Η διάρκεια ισχύος της παρούσας παρατείνεται με όμοια απόφαση.

3. Την **υπ' αριθμ. πρωτ. ΓΔΟΥ 72/20-03-2020 Εισήγηση δημοσιονομικών επιπτώσεων** επί σχεδίου ΚΥΑ της Γενικής Διεύθυνσης Οικονομικών Υπηρεσιών του Υπουργείου Οικονομικών.

4. **Υπ' αριθμ. 227/21.3.2020 (ΦΕΚ Β' 948) Απόφαση του Υφυπουργού Οικονομικών και του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό**

Καθορισμός διαδικασίας ανάθεσης υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών, καθώς και κάθε συναφούς υπηρεσίας που απαιτείται για την υλοποίηση της εκστρατείας στο πλαίσιο της

προστασίας της δημόσιας υγείας και των μέτρων για την αποτροπή της διασποράς του κορωνοϊού COVID – 19.

#### Άρθρο 1

Ανάθεση εκστρατείας επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών

1. Σύμφωνα με το άρθρο τριακοστό της από 14.3.2020 Πράξης νομοθετικού περιεχομένου (Α' 64) «Κατεπείγοντα μέτρα αντιμετώπισης της ανάγκης περιορισμού της διασποράς του κορωνοϊού COVID – 19», η Προεδρία της Κυβέρνησης, κατά παρέκκλιση των κείμενων εθνικών διατάξεων αναθέτει την παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης, ήτοι την εκπόνηση σχεδίου για κάθε είδους εκστρατεία επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών, με βάση τις εκάστοτε ομάδες και κατηγορίες κοινού στις οποίες απευθύνονται τα επιμέρους μηνύματα (γενική κοινή γνώμη, ευπαθείς ομάδες, εργαζόμενοι, επιχειρηματίες, ελεύθεροι επαγγελματίες κ.λ.π.), προς το σκοπό της εμπέδωσης των μέτρων πρόληψης και αποφυγής διάδοσης του κορωνοϊού COVID – 19 καθώς και κάθε συναφή υπηρεσία που απαιτείται για την υλοποίηση εκάστης.

2. Η εκπόνηση σχεδίου εκστρατείας περιλαμβάνει:

A) το σχεδιασμό, τη δημιουργία και την παραγωγή κατά περίπτωση οπτικοακουστικού, λεκτικού, με απεικόνιση ή μη, υλικού για τη μετάδοση ήξ καταχώρηση σε Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και ειδικότερα: τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών μηνυμάτων διάρκειας άνω του ενός (1) λεπτού, μακέτας για εφημερίδες/περιοδικά, μακέτας για αφίσσα, μηνυμάτων για το διαδίκτυο (συμπεριλαμβανομένων μέσω κοινωνικής δικτύωσης).

B) τη σύνταξη και την υποβολή πρότασης που θα περιλαμβάνει τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, ανά κατηγορία, τον τρόπο και τη συχνότητα μετάδοσης ή καταχώρησης σε αυτά.

Γ) τη σύνταξη και την υποβολή πρότασης κατανομής της προϋπολογιζόμενης δαπάνης του επικοινωνιακού προγράμματος στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.

Η παρούσα απόφαση αφορά σε έντυπα, ραδιοφωνικά, τηλεοπτικά και διαδικτυακά μέσα και μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

3. Ως συναφής υπηρεσία, για την εφαρμογή της παρούσας λογίζεται η υπηρεσία παρακολούθησης της ομαλής υλοποίησης του εγκεκριμένου προγράμματος με την προσκόμιση στοιχείων, μετρήσεων και αναφορών απόδοσης, καθώς και βεβαιώσεων καλής εκτέλεσης, με βάση τις οποίες γίνεται η αποπληρωμή των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας που φιλοξενούν τα σχετικά μηνύματα, καθώς και κάθε άλλη τυχόν αναγκαία υπηρεσία για την υλοποίηση της εκστρατείας.

4. Οι ειδικότεροι όροι παροχής των υπηρεσιών θα καθορισθούν στη σύμβαση που θα υπογραφεί με τον ανάδοχο.

#### Άρθρο 2

##### Διαδικασία πληρωμής

1. Οι δαπάνες για την εφαρμογή της παρούσας καλύπτονται με έκτακτη οικονομική ενίσχυση από τον κρατικό προϋπολογισμό, έπειτα από σχετική βεβαίωση του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό στον οποίο έχουν ανατεθεί οι αρμοδιότητες της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας και Ενημέρωσης, στην οποία θα περιλαμβάνεται αναλυτική αναφορά της κατανομής της δαπάνης ανά Μέσο Μαζικής Ενημέρωσης.

2. Η πληρωμή προς τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης που υλοποιούν το πρόγραμμα πραγματοποιείται σύμφωνα με το άρθρο 114 του Ν. 4270/2014 από την αρμόδια υπηρεσία του Υπουργείου Οικονομικών σε συνεργασία με την ΓΔΟΥ του ιδίου Υπουργείου. Λοιπές δαπάνες για τους σκοπούς του άρθρου 1 θα πραγματοποιηθούν από την ΓΔΟΥ του Υπουργείου Οικονομικών.

3. Με την αποδοχή από τα αντίστοιχα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης της πρότασης μετάδοσης ή καταχώρησης καταβάλλεται σε αυτά άμεσα προκαταβολή ύψους 35% σύμφωνα με την ανωτέρω σχετική βεβαίωση του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό, στον οποίο έχουν ανατεθεί οι αρμοδιότητες της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας και Ενημέρωσης.

Η αποπληρωμή του υπολοίπου γίνεται κατόπιν βεβαίωσης του ανωτέρω στην οποία θα βεβαιώνεται η καλή εκτέλεση και το υπόλοιπο ανά Μέσο Μαζικής Ενημέρωσης.

### Άρθρο 3

#### Έναρξη ισχύος

Η παρούσα απόφαση ισχύει από τη δημοσίευση της στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως και για όσο χρονικό διάστημα εξακολουθεί να υφίσταται άμεσος κίνδυνος εμφάνισης και διασποράς του κορωνοϊού COVID – 19 και πάντως για χρονικό διάστημα που δεν μπορεί να υπερβαίνει την 31.5.2020.

**5. Υπ' αριθμ. Πρωτ. Λ 285/23-03-2020 Απόφαση του Γενικού Γραμματέα του Πρωθυπουργού**, αναρτητέα στο διαδίκτυο, με **ΑΔΑ:968Ζ46ΜΓΨ7-ΑΞΟ**, δυνάμει της οποίας εγκρίθηκε η δέσμευση πίστωσης ύψους έντεκα εκατομμυρίων (11.000.000,00) ΕΥΡΩ για την πληρωμή ισόποσης δαπάνης σε βάρος της πίστωσης του προϋπολογισμού εξόδων της Προεδρίας της Κυβέρνησης, Ειδικός Φορέας 1023-611-0000000, λογαριασμός 2420906001, οικ. έτους 2020, για υπηρεσίες επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών που απαιτούνται για την υλοποίηση εκστρατείας στο πλαίσιο της προστασίας της δημόσιας υγείας και των μέτρων για αποτροπή της διασποράς του κορωνοϊού COVID – 19.

**6. Υπ' αριθμ. Πρωτ. 245/26-03-2020 Απόφαση του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό**, αναρτητέα στο διαδίκτυο και καταχωρητέα στο **ΚΗΜΔΗΣ**, με αριθμό **20ΑWRD006483108 2020-03-26**, με θέμα «Ανάθεση υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών και κάθε συναφούς υπηρεσίας που απαιτείται για την υλοποίηση της εκστρατείας στο πλαίσιο της προστασίας της δημόσιας υγείας και των μέτρων για την αποτροπή της διασποράς του κορωνοϊού COVID – 19.

Με την ανωτέρω απόφαση ανατέθηκε στην ανώνυμη εταιρεία με την επωνυμία «Initiative Media Διαφημιστική Ανώνυμη Εταιρεία», που εδρεύει στο Κάτω Χαλάνδρι Αττικής, οδός Εθν. Αντιστάσεως, Τζαβέλα

και Μυκόνου 89-91, ΤΚ 15231, με ΑΦΜ 094348620 Δ.Ο.Υ. ΦΑΕ Αθηνών και Αρ. ΓΕΜΗ 000772201000 η παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης, ήτοι η εκπόνηση σχεδίου για κάθε είδους εκστρατεία επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών, με βάση τις εκάστοτε ομάδες και κατηγορίες κοινού στις οποίες απευθύνονται τα επιμέρους μηνύματα (γενική κοινή γνώμη, ευπαθείς ομάδες, εργαζόμενοι, επιχειρηματίες, ελεύθεροι επαγγελματίες κ.λ.π.), προς τον σκοπό της εμπέδωσης των μέτρων πρόληψης και αποφυγής διάδοσης του κορωνοϊού COVID – 19, καθώς και κάθε συναφή υπηρεσία που απαιτείται για την υλοποίηση εκάστης.

Δυνάμει της ανωτέρω αποφάσεως, η εκπόνηση σχεδίου εκστρατείας περιλαμβάνει:

Α) το σχεδιασμό, τη δημιουργία και την παραγωγή κατά περίπτωση οπτικοακουστικού, λεκτικού, με απεικόνιση ή μη, υλικού για τη μετάδοση ή καταχώρηση σε Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και ειδικότερα: τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών μηνυμάτων διάρκειας άνω του ενός (1) λεπτού, μακέτας για εφημερίδες/περιοδικά, μακέτας για αφίσα, μηνυμάτων για το διαδίκτυο (συμπεριλαμβανομένων μέσων κοινωνικής δικτύωσης).

Β) τη σύνταξη και την υποβολή πρότασης που θα περιλαμβάνει τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, ανά κατηγορία, τον τρόπο και τη συχνότητα μετάδοσης ή καταχώρησης σε αυτά.

Γ) τη σύνταξη και υποβολή πρότασης κατανομής της προϋπολογιζόμενης δαπάνης του επικοινωνιακού προγράμματος στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.

Η ανωτέρω απόφαση αφορά σε έντυπα, ραδιοφωνικά, τηλεοπτικά και διαδικτυακά μέσα και μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Ως συναφής υπηρεσία για τη εφαρμογή αυτής λογίζεται η υπηρεσία παρακολούθησης της ομαλής υλοποίησης του εγκεκριμένου προγράμματος, με την προσκόμιση στοιχείων, μετρήσεων και αναφορών απόδοσης, καθώς και βεβαιώσεων καλής εκτέλεσης, με βάση τις οποίες γίνεται η αποπληρωμή των Μέσων Μαζικής

Επικοινωνίας που φιλοξενούν τα σχετικά μηνύματα, καθώς και κάθε άλλη τυχόν αναγκαία υπηρεσία για την υλοποίηση της εκστρατείας.

Η διάρκεια της σύμβασης που θα υπογραφεί με τον ανάδοχο ορίζεται έως την 31<sup>η</sup> Μαΐου 2020, με έναρξη ισχύος από την ημερομηνία υπογραφής της.

Το συμβατικό τίμημα για την παροχή των Υπηρεσιών ανέρχεται σε ποσοστό τρία τοις εκατό (3%) επί της τελικής συνολικής δαπάνης εκστρατείας επικοινωνίας και ενημέρωσης, η οποία σε κάθε περίπτωση δεν μπορεί να υπερβαίνει το ποσό που περιγράφεται στην υπ' αριθμ. ΓΔΟΥ 72/20-03-2020 εισήγηση δημοσιονομικών επιπτώσεων, η οποία αναφέρεται στο προοίμιο της υπ' αριθμ. ΚΥΑ 227/2020 (Β' 948) και σύμφωνα με την οποία η προκαλούμενη δαπάνη θα καλυφθεί με μεταφορά πιστώσεων από τον ΑΛΕ 2910601058 «Πιστώσεις για δράσεις που σχετίζονται με την υλοποίηση μέτρων προστασίας της δημόσιας υγείας από τον κορωνοϊό» του Ε.Φ. 1023-711-0000000 «Γενικές Κρατικές Δαπάνες», στον ΑΛΕ 2420906001 «Έξοδα προβολής, διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων του Ε.Φ. 1023-611-0000000 «Δαπάνες Προεδρίας της Κυβέρνησης» του προϋπολογισμού του Υπ. Οικονομικών.

Το παραπάνω τίμημα περιλαμβάνει την αμοιβή του Αναδόχου καθώς και κάθε απαίτηση του Αναδόχου, του Δημοσίου ή τρίτου, σχετική με τις Υπηρεσίες. Η αμοιβή αυτή είναι σταθερή και δεν θα μεταβληθεί για οποιονδήποτε λόγο. Στην αμοιβή αυτή περιλαμβάνονται οι κάθε είδους υπέρ τρίτων κρατήσεις, ως και κάθε άλλη φορολογική ή άλλου είδους επιβάρυνση, για την παροχή των Υπηρεσιών, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία. Ειδικότερα, δαπάνες για ημερομίσθια με τις νόμιμες προσαυξήσεις για τις εισφορές του εργοδότη, δώρα, έκτακτες αμοιβές, αποζημιώσεις λόγω απολύσεως, οδοιπορικά κ.λ.π. βαρύνουν αποκλειστικά και μόνο τον Ανάδοχο, ο οποίος δεν δικαιούται αμοιβής για υπερωριακή απασχόληση του προσωπικού του για οποιονδήποτε λόγο. Στο προαναφερθέν ποσοστό τρία τοις εκατό (3%) επί της τελικής

συνολικής δαπάνης εκστρατείας επικοινωνίας και ενημέρωσης περιλαμβάνεται και ο αναλογών Φ.Π.Α.

Με βάση την ανωτέρω απόφαση, ο Ανάδοχος βαρύνεται ιδίως με τις ακόλουθες κρατήσεις:

α) Κράτηση 0,07%, η οποία υπολογίζεται επί της αξίας κάθε πληρωμής προ φόρων και κρατήσεων της σύμβασης υπέρ της Ενιαίας Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Συμβάσεων (ΕΑΑΔΗΣΥ).

β) Κράτηση 0,06% η οποία υπολογίζεται επί της αξίας κάθε πληρωμής προ φόρων και κρατήσεων της σύμβασης υπέρ της Αρχής Εξέτασης Προδικαστικών Προσφυγών (ΑΕΠΠ).

Οι υπέρ τρίτων κρατήσεις υπόκεινται στο εκάστοτε ισχύον αναλογικό τέλος χαρτοσήμου 3% και στην επ' αυτού εισφορά υπέρ ΟΓΑ 20%.

Εντέλει, οι ειδικότεροι όροι παροχής των υπηρεσιών θα καθορισθούν στη σύμβαση.

**7. Η από 26-03-2020 ΣΥΜΒΑΣΗ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ** μεταξύ της Προεδρίας της Κυβέρνησης και της αναδόχου εταιρείας με την επωνυμία «**Initiative Media Διαφημιστική Ανώνυμη Εταιρεία**», η οποία ανάδοχος, υπό τις δεδομένες έκτακτες συνθήκες και περιστάσεις έχει τις ειδικές γνώσεις, την εμπειρία και το εξειδικευμένο προσωπικό για να παράσχει τις ανατιθέμενες με τη σύμβαση υπηρεσίες. Ειδικότερα και ως προς τα βασικά σημεία αυτής:

#### **Άρθρο 1 – ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΣΥΜΒΑΣΗΣ**

Η Αναθέτουσα Αρχή αναθέτει στον Ανάδοχο την παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης του ευρέος κοινού αλλά και ειδικών ομάδων και κατηγοριών πολιτών προς το σκοπό της ευαισθητοποίηση των πολιτών και της εμπέδωσης των μέτρων πρόληψης και αποφυγή ή περιορισμού της διάδοσης του κορωνοϊού COVID – 9. Ενόψει των ανωτέρω η Αναθέτουσα Αρχή αναθέτει στον Ανάδοχο, αφενός τη διενέργεια σχετικής εκστρατείας καθώς και κάθε

άλλη συναφή υπηρεσία που απαιτείται για την υλοποίηση αυτής, ως εξειδικεύονται στο παρόν άρθρο κατωτέρω.

Για τους σκοπούς της παρούσας ως Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης λογίζονται έντυπα, ραδιοφωνικά, τηλεοπτικά και διαδικτυακά μέσα και μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Ειδικότερα οι υπηρεσίες που συμφωνούνται με την παρούσα αφορούν:

A) Στην εκπόνηση σχεδίου για κάθε είδους εκστρατεία επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών, με βάση τις εκάστοτε ομάδες και κατηγορίες κοινού στις οποίες απευθύνονται τα επιμέρους μηνύματα (γενική κοινή γνώμη, ευπαθείς και ευάλωτες ομάδες, εργαζόμενοι, επιχειρηματίες, ελεύθεροι επαγγελματίες, άτομα με αναπηρία, αλλοδαποί πολίτες κ.λ.π.), προς τον σκοπό της εμπέδωσης των μέτρων πρόληψης και αποφυγής διάδοσης του κορωνοϊού COVID -19, καθώς και κάθε συναφή υπηρεσία που απαιτείται για την υλοποίηση εκάστης.

Η εκπόνηση σχεδίου εκστρατείας αφορά εν γένει στο σχεδιασμό, οργάνωση και εκτέλεση της επικοινωνιακής στρατηγικής, καθώς και τη διενέργεια προπαρασκευαστικών ενεργειών για την καθ' οιονδήποτε τρόπο ή μέσο ανακοίνωση προς το κοινό του ενημερωτικού υλικού για τους ανωτέρω σκοπούς και περιλαμβάνει:

(A1) το σχεδιασμό, τη δημιουργία και την παραγωγή κατά περίπτωση οπτικοακουστικού, λεκτικού, με απεικόνιση ή μη, επικοινωνιακού υλικού για τη μετάδοση ή καταχώρηση σε Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και ειδικότερα: τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών ενημερωτικών μηνυμάτων διάρκειας άνω του ενός (1) λεπτού, μακέτας για εφημερίδες/περιοδικά, μακέτας για αφίσα, μηνυμάτων για το διαδίκτυο (συμπεριλαμβανομένων μέσων κοινωνικής δικτύωσης).

Ρητά συμφωνείται από τους συμβαλλόμενους ότι για τη δημιουργία και παραγωγή του επικοινωνιακού υλικού, που περιλαμβάνει τόσο την παραγωγή πρωτότυπων δημιουργημάτων λόγου ή τέχνης όσο και την καθ' οιονδήποτε μέσο εγγραφή,



προσαρμογή, εκτέλεση ή αναπαραγωγή τους δύναται να χρησιμοποιηθεί υπεργολάβος επιλογής του Αναδόχου υπό τους όρους και τις προϋποθέσεις που τίθενται στο άρθρο 12 της Σύμβασης.

(A2) τη σύνταξη και την υποβολή πρότασης που θα περιλαμβάνει τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, ανά κατηγορία, τον τρόπο και τη συχνότητα μετάδοσης ή καταχώρησης σε αυτά, προς το σκοπό της επιλογής των κατάλληλων μέσων ανακοίνωσης και προβολής του ενημερωτικού υλικού. Η υποχρέωση αυτή αφορά τόσο την εκπόνηση και παροχή στρατηγικού σχεδιασμού μέσων αναφορικά με τον χρόνο, την έκταση και τα μέσα ενημέρωσης όσο και τη διενέργεια τακτικών σχεδιασμών και έκτακτων αναθεωρήσεων χρήσης μέσων.

(A3) τη σύνταξη και υποβολή πρότασης κατανομής της προϋπολογιζόμενης δαπάνης του επικοινωνιακού προγράμματος στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, που αφορά κατά περίπτωση αγορά χώρου ή χρόνου. Η υποχρέωση αυτή περιλαμβάνει την κατάρτιση σχετικού προϋπολογισμού χρήσης μέσων. Ρητά συμφωνείται ότι η συμμετοχή στην κατανομή της συνολικής δαπάνης των τοπικών και περιφερειακών Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης για κάθε κατηγορία Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης είναι τουλάχιστον είκοσι τοις εκατό (20%).

Για λόγους καλύτερης διαχείρισης, πλέον της γενικής πρότασης των στοιχείων υπό (A2) και (A3) ανωτέρω είναι δυνατή η υποβολή επιμέρους προτάσεων ανά κατηγορία Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης ή όπως άλλως ζητηθεί από την Αναθέτουσα Αρχή κατά την απόλυτη διακριτική της ευχέρεια.

B) Την παροχή συναφών υπηρεσιών ως ακολούθως:

(B1) την υπηρεσία παρακολούθησης της ομαλής υλοποίησης του εγκεκριμένου προγράμματος με την προσκόμιση στοιχείων, μετρήσεων και αναφορών απόδοσης, καθώς και βεβαιώσεων καλής εκτέλεσης με βάση τις οποίες γίνεται η αποπληρωμή των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας που φιλοξενούν τα σχετικά μηνύματα.

Στο πλαίσιο της εν λόγω υπηρεσίας ο Ανάδοχος διενεργεί: (α) έλεγχο της εμφάνισης, παρουσίασης, ή προβολής/μετάδοσης του ενημερωτικού υλικού από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, (β) ποιοτικό και ποσοτικό έλεγχο – αξιολόγηση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (γ) έλεγχο των προσκομισθέντων παραστατικών από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και παρέχει αναλυτική πληροφόρηση στην Αναθέτουσα Αρχή, αναφορικά με τις πραγματοποιηθείσες συνολικές δαπάνες, τους προϋπολογισμούς δαπανών και τα προγράμματα κρατήσεων.

Η σχετική ενημέρωση αποστέλλεται εγγράφως στην Αναθέτουσα Αρχή ανά τακτά χρονικά διαστήματα ώστε να διευκολύνεται ο έλεγχος του προϋπολογισμού και των δαπανών της εκστρατείας.

(B2) την παροχή κάθε άλλης τυχόν αναγκαίας υπηρεσίας για την υλοποίηση της εκστρατείας. Στις υπηρεσίες αυτές περιλαμβάνεται:

(α) Η διαπραγμάτευση για λογαριασμό της Αναθέτουσας Αρχής, επί των οικονομικών και λοιπών όρων και προϋποθέσεων ανακοίνωσης, καταχώρησης, προβολής ή μετάδοσης, κατά περίπτωση, του ενημερωτικού υλικού και επί τυχόν λοιπών ειδικών ζητημάτων, κατόπιν σχετικής εξουσιοδότησης από την Αναθέτουσα Αρχή, προκειμένου να επιτυγχάνεται η καλύτερη δυνατή θέση καταχώρησης ή μετάδοσης,

(β) η διενέργεια των απαραίτητων παραγγελιών, κρατήσεων, αγορών χώρου και χρόνου και τροποποιήσεων αυτών, μετά από έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής, στο πλαίσιο του ρητά συμφωνηθέντος με την Αναθέτουσα Αρχή προϋπολογισμού,

(γ) η παροχή συμβουλών επί ζητημάτων που άπτονται της επικοινωνιακής στρατηγικής, της διαμόρφωσης του περιεχομένου και της επιλογής των κατάλληλων μέσων ενημέρωσης...

Άρθρο 2 – ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟΤΗΤΑ

Άρθρο 8 – ΠΑΡΑΛΑΒΗ – ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

8.1 Οι υπηρεσίες του Αναδόχου παρακολουθούνται, καθοδηγούνται και εγκρίνονται καθ' όλη τη διάρκεια της σύμβασης από την Αναθέτουσα Αρχή, κατά τον προσήκοντα τρόπο, είτε από την τυχόν

ορισθείσα Επιτροπή Παραλαβής, τα μέλη της οποίας θα γνωστοποιηθούν εγγράφως στον Ανάδοχο...

8.2 Ο Ανάδοχος θα είναι υπεύθυνος για την ορθή εκπλήρωση των υποχρεώσεων του, η οποία θα είναι σύμφωνη με τους όρους της παρούσας και με τους κανόνες της επιστήμης και της τέχνης, κατά τρόπο ώστε να εξυπηρετούνται τα συμφέροντα της Αναθέτουσας Αρχής και να εκπληρώνεται με τον καλύτερο τρόπο το αντικείμενο της παρούσας.

8.3 Η ποιοτική και ποσοτική παραλαβή των Υπηρεσιών θα πραγματοποιείται με τη σύνταξη σχετικού πρωτοκόλλου οριστικής παραλαβής, το οποίο και θα εγκρίνεται από τα ως άνω αναφερόμενα όργανα της Αναθέτουσας Αρχής.

#### Άρθρο 10 – ΣΥΜΒΑΤΙΚΟ ΤΙΜΗΜΑ

Το συμβατικό τίμημα για την παροχή των Υπηρεσιών συμφωνείται σε ποσοστό τρία τοις εκατό (3%) επί της τελικής συνολικής δαπάνης εκστρατείας επικοινωνίας και ενημέρωσης και η οποία σε κάθε περίπτωση δεν μπορεί να υπερβαίνει το ποσό που περιγράφεται στην υπ' αριθμ. ΓΔΟΥ72/20-03-2020 εισήγηση δημοσιονομικών επιπτώσεων, η οποία αναφέρεται στο προοίμιο της υπ' αριθμ. ΚΥΑ 227/2020 (Β' 948)...

Οι συμβαλλόμενοι συνομολογούν και δέχονται αμοιβαία ότι η αμοιβή για την παροχή των Υπηρεσιών, όπως αυτές περιγράφονται στην παρούσα θα παραμείνει σταθερή και αμετάβλητη μέχρι την ολοκλήρωση της παραλαβής των Υπηρεσιών με τη λήξη της σύμβασης και αποκλείεται απόλυτα κάθε αναπροσαρμογή, αναθεώρηση και γενικά μεταβολή αυτής για οποιονδήποτε λόγο ή αιτία, ακόμη και για έκτακτους λόγους που δεν μπορούν να προβλεφθούν.

#### **8. Υπ' αριθμ. 337/25-04-2020 (ΦΕΚ Β' 1583) Απόφαση του Υφυπουργού Οικονομικών και του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό**

Τροποποίηση της υπ' αριθμ. 227/2020 (Β' 948) κοινής απόφασης του Υφυπουργού Οικονομικών και του Υφυπουργού στον

Πρωθυπουργό «Καθορισμός διαδικασίας ανάθεσης υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών, καθώς και κάθε συναφούς υπηρεσίας που απαιτείται για την υλοποίηση της εκστρατείας στο πλαίσιο της προστασίας της δημόσιας υγείας και των μέτρων για την αποτροπή της διασποράς του κορωνοϊού COVID – 19».

**9. Υπ' αριθμ. 347/30-04-2020 (ΦΕΚ Β' 1638) Απόφαση του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό**

Τροποποίηση της υπ' αριθμ. 179/15-03-2020 απόφασης του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό «Δωρεάν μετάδοση ενημερωτικών μηνυμάτων για την προστασία της δημόσιας υγείας και τα μέτρα για την αποφυγή της διάδοσης του κορωνοϊού COVID – 19 από τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς (Β' 861).

**10. Υπ' αριθμ. Πρωτ. 348/30-04-2020 Απόφαση του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό**, αναρτητέα στο διαδίκτυο και καταχωρητέα στο ΚΗΜΔΗΣ, με αριθμό **20AWRD006643519 2020-04-30**, με θέμα «Τροποποίηση της υπ' αριθμ. 245/2020 (ΚΗΜΔΗΣ: 20AWRD006483108), Απόφασης του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό «Ανάθεση υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών και κάθε συναφούς υπηρεσίας που απαιτείται για την υλοποίηση της εκστρατείας στο πλαίσιο της προστασίας της δημόσιας υγείας και των μέτρων για την αποτροπή της διασποράς του κορωνοϊού COVID – 19»».

**11. Η από 30-04-2020 ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ** μεταξύ της Προεδρίας της Κυβέρνησης και της αναδόχου εταιρείας με την επωνυμία «Initiative Media Διαφημιστική Ανώνυμη Εταιρεία»

**12. Υπ' αριθμ. Πρωτ. 2/15786/2001023000293/20.03.2020 και 217218/2001029000042/05.05.2020 αποφάσεις του Υφυπουργού Οικονομικών** με θέμα τις μεταβολές εκτελούμενου π/υ με τη μεταφορά πιστώσεων ύψους 11.000.000 ΕΥΡΩ και 9.000.000 ΕΥΡΩ αντιστοίχως.

13. Οι πληρωμές των δικαιούχων ΜΜΕ έγιναν κατόπιν των προβλεπόμενων του νόμου, ως ανωτέρω, σχετικών βεβαιώσεων για την καλή εκτέλεση των ανατεθεισών υπηρεσιών και των σχετικών λοιπών δικαιολογητικών.

Ειδικότερα εξεδόθησαν οι από **14.04.2020** (εστάλη με το υπ' αριθμ. Πρωτ. 316/14.04.2020 έγγραφο του Γραφείου του Υφυπουργού παρά τω Πρωθυπουργώ στο Γραφείο του Υφυπουργού Οικονομικών), **21.05.2020**, υπ' αριθμ. Πρωτ. **535/26.06.2020** και **561/01.07.2020** βεβαιώσεις του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό.

Αντίστοιχα συντάχθηκαν τα υπ' αριθμ. πρωτ. ΓΔΟΥ 85B/16.04.2020, ΓΔΟΥ 93/30.04.2020 έγγραφα της ΓΔΟΥ του Υπ. Οικονομικών προς τη Διεύθυνση Λογαριασμών και Ταμειακού Προγραμματισμού της Γενικής Γραμματείας Δημοσιονομικής Πολιτικής, προκειμένου να προβεί στην πληρωμή των δικαιούχων των επισυναπτόμενων πινάκων, καθώς και τα υπ' αριθμ. Πρωτ. ΥΓ 21/20.05.2020, ΥΓ 25/22.05.020, ΥΓ 95/01.07.2020, ΥΓ 4 ΕΜΠ/01.07.2020, ΥΓ 5 ΕΜΠ/03.07.2020, ΥΓ ΕΜΠ 6/13.08.2020 ΚΑΙ ΥΓ 167/25.09.2020 έγγραφα της Υπηρεσιακής Γραμματέως, ομοίως προς την ανωτέρω Διεύθυνση Λογαριασμών, σχετικά με την πληρωμή των δικαιούχων των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Εντέλει, εκδόθηκαν από το Τμήμα Α΄ της Διεύθυνσης Λογαριασμών οι αντίστοιχες εντολές πληρωμής προς την Τράπεζα της Ελλάδος.

### **3. ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΝΑΘΕΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ «INITIATIVE MEDIA ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ»**

Η Initiative Media Διαφημιστική Ανώνυμη Εταιρεία είναι θυγατρική εταιρεία του πολυεθνικού media agency Initiative, του διεθνούς Ομίλου Interpublic Group. Ο Όμιλος είναι εισηγμένος στο

Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης με όλες τις διαδικασίες, τους κανόνες και τη διαφάνεια που επιβάλλει η αμερικανική νομοθεσία στις συναλλαγές μιας εταιρείας με τους πελάτες της.

Στην Ελλάδα, η εταιρεία δραστηριοποιείται τα τελευταία τριάντα χρόνια. Είναι από τα πρώτα media agencies που ιδρύθηκαν στη χώρα μας στις αρχές της δεκαετίας του 1990. Στη διαδρομή της, εκτός από πολυεθνικές και μεγάλες ελληνικές εταιρείες, έχει αναλάβει διαφημιστικές εκστρατείες από την κεντρική κρατική διοίκηση, νομικά πρόσωπα του ευρύτερου δημόσιου τομέα και την τοπική αυτοδιοίκηση, με πιο πρόσφατη την επικοινωνιακή εκστρατεία της Δ.Ε.Η., την περίοδο 2017-2019, επί συγκυβέρνησης ΣΥΡΙΖΑ-ΑΝ.ΕΛ.

Σύμφωνα με τον **Προέδρο και Διευθύνοντα Σύμβουλο της εταιρείας Μιχαήλ Γκάλγκο**, ο οποίος κλήθηκε από την επιτροπή να καταθέσει:

**ΜΙΧΑΗΛ ΓΚΑΛΓΚΟΣ (Μάρτυς):** ...με αντικειμενικά, αλλά και με ποιοτικά κριτήρια συγκαταλεγόμαστε διαχρονικά στις μεγαλύτερες εταιρείες στρατηγικού σχεδιασμού και υλοποίησης καμπανιών στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης...

...δεν θα μπορούσαν -πέρα από δυο, τρία μεγάλα media agencies- άλλα agencies να ανταπεξέλθουν στη συγκεκριμένη καμπάνια. Από υλικοτεχνική υποδομή; Από γνώση; Από ταχύτητα; Από ανθρώπινο δυναμικό;...

Κατά τον μάρτυρα, ήταν αδύνατο για το ελληνικό δημόσιο, αφενός, να σχεδιάσει και να υλοποιήσει μια τέτοια έντασης, χρονικών περιορισμών και συνθετότητας εκστρατεία ενημέρωσης με ιδίους ανθρώπινους και υλικούς πόρους, αφετέρου, να την αναθέσει σε μια ιδιωτική εταιρεία με βάση την συνήθη διαδικασία σύναψης δημοσίων συμβάσεων:

### **ΜΙΧΑΗΛ ΓΚΑΛΓΚΟΣ (Μάρτυς):**

*...η διαδικασία του διαγωνισμού διαρκεί τουλάχιστον τρεις μήνες, έως τέσσερις μήνες των δημοσίων έργων...*

*...Θέλω να θυμηθείτε τις συνθήκες που δουλεύαμε εκείνη την εποχή. Εκείνη την εποχή ήταν πρωτόγνωρο για όλο τον κόσμο, αλλά και για τη διαφημιστική αγορά. Βρεθήκαμε στα σπίτια μας με ένα lockdown και έπρεπε να επικοινωνήσουμε με όλα τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, με όλους μας τους πελάτες έχοντας υλικοτεχνική υποδομή. Μέσα σε δέκα μέρες εξήντα πέντε άτομα της INITIATIVE επανδρώθηκαν με laptop, printers, οθόνες, αναβαθμίστηκαν τα συστήματα internet που είχαν στα σπίτια τους, προσπάθησαν να βρουν το χώρο μέσα στα σπίτια τους για να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στις καμπάνιες.*

*Άρα, λίγες εταιρείες στο χώρο μας θα μπορούσαν με αυτήν την ταχύτητα να επανδρώσουν το προσωπικό τους, για να ανταπεξέλθουν σε μια τέτοια μεγάλη καμπάνια, τη μεγαλύτερη, ίσως, καμπάνια που έχει γίνει στην ελληνική αγορά τα τελευταία τριάντα χρόνια, όχι τόσο σε ύψος budget, όσο έντασης και χρονικών περιθωρίων. Βγάλαμε μέσα σε δύο μήνες δύο καμπάνιες, «Μένουμε Σπίτι» και «Μένουμε Ασφαλείς»...*

Σύμφωνα με τον **Πρόεδρο του Διοικητικού Συμβουλίου της Ένωσης Ιδιοκτητών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών Αλέξιο Σκαναβή**, ο οποίος κατέθεσε στην επιτροπή ως μάρτυρας, η πανδημική κρίση από τη διασπορά του κορωνοϊού Covid-19 αποτέλεσε μια πρωτόγνωρη πρόκληση αντιμετώπισης εξαιρετικά επείγουσών συνθηκών και αναγκών.

Κατά τη γνώμη του, η επικοινωνιακή διαχείριση της πανδημίας ήταν κρίσιμη κι αναγκαία. Σύμφωνα με την κατάθεση του μάρτυρα, η έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωση των πολιτών για θέματα που άπτονται της πανδημίας, η οποία πραγματοποιήθηκε μέσω της διαφημιστικής καμπάνιας «Μένουμε Σπίτι – Μένουμε Ασφαλείς» ήταν επιτυχημένη.

Περαιτέρω, συνεφώνησε ότι σε εξαιρετικά επείγουσες συνθήκες, όπως αυτή της πανδημικής κρίσης, πρέπει κανείς να ενεργεί γρήγορα, ώστε καλώς εξεδόθησαν πράξεις νομοθετικού περιεχομένου και πραγματοποιήθηκε η καμπάνια «Μένουμε Ασφαλείς – Μένουμε Σπίτι» σε τόσο σύντομο χρονικό διάστημα:

**ΑΛΕΞΙΟΣ ΣΚΑΝΑΒΗΣ (Μάρτυς):**

*...Νομίζω ότι η Κυβέρνηση έκανε αυτό που έπρεπε να κάνει, δηλαδή η Κυβέρνηση έπρεπε να αναθέσει σε κάποιους ειδικούς το να κάνουν αυτή τη διαφημιστική καμπάνια, όπως έγινε...*

*...Ξαναλέω, λοιπόν, ότι είχαμε πράξεις νομοθετικού περιεχομένου την τελευταία δεκαετία για την οικονομική κρίση περισσότερο, έτσι; Άρα λοιπόν εδώ πέρα πρέπει να κινηθεί γρήγορα το σύστημα. Βεβαίως έπρεπε να ακολουθηθεί μια τέτοια διαδικασία, η οποία είναι νόμιμη και σωστή. Δεν θεωρώ, εν πάση περιπτώσει, ότι αυτό ήταν κάτι λάθος...*

Κατά τον **Προέδρο της Πανελλήνιας Ένωσης Ιδιοκτητών Επαρχιακού Τύπου, Αντώνιο Μουντάκη** ο οποίος κατέθεσε στην επιτροπή:

**ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΜΟΥΝΤΑΚΗΣ (Μάρτυς):**

*...Νομίζω ότι ήταν πολύ δύσκολο να κάνει οποιοδήποτε άλλος αυτή τη δουλειά, εκτός από μία διαφημιστική εταιρεία που έχει την εμπειρία...*

*...μόνο μια διαφημιστική εταιρεία που έχει την εμπειρία μπορούσε να κάνει αυτή τη δουλειά. Δεν ξέρω τα κριτήρια επιλογής των Μέσων διότι δεν έχουμε μετρήσεις, πωληθέντα φύλλα, όπως τα αθηναϊκά...*



Σύμφωνα με την **Πρόεδρο της Ένωσης Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών (Ε.Σ.Η.Ε.Α.), κ. Μαρία Αντωνιάδου**, η οποία κατέθεσε στην επιτροπή, ήταν απαραίτητο και αναγκαίο η Κυβέρνηση να προβεί στην διενέργεια μιας καμπάνιας όσον αφορά την ενημέρωση των πολιτών, για να αντιμετωπιστεί μια επείγουσα συνθήκη όπως αυτή της πανδημίας:

**ΜΑΡΙΑ ΑΝΤΩΝΙΑΔΟΥ (Μάρτυς):**

*... εδώ μιλάμε για μια πανδημία όπου τα γεγονότα είναι έκτακτα και ο κόσμος πρέπει να ενημερωθεί. Άλλωστε, τουλάχιστον οι τρεις τελευταίες γενιές ζούμε κάτι πρωτόγνωρο, όχι μόνο στη χώρα, αλλά παγκόσμια...*

Από τα παραπάνω καταδεικνύεται όχι απλώς η αναγκαιότητα μιας εκστρατείας ενημέρωσης αλλά και ότι η διαδικασία της απευθείας ανάθεσης που ακολουθήθηκε έγινε αποκλειστικά και μόνο λόγω του κατεπείγοντος χαρακτήρα της πανδημίας, καθώς ήταν κρίσιμο να ενημερωθούν άμεσα οι πολίτες. Σε διαφορετική περίπτωση, τυχόν διαδικασίες δημόσιου διαγωνισμού θα διαρκούσαν τουλάχιστον τρεις μήνες, ακυρώνοντας τη στόχευση της διαφημιστικής καμπάνιας.

Από τις μαρτυρικές καταθέσεις και το αποδεικτικό υλικό προκύπτει επίσης ότι η Initiative Media ήταν από τις ελάχιστες εταιρίες του χώρου που μπορούσε να ανταπεξέλθει στους χρονικούς περιορισμούς και πιθανώς η μόνη που μπορούσε να προβεί άμεσα στις διαδικασίες αναδιοργάνωσης του τρόπου λειτουργίας της, εν μέσω πανδημίας και lock-down, για την άμεση και απρόσκοπτη ολοκλήρωση της καμπάνιας ενημέρωσης. Αυτό κυρίως, λόγω της υλικοτεχνικής υποδομής, της γνώσης και της εμπειρίας και του ανθρώπινου δυναμικού που διέθετε, με δεδομένο ότι επικοινωνιακή εκστρατεία τέτοιου μεγέθους δεν είχε υλοποιηθεί έως τότε στην Ελλάδα.

Για το θέμα αυτό ο κ. Γκάλγκος αναφέρει χαρακτηριστικά:

**ΜΙΧΑΗΛ ΓΚΑΛΓΚΟΣ (Μάρτυς):**

*... Ξαφνικά βάλουμε τον Έλληνα πολίτη μέσα στο σπίτι του λόγω της πανδημίας. Έπρεπε να το τηρήσει και ταυτόχρονα να εκπαιδευτεί για τη χρήση μάσκας, για όλα. Ήταν ένα πάρα πολύ δύσκολο έργο το να εκπαιδεύσεις, να πιάσεις αποτελεσματικά και να εκπαιδεύσεις. Και αυτός είναι ο λόγος βασικά που ειδικά στο δεύτερο μέρος της καμπάνιας χρησιμοποιήθηκαν πολλαπλά δημιουργικά υλικά. Για τη διαδικτυακή επικοινωνία χρησιμοποιήθηκαν εβδομήντα τέσσερα διαφορετικά είδη επικοινωνίας...*

*...Όλα αυτά έπρεπε να περαστούν σε ειδικές ομάδες πελατών, χωρισμένα target, αναλόγως με το affinity, τότε θα αλλάξει, διάφορα πράγματα τεχνικά...*

**4. ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΑΝΤΙΤΙΜΟ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ**

Για την άμεση και αποτελεσματική οργάνωση της επικοινωνιακής εκστρατείας και σε υλοποίηση της από **14-03-20** Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου εκδόθηκε:

**Η υπ' αριθμ. 227/2020 (ΦΕΚ Β' 948) κοινή Απόφαση του Υφυπουργού Οικονομικών και του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό «Καθορισμός διαδικασίας ανάθεσης υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών, καθώς και κάθε συναφούς υπηρεσίας που απαιτείται για την υλοποίηση της εκστρατείας στο πλαίσιο της προστασίας της δημόσιας υγείας και των μέτρων για την αποτροπή της διασποράς του κορωνοϊού COVID – 19», η οποία**

τροποποιήθηκε με την υπ' αριθμ. **337/2020 (ΦΕΚ Β' 1583)** κοινή **Απόφαση του Υφυπουργού Οικονομικών και του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό** «Τροποποίηση της υπ' αριθμ. 227/2020 (Β' 948) κοινής απόφασης του Υφυπουργού Οικονομικών και του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό «Καθορισμός διαδικασίας ανάθεσης υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών, καθώς και κάθε συναφούς υπηρεσίας που απαιτείται για την υλοποίηση της εκστρατείας στο πλαίσιο της προστασίας της δημόσιας υγείας και των μέτρων για την αποτροπή της διασποράς του κορωνοϊού COVID – 19», με την οποία τέθηκε το πλαίσιο ανάθεσης της εκστρατείας επικοινωνίας και σε εκτέλεση αυτής η υπ' αριθμ. **245/2020 (ΚΗΜΔΗΣ: 20AWRD006483108)**, **Απόφαση του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό** «Ανάθεση υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών και κάθε συναφούς υπηρεσίας που απαιτείται για την υλοποίηση της εκστρατείας στο πλαίσιο της προστασίας της δημόσιας υγείας και των μέτρων για την αποτροπή της διασποράς του κορωνοϊού COVID – 19», ως τροποποιήθηκε με την υπ' αριθμ. **348/2020 (ΚΗΜΔΗΣ: 20AWRD006643519)** Απόφαση του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό, «Τροποποίηση της υπ' αριθμ. 245/2020 (ΚΗΜΔΗΣ: 20AWRD006483108), Απόφασης του Υφυπουργού στον Πρωθυπουργό «Ανάθεση υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών και κάθε συναφούς υπηρεσίας που απαιτείται για την υλοποίηση της εκστρατείας στο πλαίσιο της προστασίας της δημόσιας υγείας και των μέτρων για την αποτροπή της διασποράς του κορωνοϊού COVID – 19»», με την οποία η Αναθέτουσα Αρχή ανέθεσε στην Ανάδοχο Εταιρεία με την επωνυμία «Initiative Media Διαφημιστική Ανώνυμη Εταιρεία», την παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης, επιλογή η οποία βασίστηκε στην εξειδικευμένη τεχνογνωσία της ανωτέρω εταιρείας στην παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης, καθώς και στην πολυετή πείρα και δράση αυτής στον χώρο της διαφήμισης στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας.

Ακολούθως, με τον ανωτέρω οικονομικό ανάδοχο του έργου συνήφθη η από **26-03-2020 Σύμβαση Παροχής Υπηρεσιών Επικοινωνίας και Ενημέρωσης**, όπως τροποποιήθηκε στις **30-04-2020**, με την οποία καθορίστηκαν οι ειδικότεροι όροι και προϋποθέσεις υλοποίησης της εκστρατείας, ήτοι αντικείμενο, υποχρεώσεις και λοιπά θέματα. Το συνολικό οικονομικό αντίτιμο των συμβάσεων ανήλθε στα είκοσι εκατομμύρια (20.000.000) ευρώ.

Σύμφωνα με τον κ. Γκάλγκο, αν επιλέγονταν η στρατηγική της μετάδοσης αποκλειστικά και μόνο δωρεάν μηνυμάτων, η εν λόγω διαφημιστική καμπάνια δεν θα μπορούσε να ολοκληρώσει την αποτελεσματικότητα της και να φτάσει στο 100% του ελληνικού πληθυσμού. Με δεδομένο ότι η διαφημιστική καμπάνια έπρεπε να καλύψει τον ελληνικό πληθυσμό στο 100%, το οικονομικό αντίτιμο των συμβάσεων δεν ήταν μεγάλο:

#### **ΜΙΧΑΗΛ ΓΚΑΛΓΚΟΣ (Μάρτυς):**

*...Δεν υπάρχουν καμπάνιες στον ιδιωτικό φορέα ακόμα και στις κρατικές καμπάνιες με αποτελεσματική κάλυψη και μιλώντας για αποτελεσματική κάλυψη σας μιλάω για συχνότητες 6%, 7%, 8% και πάνω, όχι για να μάθουν την καμπάνια. Ο στόχος της καμπάνιας ο βασικός ήταν η εκπαίδευση, ειδικά το δεύτερο σκέλος. Όταν μιλάμε για το «Μένουμε ασφαλείς», ο ελληνικός λαός, οι Έλληνες πολίτες έπρεπε να αλλάξουν συνήθειες, τρόπο, συνήθεια ζωής. Έπρεπε να κλειστούν, να μείνουν στο σπίτι, να δουλέψουν διαδικτυακά, έπρεπε να μάθουν να πλένουν τα χέρια τους, να φτιάχνουν τις μάσκες τους, να υπάρχει η εκπαίδευση των Ελλήνων πολιτών. Για να πιάσουμε το 100% της συγκεκριμένης καμπάνιας απαιτούνται χρήματα...*

...

*... μη σας πω ότι και τα λεφτά εκ του αποτελέσματος ήταν λίγα. Παράδειγμα στην Πορτογαλία ήταν 40 εκατομμύρια αξία χρόνος και 37 εκατομμύρια για το 2020-2021. Να μην μιλήσω για την Αυστρία που έχει*

*ξεπεράσει τα 100 εκατομμύρια. Και μιλάω για δύο χώρες πληθυσμιακά ίσες με τον ελληνικό λαό...*

Σύμφωνα επίσης με τον κ. Σκαναβή, τα χρήματα που δόθηκαν για τη συγκεκριμένη καμπάνια ήταν ελάχιστα, ενώ τα οφέλη που αποκομίσαμε από την καμπάνια ήταν πολλαπλάσια του κόστους της.

### **ΑΛΕΞΙΟΣ ΣΚΑΝΑΒΗΣ (Μάρτυς):**

*...Θεωρώ ότι αυτά τα χρήματα, εάν κάποιος αποφασίσει να κάνει μία πραγματικά σωστή ενημέρωση και επικοινωνία για αυτά τα θέματα, ήταν ελάχιστα, ναι...*

*...Δεν θεωρώ ότι ήταν κανένα φοβερό ποσό όλη αυτή η διαφημιστική καμπάνια, το ύψος της διαφημιστικής δαπάνης και σε σύγκριση κιόλας και με καμπάνιες οι οποίες γίνονται για καταναλωτικά προϊόντα, για άλλα πράγματα...*

## **5. ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΟΜΗΣ ΤΗΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΖΟΜΕΝΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ**

Σύμφωνα με την μαρτυρική κατάθεση του Προέδρου και Διευθύνοντα Συμβούλου της Initiative Media Μιχάλη Γκάλγκου, ο σχεδιασμός από την εταιρεία της επιλογής των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και η κατανομή της προϋπολογιζόμενης δαπάνης βασίστηκε τόσο σε ποσοτικά κριτήρια όσο ποιοτικά κριτήρια.

Στα ποσοτικά κριτήρια συγκαταλέγονται η τηλεθέαση, η ακροαματικότητα, η κυκλοφορία, ο infinitive index στα διάφορα target groups, η διαδραστικότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι διπλοκαλύψεις μεταξύ των διάφορων μέσων, η πιστότητα, η διάρκεια

παραμονής ακρόασης ραδιοφώνου, τηλεόρασης, σε συνδυασμό με τις εμπορικές πολιτικές των Μέσων.

Τα ποιοτικά κριτήρια με τη σειρά τους, αναφέρονται κυρίως στο λεγόμενο brand safety, την ασφάλεια της επωνυμίας, την ασφάλεια του μηνύματος, το περιβάλλον στο οποίο θα εκτεθεί το μήνυμα.

Κατά τον κ. Γκάλγκο, αν λαμβάνονταν υπόψη μόνο ποσοτικά κριτήρια, θα υπήρχε ζήτημα ως προς τη διεύθυνση της διαφημιστικής καμπάνιας:

**ΜΙΧΑΗΛ ΓΚΑΛΓΚΟΣ (Μάρτυς):**

*...Αν παίρναμε μόνο τις κυκλοφορίες το 90% του Τύπου έπρεπε να πάει στο Βήμα και στο Πρώτο Θέμα...*

Ως προς το μηνιακό περιβάλλον, ο κ. Γκάλγκος επισήμανε ότι είναι εξαιρετικά σημαντικό να μην αντίκειται στα κεντρικά μηνύματα τα οποία θέλει να περάσει η επικοινωνιακή καμπάνια. Στη βάση αυτής της κρίσιμης παραδοχής για την επιτυχία της μετάδοσης του διαφημιστικού μηνύματος υπήρξε μη επιλογή κάποιων ελάχιστων μέσων ενημέρωσης, για διαφορετικούς λόγους το καθένα. Στην περίπτωση αυτή εντάσσεται η μη επιλογή της εφημερίδας DOCUMENTO, ΜΑΚΕΛΕΙΟ, ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΩΡΑ, F&M VOICE:

**ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ (ΝΑΤΑΣΑ) ΓΚΑΡΑ:**

*...Αναφέρατε πριν ότι αποκλείστηκε η εφημερίδα DOCUMENTO λόγω περιεχομένου, κάτι που θεωρώ πάρα πολύ σοβαρό. Θα ήθελα να μάθω ποιος έκανε την εισήγηση αποκλεισμού λόγω περιεχομένου και θα ήθελα να μας αναφέρετε και ποιο ήταν αυτό το περιεχόμενο που οδήγησε σε αποκλεισμό.*

**ΜΙΧΑΗΛ ΓΚΑΛΓΚΟΣ (Μάρτυς):**

*Μάλιστα. Εκείνο που είπα στην αρχική μου τοποθέτηση για το συγκεκριμένο έντυπο είναι ότι θα μπορούσε, αν και έχει μεγάλες διπλοκαλύψεις, με τα ποσοτικά χαρακτηριστικά να συμπεριληφθεί στη συγκεκριμένη καμπάνια. Απλώς τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο υπήρχαν δημοσιεύματα. Το περιεχόμενο του συγκεκριμένου εντύπου ερχόταν σε πλήρη αντίθεση με το μήνυμα και το περιεχόμενο του μηνύματος και της καμπάνιας που υπήρχε.*

**ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ (ΝΑΤΑΣΑ) ΓΚΑΡΑ:**

*Δηλαδή;*

**ΜΙΧΑΗΛ ΓΚΑΛΓΚΟΣ (Μάρτυς):**

*Τι δηλαδή; Δεν τα ξέρετε; Θέλετε να σας τα υπενθυμίσω;*

**ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ (ΝΑΤΑΣΑ) ΓΚΑΡΑ:**

*Όχι, γιατί αυτό δεν είναι στη δική μας κρίση. Εσείς πρέπει να μας ενημερώσετε για τις συζητήσεις που έχετε κάνει και για τα κριτήρια τα οποία υπήρξαν.*

...

**ΜΙΧΑΗΛ ΓΚΑΛΓΚΟΣ (Μάρτυς):**

*«Από το “Μένουμε Σπίτι”, στο “Μένουμε Ταπί”» μέχρι το «Κορωνοϊός, κοροϊδοϊός» και άλλα δημοσιεύματα.*

....

**ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ (ΝΑΤΑΣΑ) ΓΚΑΡΑ:**

*Έχετε εντοπίσει άλλα μέσα που να έχουν αντίστοιχο περιεχόμενο που θα οδηγούσε στον αποκλεισμό τους; Φαντάζομαι ότι έχετε ελέγξει όλα τα μέσα.*

**ΜΙΧΑΗΛ ΓΚΑΛΓΚΟΣ (Μάρτυς):**

*Για διαφορετικούς λόγους αποκλείστηκαν και άλλα.*

**ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ (ΝΑΤΑΣΑ) ΓΚΑΡΑ:**

*Ποια μέσα ήταν αυτά;*

**ΜΙΧΑΗΛ ΓΚΑΛΓΚΟΣ (Μάρτυς):**

*Η «Ελεύθερη Ώρα» -δεν θυμάμαι τον τίτλο, πώς λέγεται;- αποκλείστηκε, «F&M Voice», «Μακελειό». Όλα αυτά δεν συμπεριλήφθηκαν.*

Σε άλλο σημείο της κατάθεσής του ο κ. Γκάλγκος αναφέρει:

**ΜΙΧΑΗΛ ΓΚΑΛΓΚΟΣ (Μάρτυς):**

*...για το brand safety αποδείχθηκαν πολλά μέσα. Δεν είμαι σε θέση να σας πω αυτή τη στιγμή αν είναι λόγω brand safety ή λόγω μη πιστότητας κοινού ή λόγω μεγάλων διπλοκαλύψεων με άλλα, όπως παραδείγματος χάρη στοιχηματικές εταιρείες...*

Ερωτώμενος για τον αποκλεισμό της εφημερίδας DOCUMENTO, ο κ. Σκαναβής επισήμανε μια άλλη διάσταση:

**ΑΛΕΞΙΟΣ ΣΚΑΝΑΒΗΣ (Μάρτυς):**

*...Όσον αφορά την εφημερίδα DOCUMENTO, εάν πληροί τα κριτήρια ή όχι, πάλι δεν μπορώ να σας απαντήσω. Το μόνο που μπορώ να σας απαντήσω είναι ότι η εφημερίδα DOCUMENTO δεν ανακοινώνει την κυκλοφορία της. Συνεπώς, ένα από τα κριτήρια δεν τα πληροί...*

Ο συνδυασμός ποσοτικών και ποιοτικών κριτηρίων εξηγεί κατά τον κ. Γκάλγκο την κατανομή της διαφημιστικής δαπάνης σε μέσα



ενημέρωσης για τα οποία έγινε ονομαστική αναφορά στην επιτροπή.  
Έτσι:

1. Η εφημερίδα «Φιλελεύθερος», ενοποιημένη με το «Liberal.gr» συνολικά 180.000 ΕΥΡΩ. Η διαδραστικότητα του Φιλελεύθερου με το Liberal, το μεγάλο ηλικιακό κοινό του, το οποίο έπρεπε στη συγκεκριμένη καμπάνια να υπερτονιστεί, σε συνδυασμό με την εμπορική του πολιτική και τη μεγάλη συνδρομητική του βάση οδήγησαν σε αυτό το ποσό.
2. Η «Εφημερίδα των Συντακτών» είχε πολύ μεγάλες διπλοκαλύψεις οι οποίες σε συνδυασμό και με νεανικό κοινό και μαζί με την εμπορική πολιτική έλαβε το ποσό των 40.000 ευρώ.
3. Αντίστοιχος συνδυασμός κριτηρίων προκρίθηκε και για τους ραδιοφωνικούς σταθμούς:

#### **ΙΩΑΝΝΗΣ ΡΑΓΚΟΥΣΗΣ:**

*...Πείτε μου σας παρακαλώ. Ο ραδιοφωνικός σταθμός Kiss FM έχουμε καταγράψει ότι βρισκόταν εκείνη την εποχή στην 15η θέση της ακροαματικότητας και ο Athens Dj βρισκόταν στην 3η θέση της ακροαματικότητας. Πώς είναι δυνατόν ο Kiss FM να πάρει 86 χιλιάδες ευρώ και ο Athens Dj να πάρει 49 χιλιάδες ευρώ;...*

#### **ΜΙΧΑΗΛ ΓΚΑΛΓΚΟΣ (Μάρτυς):**

*...Δεν παίρνουμε τη λίστα της ακροαματικότητας και παίρνουμε τους δέκα πρώτους. Υπάρχουν ραδιόφωνα στη ροκ μουσική, ραδιόφωνα στην έντεχνη ελληνική μουσική, ραδιόφωνα στην ποπ μουσική, ραδιόφωνα λαϊκά, ραδιόφωνα δημοτικά, ραδιόφωνα κρητικά, ραδιόφωνα αθλητικά, ραδιόφωνα ειδησεογραφικά. Όλα αυτά τα ραδιόφωνα γκρουπάρονται και αναλύονται μέσα στην υποκατηγορία του καθενός.*

*Άρα ο KISS, ειδικά άμα θέλετε την άποψη μου, θεωρείται ο «νούμερο 1» ραδιοφωνικός σταθμός στην ποπ μουσική διαχρονικά, ο «νούμερο 1» ραδιοφωνικός σταθμός. Και τονίζω τη λέξη «διαχρονικά», γιατί αυτό μας δείχνει την πιστότητά του.*

*Δεν αμφιβάλλω και για τον DEE JAY. Και ο DEE JAY του Ομίλου Φιλιππόπουλου πήρε, γιατί ο DEE JAY έχει διπλοκαλύψεις με τον ROCK FM με τον ΛΑΜΨΗ, που είναι όλοι μέσα στον όμιλο του κ. Φιλιππόπουλου....*

Αναφορικά με τη στάση που επέδειξε ο τηλεοπτικός σταθμός BERGINA TV στο ζήτημα του εμβολιασμού:

**ΙΩΑΝΝΗΣ ΡΑΓΚΟΥΣΗΣ:**

*...Κύριε μάρτυς, ήθελα να σας ρωτήσω τώρα στο πλαίσιο της ίδιας ενότητας, του brand safety που εσείς ορίστε προηγουμένως.*

*Το BERGINA TV, ένα κανάλι στο οποίο δημόσια έβγαιναν τότε και έλεγαν ότι ο Σόρος και ο Gates προσπαθούν να επιβάλλουν τον εμβολιασμό. Πώς εντάχθηκε σε αυτή την καμπάνια, με βάση το κριτήριο που εσείς θέσατε;*

**ΜΙΧΑΗΛ ΓΚΑΛΓΚΟΣ (Μάρτυς):**

*Τον μήνα Απρίλιο και Μάιο δεν υπήρχε θέμα εμβολιασμού. «Μένουμε Σπίτι», «Μένουμε Ασφαλείς». Ο εμβολιασμός ήταν στο δεύτερο στάδιο της καμπάνιας και δεν μπορούσαμε να ξέρουμε τη θέση του καναλιού. Αν μου λέγατε να σχεδιάσω την καμπάνια του εμβολιασμού, σαφώς και η πρότασή μας, με βάση το brand safety, θα ήταν να μην μπει στο BERGINA. Όμως στο κομμάτι «Μένουμε Σπίτι», «Μένουμε Ασφαλείς» δεν είχε τοποθετηθεί ως προς τον εμβολιασμό...*

Σύμφωνα με τον κ. Σκαναβή, το χρηματικό ποσό που δόθηκε στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης για τη διαφημιστική καμπάνια «Μένουμε Σπίτι – Μένουμε Ασφαλείς» δεν είναι χρηματοδότηση ή επιδότηση, αλλά διαφημιστική δαπάνη. Κατά τον μάρτυρα, παρασχέθηκαν κάποιες υπηρεσίες από όλα τα μέσα ενημέρωσης και τα μέσα πληρώθηκαν για αυτές τις συγκεκριμένες υπηρεσίες.

Επικαλούμενος την εμπειρία του ο μάρτυρας επισήμανε ότι, σε μια διαφημιστική καμπάνια, το ύψος της διαφημιστικής δαπάνης επηρεάζεται από μια σειρά παραγόντων, όπως είναι η τιμή της σελίδας που διαφέρει από εφημερίδα σε εφημερίδα, με αποτέλεσμα η διαφημιστική εταιρεία να καταβάλει υψηλότερο κονδύλι για να κάνει μια καταχώρηση στην εφημερίδα με την ακριβότερη τιμή ανά σελίδα.

Αντιστοίχως, ένα τηλεοπτικό κανάλι με υψηλή τηλεθέαση θα έχει υψηλότερη τιμή ανά διαφημιστικό μήνυμα από ένα κανάλι με χαμηλή τηλεθέαση. Κατά τον μάρτυρα, εάν ο διαφημιστής θέλει να έχει παρουσία και στα δύο κανάλια και μάλιστα τις συγκεκριμένες ώρες υψηλής θεαματικότητας, είναι αντιληπτό ότι στο ένα κανάλι θα πληρώσει παραπάνω χρήματα και στο άλλο κανάλι θα πληρώσει λιγότερα.

## **6. ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΡΙΝΗ ΚΑΙ ΟΡΙΣΤΙΚΗ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ ΤΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΗΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ**

Ο μάρτυρας **Ιορδάνης Γιαμουρίδης ήταν ο Πρόεδρος της Επιτροπής Παραλαβής του έργου** της επικοινωνιακής εκστρατείας από την ανάδοχο εταιρεία, ήτοι της Επιτροπής που συνέταξε το πρωτόκολλο προσωρινής και οριστικής παραλαβής, έπειτα από τη διενέργεια του σχετικού ελέγχου που απεδείκνυε ότι οι παρεχόμενες

υπηρεσίες και το παραδοτέο έργο ανταποκρίνεται στους όρους της Σύμβασης.

Σύμφωνα με τον μάρτυρα, έργο της επιτροπής ήταν η παραλαβή των υπηρεσιών της από 26 Μαρτίου σύμβασης. Η απόφαση συγκρότησης κοινοποιήθηκε στον ίδιο, ψηφιακά υπογεγραμμένη, στις 30 Απριλίου. Ο μάρτυρας επεσήμανε ότι, κατά το χρόνο ορισμού του ως Προέδρου της Επιτροπής Παραλαβής, η εκστρατεία επικοινωνίας ήταν ήδη σε εξέλιξη, από τον χρόνο υπογραφής της σύμβασης, με λήξη της διάρκειάς της, την 31η Μαΐου 2020. Η απόφαση ορισμού του επαναλήφθηκε στο ορθόν, γιατί είχε παρουσιαστεί πρόβλημα υγείας στον προηγούμενο πρόεδρο. Η ενημέρωση του μάρτυρα έγινε αποκλειστικά από τα «έχοντας υπόψη» της απόφασης συγκρότησης.

Κατά τον μάρτυρα, η επιτροπή παραλαβής είχε συγκεκριμένο έργο, βάσει των προβλεπόμενων στο συμβατικό κείμενο. Όπως ανέφερε, ενημερώθηκε άμεσα από το αρχείο που του επιδόθηκε, από το οποίο διαπίστωσε ότι η πρώην πρόεδρος είχε ήδη αποστείλει έγγραφο στις 22 Απριλίου, με το οποίο ζητούσε κάθε σχετική ενημέρωση που αφορά στο άρθρο 1, αντικείμενο της σύμβασης, για την μέχρι τότε υλοποίηση αυτής.

Από το αρχείο ο μάρτυρας διαπίστωσε ότι δεν είχε περιέλθει απάντηση της αναδόχου εταιρείας, οπότε απέστειλε άμεσα πρόσκληση στα υπόλοιπα μέλη, για την πρώτη συνεδρίαση της επιτροπής, όπου συμφωνήθηκε να αποσταλεί νέα υπενθύμιση προς την ανάδοχο εταιρεία για αποστολή στοιχείων. Η εταιρεία απέστειλε πληροφοριακό υλικό στις 22 Μαΐου, η οποία και ήταν η πρώτη ενημέρωση που είχε η επιτροπή από την ανάδοχο.

Η επικοινωνία με την ανάδοχο συνεχίστηκε και στις επόμενες συνεδριάσεις, καθόσον από τα στοιχεία που είχε στείλει, σύμφωνα με την επιτροπή παραλαβής, δεν ήταν δυνατή η εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων σε σχέση με το έργο.

Για το λόγο αυτό απεστάλησαν από την επιτροπή νέα αιτήματα στην εταιρεία, ζητώντας περαιτέρω ενημέρωση. Η εταιρεία ανταποκρίθηκε, στέλνοντας αρχεία σε ηλεκτρονική μορφή, τα οποία ωστόσο δεν ήταν σε θέση να αξιολογήσουν, αν ανταποκρίνονται επακριβώς στα παραδοτέα της σύμβασης, κυρίως ποσοτικά. Έτσι, με την λήξη της σύμβασης εστάλη έγγραφο στην εταιρεία, ενημερώνοντάς τους ότι έχει λήξει σύμβαση και ότι η επιτροπή περιμένει τα παραδοτέα. Η εταιρεία ανταποκρίθηκε, στέλνοντας στις 10 Ιουνίου νέα αρχεία σε ηλεκτρονική μορφή, μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, με την επιφύλαξη ότι αναμένει επιπλέον στοιχεία από την περιφέρεια, που θα πιστοποιούν τις πραγματοποιηθείσες εμφανίσεις.

Στις 3 Ιουλίου περιήλθε στο γραφείο 312 της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας και Ενημέρωσης, χαρτοκιβώτιο του οποίου η παραλαβή έγινε στη συνεδρίαση της 6ης Ιουλίου. Η επιτροπή έκρινε ότι χρειάζεται περισσότερο χρόνο, μελέτησε τα παραδοτέα και στη συνεδρίαση της 27ης Ιουλίου 2020 προχώρησε στην προσωρινή και οριστική παραλαβή του έργου.

Από τα πρακτικά της συνεδρίασης εκείνης προκύπτει ότι η επιτροπή αρχικά διαπίστωσε παρεκκλίσεις σε σχέση με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 1 υποστοιχείο Α3 της Σύμβασης. Συγκεκριμένα στην κατηγορία μέσο ψηφιακά, μέσα διαδίκτυο και στην κατηγορία μέσο-τηλεόραση δεν τηρήθηκε το ελάχιστο ποσοστό δαπάνης που προβλέπει η σύμβαση για τα τοπικά περιφερειακά μέσα ύψους τουλάχιστον 20%.

Εφαρμόζοντας το άρθρο 219 του ν.4412/2016 (πρακτικό με αριθμό 5) η Επιτροπή προέβη στην σύνταξη του με αριθμό 15/27-7-2020 πρωτοκόλλου προσωρινής και οριστικής παραλαβής στο οποίο καταγράφονται τα στοιχεία εκείνα για τα οποία προέβη στην οριστική παραλαβή των υπηρεσιών, καθώς και τα στοιχεία που διαπιστώθηκαν παρεκκλίσεις και για τα οποία προέβη στην προσωρινή παραλαβή των υπηρεσιών.

Το πρωτόκολλο οριστικής και προσωρινής παραλαβής, μαζί με τα πρακτικά διαβιβάστηκαν στον υφυπουργό στον πρωθυπουργό, ως αρμόδιο αποφαινόμενο όργανο για τις δικές του ενέργειες. Βάσει αυτού του πρωτοκόλλου, εκδόθηκε στη συνέχεια απόφαση του υφυπουργού στον πρωθυπουργό με την οποία εγκρίνει την οριστική παραλαβή των υπηρεσιών ειδικά για το στοιχείο Α3 του αντικειμένου της σύμβασης. Στη συνεδρίαση υπ' αριθμόν 6 η επιτροπή, έχοντας την έγκριση του υφυπουργού, προέβη στην οριστική παραλαβή του έργου.

Στην παρατήρηση της εισηγήτριας της Νέας Δημοκρατίας κ. Παπακώστα ότι, στο πίσω μέρος των πρακτικών, σημειώνεται ότι το ύψος του 20% τηρήθηκε και πολύ παραπάνω του συνόλου της προϋπολογιζόμενης δαπάνης για τα περιφερειακά μέσα και μάλιστα έφτασε και στο σημείο του 25%, οπότε και αυτός θα ήταν και ο λόγος παραλαβής του συγκεκριμένου έργου, ο κ. Γιαμουρίδης διευκρίνισε τα ακόλουθα:

**ΙΟΡΔΑΝΗΣ ΓΙΑΜΟΥΡΙΔΗΣ (Μάρτυς):**

*...όσον αφορά τα τοπικά και περιφερειακά μέσα το σύνολο της προϋπολογιζόμενης δαπάνης έφτασε το 26,44%. ...*

*...Στην σύμβαση προβλέπεται ότι: Ρητά συμφωνείται ότι η συμμετοχή στην κατανομή της συνολικής δαπάνης των τοπικών και περιφερειακών μέσων μαζικής ενημέρωσης για κάθε κατηγορία μέσων ενημέρωσης είναι τουλάχιστον 20%....*

*...*

*...στα ψηφιακά μέσα και στην περιφερειακή τηλεόραση, προβήκαμε στην διατύπωση των παρεκκλίσεων. Ωστόσο, ακριβώς όπως προβλέπεται και από τον νόμο, η Επιτροπή γνωμοδότησε σχετικά σε σχέση με τις παρεκκλίσεις και για ποιο λόγο ξεπεράστηκαν γιατί έμφαση δόθηκε στον σκοπό της σύμβασης, όπου ο σκοπός της*

σύμβασης ήταν η ενημέρωση του κοινού λαμβάνοντας υπόψη και τις πρωτόγνωρες συνθήκες της πανδημίας.

Και διατυπώσαμε ότι ακριβώς επειδή ο κύριος σκοπός της εκστρατείας είναι η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του ευρέως κοινού, επειδή όλα τα ψηφιακά μέσα απευθύνονται ούτως η άλλως στο σύνολο της επικράτειας και συνεπώς η κατηγοριοποίηση σε πανελλαδικά και τοπικά-περιφερειακά δεν επιφέρει διαφοροποίηση στη δυνατότητα στόχευσης προς το σύνολο του κοινού που απευθύνεται η εκστρατεία και επομένως τηρείται ο σκοπός της εκστρατείας ο οποίος είναι η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του ευρέως κοινού...

... Επειδή ο ίδιος σκοπός, επίσης, εκπληρώνεται από το γεγονός ότι οι πολίτες που αποτελούν το κοινό των τοπικών περιφερειακών καναλιών έχουν πρόσβαση και στα κανάλια εθνικής εμβέλειας και δεν περιορίζεται το δικαίωμά τους στην ενημέρωση και επειδή σε κάθε περίπτωση, όπως αναφέρατε, το ελάχιστο ποσοστό δαπάνης που προβλέπει η σύμβαση για τα τοπικά-περιφερειακά μέσα ύψους 20% τηρήθηκε για το σύνολο της προϋπολογιζόμενης δαπάνης και μάλιστα έτι περαιτέρω, όπως σας είπα, στο 26,44%, αν είναι σωστοί οι υπολογισμοί μου, δηλαδή, τιμή ακόμη μεγαλύτερη από το 20% που προβλέπει η σύμβαση ως ελάχιστο...

Στο ερώτημα του εισηγητή του ΣΥΡΙΖΑ κ. Ραγκούση για το αν η ανάδοχος εταιρεία ήταν, κατά την σύμβαση, αυτή που πρότεινε και η Προεδρία της Κυβέρνησης δια μέσου του αρμόδιου Υφυπουργού ήταν εκείνη η οποία ενέκρινε, ο μάρτυρας ανέφερε:

#### **ΙΩΑΝΝΗΣ ΡΑΓΚΟΥΣΗΣ:**

Με βάση αυτήν τη σύμβαση, ποιος είναι εκείνος ο οποίος πρότεινε τα συγκεκριμένα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης να συμμετέχουν

στην εκστρατεία κατά της πανδημίας του κορωνοϊού και ποιος είναι εκείνος ο οποίος ενέκρινε, έδωσε δηλαδή, αυτός που πήρε την απόφαση για το ποια θα είναι τελικά αυτά τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης; Συγκεκριμένα, ο ανάδοχος, η εταιρεία «INITIATIVE» ήταν αυτή που πρότεινε και η Προεδρία της Κυβέρνησης δια μέσου του αρμόδιου Υφυπουργού ήταν εκείνη η οποία ενέκρινε, δηλαδή αποφάσιζε ποια θα είναι τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, ή αντίστροφα; Με βάση τη σύμβαση πάντα.

**ΙΟΡΔΑΝΗΣ ΓΙΑΜΟΥΡΙΔΗΣ (Μάρτυς):**

Με βάση τη σύμβαση αναφέρεται ότι η πρόταση θα έπρεπε να εκπονηθεί από την ανάδοχο προς τον σκοπό της τελικής επιλογής των Μέσων. Δεν προβλέπεται στη συγκεκριμένη περίπτωση αρμοδιότητα στην Επιτροπή να αναζητήσει ποιος είναι αυτός τελικά ο οποίος προβαίνει στην τελική επιλογή των Μέσων, γιατί δεν το ορίζει η σύμβαση.

**ΙΩΑΝΝΗΣ ΡΑΓΚΟΥΣΗΣ:**

Συγγνώμη. Όταν, όμως, ο ανάδοχος απλώς, σύμφωνα με τη σύμβαση, κάνει την πρόταση δεν παίρνει την απόφαση. Έτσι δεν είναι;

**ΙΟΡΔΑΝΗΣ ΓΙΑΜΟΥΡΙΔΗΣ (Μάρτυς):**

Πάλι θα σας απαντήσω ως μέλος της Επιτροπής ότι εκείνη τη στιγμή όπου σε εμάς ήρθε η σύμβαση και τα παραδοτέα δεν ήμασταν σε θέση, δεν είχαμε αρμοδιότητα να ελέγξουμε ποιος είναι αυτός που κάνει την τελική επιλογή. Θα δείτε ότι στα Πρακτικά αναφέρω ότι η ανάδοχος προτείνει και αξιοποιεί τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Δηλαδή, οι λίστες οι οποίες περιλαμβάνονται μέσα στα παραδοτέα, που είναι ταυτόχρονα και πρόταση και παρακολούθηση, παραπέμπουμε στα Πρακτικά αναφέροντας ότι η ανάδοχος προτείνει και αξιοποιεί...



Συμπερασματικά, από την κατάθεση του κ. Γιαμουρίδη προκύπτουν τα ακόλουθα:

1. Η Επιτροπή είναι εκείνη που παρέλαβε το έργο της σύμβασης από την ανάδοχο εταιρεία.

2. Η Επιτροπή όταν έκρινε ότι χρειάζεται περισσότερο χρόνο, μελέτησε τα παραδοτέα και στη συνεδρίαση της 27ης Ιουλίου 2020 προχώρησε στην προσωρινή, ως προς το ένα μέρος, και οριστική παραλαβή, ως προς το υπόλοιπο, του έργου. Από τα πρακτικά φαίνεται ότι η Επιτροπή αρχικά διαπίστωσε παρεκκλίσεις σε σχέση με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 1 υποστοιχείο Α3 της Σύμβασης.

Συγκεκριμένα, στην κατηγορία μέσο - ψηφιακά, μέσο - διαδίκτυο και στην κατηγορία μέσο-τηλεόραση δεν τηρήθηκε το ελάχιστο ποσοστό δαπάνης που προβλέπει η σύμβαση για τα τοπικά περιφερειακά μέσα ύψους τουλάχιστον 20%. Ως εκ τούτου, εφάρμοσαν το άρθρο 219 του ν.4412/2016 και στο πρακτικό με αριθμό 5 η Επιτροπή προέβη στην σύνταξη του με **αριθμό 15/27-7-2020 πρωτοκόλλου προσωρινής και οριστικής παραλαβής** στο οποίο καταγράφονται τα στοιχεία εκείνα για τα οποία προέβη στην οριστική παραλαβή των υπηρεσιών, καθώς και τα στοιχεία που διαπιστώθηκαν παρεκκλίσεις και για τα οποία προέβη στην προσωρινή παραλαβή των υπηρεσιών.

Το πρωτόκολλο οριστικής και προσωρινής παραλαβής, μαζί με τα πρακτικά διαβιβάστηκαν στον υφυπουργό στον πρωθυπουργό, ως αρμόδιο αποφαινόμενο όργανο για τις δικές του ενέργειες. Στη συνέχεια εκδόθηκε απόφαση του υφυπουργού στον πρωθυπουργό με την οποία εγκρίνει την οριστική παραλαβή των υπηρεσιών ειδικά για το στοιχείο Α3 του αντικειμένου της σύμβασης. Στη συνεδρίαση υπ' αριθμόν 6 η επιτροπή έχοντας αφενός την έγκριση του υφυπουργού προέβη στην οριστική παραλαβή του έργου.

3. Στα παραδοτέα συμπεριλαμβάνονταν οι υπεύθυνες δηλώσεις, συμπεριλαμβάνονταν οι ροές, screenshots από τα sites, αποκόμματα από τις εφημερίδες, άρα υπήρχε η απόδειξη ότι όντως εκτελέστηκε το έργο και πραγματοποιήθηκε και ο απαιτούμενος δειγματοληπτικός έλεγχος σε όλα τα Μέσα.

4. Όσον αφορά τα τοπικά και περιφερειακά μέσα το σύνολο της προυπολογιζόμενης δαπάνης έφτασε το 26,44%. Στην σύμβαση προβλέπεται ότι «Ρητά συμφωνείται ότι η συμμετοχή στην κατανομή της συνολικής δαπάνης των τοπικών και περιφερειακών μέσων μαζικής ενημέρωσης για κάθε κατηγορία μέσων ενημέρωσης είναι τουλάχιστον 20%. Στα ψηφιακά μέσα προέβησαν στη διατύπωση των παρεκκλίσεων.

5. Κατά τον μάρτυρα, η νομική βάση της σύμβασης είναι στέρεα, γιατί στα «έχοντας υπόψη» αναφέρεται η πράξη νομοθετικού περιεχομένου, η διαδικασία απευθείας ανάθεσης και η υπογραφή της σύμβασης

6. Τέλος, η ρήτρα εμπιστευτικότητας που υπέγραψαν τα αντισυμβαλλόμενα μέλη είναι συνήθης πρακτική στις δημόσιες συμβάσεις.

## **7. ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΕΝΔΕΧΟΜΕΝΟ ΥΠΑΡΞΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ**

Σύμφωνα με την πρόταση του ΣΥΡΙΖΑ για τη σύσταση εξεταστικής επιτροπής, η επιλογή των Μέσων Ενημέρωσης και η κατανομή της διαφημιστικής δαπάνης έγινε με μη αντικειμενικά κριτήρια, ήτοι πολιτικά, γεγονός που είχε ως αποτέλεσμα:

*...η κριτική των κυρίαρχων ΜΜΕ της χώρας απέναντι στην κυβέρνηση να συσχετίζεται ευθέως με την οικονομική τους στήριξη, εν μέσω πανδημίας και συρρίκνωσης των διαφημιστικών τους εσόδων, οδηγώντας στην εμφάνιση φαινομένων ανάλωσής τους στη φιλοτέχνηση θετικής εικόνας για τον πρωθυπουργό προσωπικά και για την κυβέρνησή του συνολικά.*

Ωστόσο, με βάση το αντικείμενο της Σύμβασης, η Αναθέτουσα Αρχή ζήτησε από την Ανάδοχο Εταιρεία:

- εκπόνηση σχεδίου για κάθε είδους εκστρατεία επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών με βάση τις εκάστοτε ομάδες και κατηγορίες κοινού στις οποίες απευθύνονται τα επιμέρους μηνύματα (γενική κοινή γνώμη, ευπαθείς και ευάλωτες ομάδες, εργαζόμενοι, επιχειρηματίες, ελεύθεροι επαγγελματίες, άτομα με αναπηρία, αλλοδαποί πολίτες κ.λ.π.),
- σχεδιασμό, δημιουργία και παραγωγή κατά περίπτωση οπτικοακουστικού, λεκτικού, με απεικόνιση ή μη, επικοινωνιακού υλικού για τη μετάδοση ή καταχώριση σε Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και ειδικότερα: τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών ενημερωτικών μηνυμάτων διάρκειας άνω του ενός (1) λεπτού, μακέτας για εφημερίδες/περιοδικά, μακέτας για αφίσσα, μηνυμάτων για το διαδίκτυο (συμπεριλαμβανομένων μέσων κοινωνικής δικτύωσης),
- σύνταξη και υποβολή πρόταση που θα περιλαμβάνει τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, ανά κατηγορία, τον τρόπο και τη συχνότητα μετάδοσης ή καταχώρησης σε αυτά, προς τον σκοπό της επιλογής των κατάλληλων μέσων ανακοίνωσης και προβολής του ενημερωτικού υλικού, με την υποχρέωση αυτή να αφορά τόσο την εκπόνηση και παροχή στρατηγικού σχεδιασμού μέσων αναφορικά με τον χρόνο, την έκταση και τα Μέσα Ενημέρωσης, όσο και τη διενέργεια τακτικών σχεδιασμών και έκτακτων αναθεωρήσεων χρήσης μέσων,

- σύνταξη και υποβολή πρότασης κατανομής της προϋπολογιζόμενης δαπάνης του επικοινωνιακού προγράμματος στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, που αφορά κατά περίπτωση αγορά χώρου ή χρόνου, η οποία υποχρέωση περιλαμβάνει την κατάρτιση σχετικού προϋπολογισμού χρήσης μέσων,
- υπηρεσία παρακολούθησης της ομαλής υλοποίησης του εγκεκριμένου προγράμματος με την προσκόμιση στοιχείων, μετρήσεων και αναφορών απόδοσης, καθώς και βεβαιώσεων καλής εκτέλεσης, με βάση τις οποίες γίνεται η αποπληρωμή των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης που φιλοξενούν τα σχετικά μηνύματα, όπου, στο πλαίσιο της εν λόγω υπηρεσίας, στην οποία η ανάδοχος θα διενεργεί:  
(α) έλεγχο της εμφάνισης, παρουσίασης ή προβολής/μετάδοσης του ενημερωτικού υλικού από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, (β) ποιοτικό και ποσοτικό έλεγχο – αξιολόγηση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, (γ) έλεγχο των προσκομισθέντων παραστατικών από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και παρέχει αναλυτική πληροφόρηση, αναφορικά με τις πραγματοποιηθείσες συνολικές δαπάνες, τους προϋπολογισμούς δαπανών και τα προγράμματα κρατήσεων και
- κάθε άλλη τυχόν αναγκαία υπηρεσία για την υλοποίηση της εκστρατείας.

Σύμφωνα με την μαρτυρία του κ. Γκάλγκου, η επιλογή των κριτηρίων για το ποια μέσα γενικότερα και συγκεκριμένα έλαβαν μέρος στη συγκεκριμένη καμπάνια έγινε αποκλειστικά από την Initiative media. Επίσης από την Initiative media έγινε η διαπραγμάτευση επί των οικονομικών όρων και προϋποθέσεων ανακοίνωσης και καταχώρησης, οι απαραίτητες παραγγελίες, κρατήσεις αγορών, χώρου, η παρακολούθηση της εκτέλεσης του έργου και ο απολογισμός, ενώ η πληρωμή των μέσων έγινε από το Υπουργείο Οικονομικών, αφού πέρασαν τα τιμολόγια των μέσων και ελέγχθηκαν εάν είναι σωστά ως προς την εντολή διαφήμισης που είχαν πάρει μαζί και με τα αποδεικτικά υλικά. Τα proofs, δηλαδή οι ροές, οι φωτοτυπίες, οι

φωτογραφίες, οι αποτελεσματικότητες των καμπανιών, ελέγχθηκαν από την Initiative media. Ελέγχθηκε το κάθε τιμολόγιο αν συνάδει με την εντολή και μεταβιβάστηκε στο Υπουργείο Οικονομικών προς πληρωμή. Επίσης από την Initiative media προτάθηκε η στρατηγική και τα μέσα και εγκρίθηκαν από την αναθέτουσα αρχή.

Από την αρχή της διαδικασίας μέχρι και το τέλος της δεν υπήρξε από την αναθέτουσα αρχή η παραμικρή παρέμβαση. Συγκεκριμένα ως προς την επιλογή συγκεκριμένων μέσων δεν έγινε η οποιαδήποτε υπόδειξη στην Initiative media για το αν πρέπει να κοπεί ή αν θα πρέπει να επιλεγεί ένα συγκεκριμένο μέσο ή για το ύψος τυχόν της χρηματοδότησης του χρόνου που θα έπρεπε να αγοράσει.

Σύμφωνα με τον κ. Γκάλγκο η αναθέτουσα αρχή δεν είχε την τεχνογνωσία και ακολούθησε τις προτάσεις της Initiative media, δεν ήταν δηλαδή σε θέση να κρίνει και να αξιολογήσει τον τρόπο με τον οποίον η Initiative media έκανε την κατανομή της καμπάνιας:

#### **ΜΙΧΑΛΗΣ ΓΚΑΛΓΚΟΣ: (Μάρτυς)**

*...Στη διάρκεια της παρασκευής της πρότασης ασχολήθηκε η «INITIATIVE» 100%. Παρασκεύασε την πρόταση, τεκμηρίωσε την πρόταση, την παρουσίασε διαδικτυακά, εγκρίθηκε και προχώρησε. Είπα στον λόγο μου προηγουμένως ότι καθ' όλη τη διάρκεια υπήρχαν μέσα, τα οποία έρχονταν σε εμάς, έρχονταν στην αναθέτουσα αρχή. Ο τελικός φορέας ήμασταν εμείς για την αξιολόγηση....*

Ως προς την επικοινωνία με την Αναθέτουσα Αρχή αυτή γινόταν κυρίως:

#### **ΜΙΧΑΛΗΣ ΓΚΑΛΓΚΟΣ: (Μάρτυς)**

*...διαδικτυακά, μέσω teams, διαδικτυακές πλατφόρμες, ήτοι η επικοινωνία ήταν δυναμική. Συζητούμε, τεκμηριώνουμε, απαντούμε τις απορίες τις Αναθέτουσας Αρχής, εγκρίθηκαν και συνεχίζουμε. Πως πήγαινε η πορεία τις καμπάνιας, τι είχαμε να κάνουμε την κάθε επόμενη εβδομάδα, πως διαμορφώνονταν το κόστος, τις είχαμε απορροφήσει μέχρι στιγμής, ποιο μέσο απορροφά και ποιο όχι, ήτοι πλήρεις αναλύσεις...*

Η επικοινωνία αυτή απαντούσε σε διάφορες διευκρινήσεις, τις οποίες ζητούσε η αναθέτουσα αρχή και απευθύνονταν κυρίως στην κ. Γκόγκου, η οποία ήταν διευθύντρια του Γραφείου του κ. Πέτσα, και δευτερευόντως, αν ήταν θέμα μιντιακό, σε ανθρώπους της Επιτροπής, όχι πάντως στον κ. Πέτσα. Σύμφωνα με τον κ. Γκάλγκο, αυτός τον συνάντησε μόνο μία φορά, στην επέκταση της σύμβασης.

Ερωτώμενος για το αν υπήρξαν μέσα ενημέρωσης που αυτοπροτάθηκαν προς χρηματοδότησης ή υποδείχθηκε η χρηματοδότησή τους ο κ. Γκάλγκος διευκρίνισε πως υπήρξαν μέσα της επαρχίας που επικοινωνήσαν τόσο με την Initiative media όσο και με την αναθέτουσα αρχή, καταθέτοντας προτάσεις για να συμπεριληφθούν στα μέσα που θα συμμετείχαν στην καμπάνια. Η αναθέτουσα αρχή διαβίβαζε αμελλητί τις προτάσεις των μέσων που επικοινωνήσαν μαζί της στην Initiative media, χωρίς την παραμικρή υπόδειξη για αποδοχή ή απόρριψη των μέσων αυτών. Στην συνέχεια η Initiative media αξιολογούσε τις προτάσεις των μέσων αυτών που είτε επικοινωνήσαν μαζί της, είτε με την αναθέτουσα αρχή και δέχτηκε κάποια, ενώ απέρριψε κάποια άλλα.

Σύμφωνα με τον κ. Γκάλγκο:

**ΜΙΧΑΛΗΣ ΓΚΑΛΓΚΟΣ: (Μάρτυς)**

*...η Initiative Media δεν δέχτηκε καμία πίεση από κανένα πολιτικό πρόσωπο για το ποιο μέσο πρέπει να συμμετέχει στην διαφημιστική καμπάνια και ποιο όχι, ούτε και από το Μέγαρο Μαξίμου, άλλωστε και μέσα που παραδοσιακά στηρίζουν την Αξιωματική αντιπολίτευση, όπως «Η ΑΥΓΗ», η οποία είχε πωλήσεις 726 φύλλα και ο «ΡΙΖΟΣΠΑΣΤΗΣ», συμμετείχαν στην καμπάνια βάσει των αξιολογήσεων της Initiative media. Άλλωστε αν είχαμε ως εταιρεία και το παραμικρό δείγμα πολιτικοποίησης δεν θα βρισκόμουν στη θέση που είμαι επί δέκα χρόνια...*

...

*...Ο πολιτικός αντίκτυπος του Μέσου δεν μετράται στην εξίσωση του αλγορίθμου για τη συμμετοχή ή μη του εκάστου Μέσου...*

...

*...Δεν υπήρξε καμία υπόδειξη να υπάρξει δαπάνη προς κάποιο συγκεκριμένο Μέσο, ούτε και να προστεθεί κάποιο Μέσο...*

Τη μη ύπαρξη πολιτικών κριτηρίων επισήμαναν και άλλοι μάρτυρες:

**ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ (ΚΑΤΕΡΙΝΑ) ΠΑΠΑΚΩΣΤΑ-ΠΑΛΙΟΥΡΑ:**

*Θα ήθελα, κύριε Σκαναβή, να σας ρωτήσω το εξής: Αν έγινε κάποια καταγγελία για την καμπάνια «Μένουμε ασφαλείς-Μένουμε σπίτι» μέχρι και σήμερα από κάποιο μέλος του φορέα σας, σχετικά με την ορθή ή μη, ενδεχομένως παράτυπη, παράνομη διαδικασία του διαφημιστικού κονδυλίου, επίσημα αν έγινε....*

**ΑΛΕΞΙΟΣ ΣΚΑΝΑΒΗΣ (Μάρτυς):**

*...Όχι, δεν υπήρξε καταγγελία και πώς να υπάρξει καταγγελία; Εδώ πέρα έχουμε μία ιδιωτική εταιρεία διαφημιστική, η οποία έχει, βεβαίως, πάρα πολύ μεγάλους λογαριασμούς, όπως ξέρετε...*

...

**ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ (ΜΠΑΜΠΗΣ) ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ:**

*Έχετε υπόψη σας, κύριε Πρόεδρε, αν έχει αλλάξει η στάση -γιατί κάθε έντυπο μέσο έχει μια γραμμή, έχει απόψεις και γι' αυτό εκδίδεται άλλωστε- κάποιων εκ των μελών σας σε ό,τι αφορά τις πολιτικές πεποιθήσεις ή τη στάση έναντι της Κυβέρνησης μετά τις καμπάνιες, είτε μετά την πρώτη για το «Μένουμε Σπίτι» ή αργότερα μετά την καμπάνια του Υπουργείου Υγείας; Έχετε εσείς μία τέτοια αντίληψη από τότε που γίνατε Πρόεδρος;*

**ΑΛΕΞΙΟΣ ΣΚΑΝΑΒΗΣ (Μάρτυς):**

*Όχι, δεν έχω τέτοια αντίληψη και δεν νομίζω ότι εξ αφορμής μιας τόσο μικρής από άποψη κονδυλίου, για τον καθένα βέβαια, θα μπορούσαν να δημιουργηθούν τέτοια θέματα που λέτε. Είναι πολύ μικρά, δηλαδή, τα κονδύλια για το κάθε μέσο χωριστά, για να υπάρξουν τέτοιου είδους θέματα.*

...

**ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ (ΜΠΑΜΠΗΣ) ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ:**

*Παρά ταύτα, αν έρθω και με αυτό το ποσό, έχετε υπ' όψιν σας, ή κάποιο από τα μέλη σας έχει καταγγείλει ότι ακολούθησε μετά κάποια παρέμβαση Υπουργών ή πολιτικών στελεχών με τη μορφή, για παράδειγμα, τηλεφωνημάτων προς εσάς ή κάποιον άλλον ιδιοκτήτη ή εκδότη ή διευθυντή εφημερίδας προκειμένου να του ζητήσουν πολιτικές εξυπηρετήσεις, ή εν πάση περιπτώσει μία προβολή του κυβερνητικού έργου ή του δικού τους έργου ως Υπουργών, ή προστασία του Πρωθυπουργού ειδικότερα, όπως ακούσαμε ότι αυτός ήταν ο σκοπός; Έγιναν τέτοια; Σας έχει έρθει εσάς κάτι υπ' όψιν σας;*



**ΑΛΕΞΙΟΣ ΣΚΑΝΑΒΗΣ (Μάρτυς):**

*...Όχι, εμένα προσωπικά δεν μου έχει έρθει τίποτα τέτοιο και ούτε έχω ακούσει να έχουν γίνει αυτά τα πράγματα...*

...

**ΧΡΙΣΤΟΦΟΡΟΣ-ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΜΠΟΥΤΣΙΚΑΚΗΣ:**

*Να κάνω μια άλλη ερώτηση. Στα χρήματα αυτά τα οποία πήρε η δική σας εφημερίδα και γενικά, τα μέλη της Ένωσής σας υπήρχε κάποιο υπονοούμενο από κάποιον φορέα και τους ζητήθηκε ή σας ζητήθηκε να πάρετε κάποια συγκεκριμένη θέση σχετικά με την πανδημία;*

**ΑΛΕΞΙΟΣ ΣΚΑΝΑΒΗΣ (Μάρτυς):**

*Όχι, δεν γίνονταν αυτά...*

**ΧΡΙΣΤΟΦΟΡΟΣ-ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΜΠΟΥΤΣΙΚΑΚΗΣ:**

*Άρα, τα χρήματα αυτά πήγαιναν μόνο στις καταχωρίσεις, σωστά;*

**ΑΛΕΞΙΟΣ ΣΚΑΝΑΒΗΣ (Μάρτυς):**

*Ο καθένας έπαιρνε τη δική του θέση ελεύθερα.*

**ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ-ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΥΨΗΛΑΝΤΗΣ:**

*... Υπήρξε, κύριε μάρτυς, με τα δεδομένα τα οποία εσείς γνωρίζετε και τα γεγονότα, στη συγκεκριμένη περίπτωση μια επιχείρηση πολιτικής χειραγώγησης της κοινής γνώμης, ένας ευτελισμός των θεσμών και μια κατασπατάληση του δημοσίου χρήματος;*

**ΑΛΕΞΙΟΣ ΣΚΑΝΑΒΗΣ (Μάρτυς):**

*Η απάντησή μου είναι κατηγορηματικά όχι.*

Με την ιδιότητα του ιδιοκτήτη της εφημερίδας «Ελεύθερος Τύπος» που συμμετείχε στην ανωτέρω καμπάνια, ο κ. Σκαναβής ανέφερε ότι συνεννοήθηκε με την διαφημιστική εταιρεία που είχε αναλάβει την καμπάνια κι όχι την Αναθέτουσα Αρχή. Τέλος, κατέθεσε στη διαφημιστική εταιρεία τη βεβαίωση εκτέλεσης έργου, που στη συγκεκριμένη περίπτωση ήταν η καταχώριση που είχε γίνει στην εφημερίδα. Από τα γεγονότα που κατέθεσε ο μάρτυρας διεπιστώθη με σαφήνεια ότι για την πραγματοποίηση της διαφημιστικής καμπάνιας «Μένουμε Σπίτι – Μένουμε Ασφαλείς» ακολουθήθηκε η συνήθης διαδικασία:

**ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ (ΜΠΑΜΠΗΣ) ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ:**

*Είπατε ότι κάθε μέσο έχει έναν τιμοκατάλογο καταχωρήσεων - εν προκειμένω είναι και υποχρεωμένο να το έχει, έτσι γνωρίζω και εγώ- και βεβαίως, είπατε επίσης ότι μία διαφημιστική καμπάνια γίνεται και με σκοπό μια εξοικονόμηση χρημάτων, άρα, μπορεί από τον κατάλογο αυτό να υπάρχει κάτι λιγότερο το οποίο τελικώς πληρώθηκε.*

*Αναφέρατε, όμως και με μια αναζήτηση, καθώς περνούσε ο χρόνος στο ίντερνετ ή στα social media -που τόσο αγαπούν οι συνάδελφοι- βρήκα ότι ο κ. Κρέτσος, όταν ήταν "δεξί χέρι" του τέως υπουργού κ. Παππά ή ασκούσε κυβερνητικές αρμοδιότητες, είπε ότι για τη Συμφωνία των Πρεσπών ζητήθηκε από τις εφημερίδες ποιο είναι το τιμολόγιο που θα έδιναν για να δημοσιευθεί η Συμφωνία και να τη μάθουν όλοι και ανταποκρίθηκαν και με βάση αυτό έγιναν και οι σχετικές καταχωρήσεις και πληρώθηκαν. Η «Αυγή» πήρε 10.500, ο*

«Ριζοσπάστης» 10.500 και η «Καθημερινή» πήρε 19.000. Άρα, έγινε μία τιμολόγηση με βάση το τι ζητήθηκε.

Όσον αφορά στην περίπτωση της καμπάνιας «Μένουμε Σπίτι», θυμίζω σε όλες και όλες, γιατί τείνουμε να το ξεχνάμε με όσα μας συμβαίνουν, ότι έγινε στην αρχή. Έγινε Μάρτιο και εκτελέστηκε τους αμέσως επόμενους μήνες. Στην περίπτωση αυτή, η τιμολόγηση των υπηρεσιών έγινε με βάση το πώς η «Initiative» αποφάσισε ότι πρέπει να κατανείμει τη δαπάνη. Είχατε τη δυνατότητα να προβάλλετε αντιρρήσεις σε αυτό;

**ΑΛΕΞΙΟΣ ΣΚΑΝΑΒΗΣ (Μάρτυς):**

Όχι, βέβαια. Δεν υπήρχε θέμα δυνατότητας. Νομίζω, δεν θυμάμαι και καλά, ότι εξασκήθηκαν και πιέσεις στο να έχουμε καλύτερη τιμή, εν πάση περιπτώσει. Πάντα, δηλαδή, οι διαφημιστικές εταιρείες προσπαθούν όχι μόνο για το δημόσιο, αλλά για όλους τους πελάτες τους να επιτυγχάνουν μεγαλύτερες τιμές. Μάλιστα, εδώ δεν υπήρχε κίβλας θέμα επιστροφών, γιατί ήταν όλα πληρωμένα από το Υπουργείο, ενώ ήταν καθορισμένη και η αμοιβή της διαφημιστικής εταιρείας απ' ό,τι θυμάμαι γι' αυτήν την ενέργεια. Οπότε, η διαφημιστική εταιρεία είναι εύλογο πλέον να ζητάει όσο το δυνατόν χαμηλότερη τιμή για να μπορεί να έχει και όσο το δυνατόν περισσότερες καταχωρήσεις, μηνύματα και spot κ.λπ.

**ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ (ΜΠΑΜΠΗΣ) ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ:**

Τα μέλη σας και η Ένωσή σας ζητούν ως προαπαιτούμενο για να «τρέξει» μία καμπάνια που αφορά ένα δημόσιο θέμα, όπως είναι βεβαίως η δημόσια υγεία, να δημοσιοποιείται η λίστα τού τι θα πάρουν οι άλλοι και γενικώς πώς θα κατανεμηθεί το ποσό το οποίο αποφασίζεται; Γιατί κάνουμε τέτοια και για τα ΕΣΠΑ, κάνουμε κατά καιρούς και καμπάνιες για θέματα δημόσιας υγείας. Εσείς βάζετε ως προϋπόθεση ότι πρέπει προηγουμένως να έχει δώσει το Υπουργείο το

*πώς θα καταναίμει αυτό το ποσό, ώστε να κρίνετε αν αυτή η κατανομή είναι σωστή;*

**ΑΛΕΞΙΟΣ ΣΚΑΝΑΒΗΣ (Μάρτυς):**

*Όχι, δεν υπάρχει τέτοιο θέμα, δεν υπάρχουν τέτοιες προϋποθέσεις. Αλίμονο! Δεν μπορούν να γίνουν αυτά τα πράγματα.*

...

**ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΚΟΚΚΑΛΗΣ:**

*Συνεννοηθήκατε με την αναθέτουσα αρχή ή με την ανάδοχο εταιρεία;*

**ΑΛΕΞΙΟΣ ΣΚΑΝΑΒΗΣ (Μάρτυς):**

*Σας είπα και το ξαναλέω ότι συνεννοηθήκαμε με τη διαφημιστική εταιρεία.*

**ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΚΟΚΚΑΛΗΣ:** *Σας ζητήθηκαν έγγραφα, όπως αριθμός εργαζομένων;*

**ΑΛΕΞΙΟΣ ΣΚΑΝΑΒΗΣ (Μάρτυς):**

*Για την παροχή υπηρεσίας, για τη διαφημιστική καμπάνια δεν είναι απαιτητό, δεν μου ζητήθηκαν και δεν έχουν κανέναν λόγο να μου ζητήσουν τον αριθμό των εργαζομένων μου.*

Σε αντίστοιχες διαπιστώσεις προέβη και ο Πρόεδρος της Πανελληνίας Ένωσης Ιδιοκτητών Επαρχικού Τύπου κ. Αντώνιο Μουντάκης:

**ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΜΟΥΝΤΑΚΗΣ (Μάρτυς):**

*...Ο περιφερειακός τύπος έχει μία επιρροή, σε εισαγωγικά, έχει ένα κύρος εδώ και πολλά χρόνια, άρα επηρεάζει και πολύ κόσμο στην περιφέρεια», συνεχίζοντας σε άλλο σημείο: «Νομίζω ήταν*

επιβεβλημένο να συμπεριληφθεί όλος ο περιφερειακός τύπος, καθώς υπάρχει αρκετός κόσμος στην περιφέρεια που διαβάζει μόνο εφημερίδες ακόμα, έστω κι αν ακούγεται λίγο εκτός εποχής αυτό. Και φυσικά εμείς έχουμε εφημερίδες σε όλους του νομούς τη χώρας. Τα μέλη μας είναι μέχρι το τελευταίο νησί. Οπότε νομίζω πως ήταν επιβεβλημένη και χρήσιμη η καμπάνια για να καλυφθεί όσο γίνεται περισσότερο γεωγραφικά και να σταλεί το μήνυμα για το « Μένουμε Σπίτι», όπως και για το εμβόλιο τώρα τελευταία...

Κατά τον μάρτυρα:

**ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΜΟΥΝΤΑΚΗΣ (Μάρτυς):**

...Νομίζω ότι ήταν πολύ δύσκολο να κάνει οποιοδήποτε άλλος αυτή τη δουλειά, εκτός από μία διαφημιστική εταιρεία που έχει την εμπειρία», η οποία διαφημιστική εταιρεία πραγματοποίησε συμφωνία με τον κάθε εκδότη (ανάλογα με τον κόστος καταχώρησης) λόγω του ότι για τον περιφερειακό τύπο δεν υφίστανται νόμιμες και ασφαλείς μετρήσεις για τις ακριβείς πωλήσεις των φύλλων, ούτε ασφαλώς μπορούσε να τεθεί ως κριτήριο το μέγεθος των συνδρομητών αυτών αφού ούτε τέτοιο μέτρο υφίσταται στο σύνολο του περιφερειακού έντυπου τύπου...

...Για πρώτη φορά εδώ και τριάντα χρόνια και τα ογδόντα επτά μέλη και οι εβδομήντα ιστοσελίδες της ένωσης μας πήραν καταχώρηση «Μένουμε σπίτι». Τη σχετική λίστα, χωρίς να κάνουμε κανένα διαχωρισμό, τη δώσαμε στην εταιρεία Initiative, όταν μάθαμε για την καμπάνια, όπως κάνουμε σε όλες τις μεγάλες καμπάνιες και σε ιδιωτικές επιχειρήσεις. Τα εν λόγω Μέσα φυσικά ως γνωστό έχουν διαφορετικές πολιτικές τοποθετήσεις...

Σχετικά με το αν υπήρξε κάποια καταγγελία:

**ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΜΟΥΝΤΑΚΗΣ (Μάρτυς):**

*...Βέβαια δεν υπήρξε καμία επίσημη ή ανεπίσημη καταγγελία ότι κάποιο μέλος αδικήθηκε. Σχεδόν όλες οι εφημερίδες της περιφέρειας έχουν πάρει καταχωρήσεις. Ο καθένας έκανε τη συμφωνία του με τη διαφημιστική. Στείλαμε τον τιμοκατάλογο και ανάλογα με τον τιμοκατάλογο δόθηκαν και οι καταχωρήσεις, διότι αν δεν υπάρχει η ακριβής κυκλοφορία τι άλλο κριτήριο να βάλεις;...*

*...Δεν μπορεί από δύο και τρία χιλιάρικα να χειραγωγηθεί ο περιφερειακός τύπος. Δεν μπορώ να ξέρω για τον κάθε συνάδελφο τι πολιτική γραμμή έχει. Ξέρω όμως ότι στηριζόμαστε στην τοπική αρθρογραφία. Δεν είναι βαμμένες κομματικά οι εφημερίδες στην περιφέρεια. Από εκεί και πέρα το να πάρουμε καμπάνια δύο, τριών ή τεσσάρων χιλιάδων ευρώ, δεν αλλάζει την πολιτική της εφημερίδας...*

Από το σύνολο της κατάθεσης του μάρτυρα Αντωνίου Μουντάκη, προέκυψαν τα εξής συμπεράσματα:

1. Ήταν απαραίτητο μέσα σ' αυτήν την καμπάνια να ενταχθούν και οι περιφερειακές εφημερίδες. Η σχετική λίστα, χωρίς κανένα διαχωρισμό, δόθηκε από την Ένωση στην εταιρεία Initiative, όταν μάθανε για την καμπάνια, όπως κάνουν σε όλες τις μεγάλες καμπάνιες και σε ιδιωτικές επιχειρήσεις.

2. Δεν προβλέπεται επίσημα στο καταστατικό η καταχώρηση δωρεάν μηνυμάτων. Ήταν καμπάνια και όχι οικονομική στήριξη και ήταν επιβεβλημένα και χρήσιμη και συμπεριλήφθηκαν όλα τα μέλη χωρίς εξαίρεση.

3. Η διανομή του κονδυλίου στον περιφερειακό τύπο ξεπέρασε το ποσοστό 20%, ως προβλεπόταν από τη Σύμβαση.

4. Σχεδόν όλες οι εφημερίδες της περιφέρειας έχουν πάρει καταχωρήσεις. Ο καθένας έκανε τη συμφωνία του με τη διαφημιστική και ανάλογα με τον τιμοκατάλογο δόθηκαν και οι καταχωρήσεις, καθόσον δεν υπάρχει η ακριβής κυκλοφορία.

5. Δεν υπήρξε κανένα παράπονο ή καταγγελία ότι κάποιο μέλος έμεινε εκτός ή απαλείφθηκε από κάποιο κατάλογο για πολιτικούς ή κομματικούς λόγους.

Αναφορικά με την πιθανότητα χειραγώγησης των ΜΜΕ εξαιτίας της συμμετοχής του στη διαφημιστική καμπάνια «Μένουμε Σπίτι – Μένουμε Ασφαλείς» η πρόεδρος της Ε.Σ.Η.Ε.Α. κ. Αντωνιάδου ήταν ξεκάθαρη:

**ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ ΠΑΠΑΚΩΣΤΑ – ΠΑΛΙΟΥΡΑ:**

*Έπεσε στην αντίληψή σας μέχρι και σήμερα αν σας παραπονέθηκε κάποια από τα μέλη σας ότι η Κυβέρνηση με οποιοδήποτε τρόπο προσπάθησε να χρησιμοποιήσει αυτού του είδους την καμπάνια, προκειμένου να χειραγωγήσει όχι μόνο τους πολίτες αλλά και τους δημοσιογράφους;*

**ΜΑΡΙΑ ΑΝΤΩΝΙΑΔΟΥ (Μάρτυς):** *Οι δημοσιογράφοι θα κάνουν τη δουλειά τους πάντα. Η δουλειά τους είναι να κάνουν ρεπορτάζ και να μην χειραγωγούνται. Δεν διαπίστωσα να υπάρχει χειραγώγηση και μιλάω σε προσωπικό επίπεδο.*

**ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ (ΜΠΑΜΠΗΣ) ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ:**

*Αν έπεσε στην αντίληψη τη δική σας, του διοικητικού συμβουλίου της ΕΣΗΕΑ κάποια μεταβολή στο πώς οι εφημερίδες και οι*

δημοσιογράφοι κινούνται, κριτικάρουν αποφασίζουν για το τι πρέπει να προβάλλουν, άλλη πλην του ότι δώσαμε πολύ μεγάλο βάρος στην πανδημία, που να αφορά στις πολιτικές τους απόψεις, στη γενικότερη πολιτική τους κατεύθυνση, αν διαπιστώσατε ή υπήρξαν καταγγελίες ότι κάποιος δημοσιογράφος, για λόγους που δεν ξέρουμε, άλλαξε άποψη μετά τις καταχωρήσεις που έγιναν στα πλαίσια της καμπάνιας ενημέρωσης.

**ΜΑΡΙΑ ΑΝΤΩΝΙΑΔΟΥ (Μάρτυς):**

*Κύριε Παπαδημητρίου, δηλαδή θα άλλαζε άποψη ποτέ, αν πήρε διαφήμιση, ο Ριζοσπάστης, αν πήρε διαφήμιση η ΑΥΓΗ, η Εφημερίδα των Συντακτών; Δεν αλλάζεις την άποψή σου. Η άποψή σου, η ιδεολογική σου τοποθέτηση, το αν ασκείς ή δεν ασκείς κριτική δεν αλλάζει. Και αν αυτό αλλάξει, είναι περιστασιακό, είναι για ένα, δύο μήνες και δεν είναι σωστό να υπάρχει.*

...

*..Και γνωρίζω εφημερίδες οι οποίες άσκησαν κριτική ακόμα και μέσα στην κρίση της πανδημίας και ορθώς έπραξαν για τον τρόπο διαχείρισης...*

**ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ (ΜΠΑΜΠΗΣ) ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ:**

*Καταγγελίες στην ΕΣΗΕΑ για κάτι τέτοιο υπήρξαν;*

**ΜΑΡΙΑ ΑΝΤΩΝΙΑΔΟΥ (Μάρτυς):**

*Όχι, κύριε Παπαδημητρίου.*

**ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ (ΜΠΑΜΠΗΣ) ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ:**

*Μια φράση θα ήθελα να μου σχολιάσετε. «Η κριτική των ΜΜΕ της χώρας απέναντι στην Κυβέρνηση συσχετίζεται ευθέως με την οικονομική τους στήριξη εν μέσω πανδημίας και συρρίκνωσης των διαφημιστικών τους εσόδων και οδήγησε στην εμφάνιση φαινομένων*



*ανάλωσής τους στην φιλοτέχνηση θετικής εικόνας για την Κυβέρνηση».  
Το σχόλιο γι' αυτή τη φράση ποιο θα ήταν;*

**ΜΑΡΙΑ ΑΝΤΩΝΙΑΔΟΥ (Μάρτυς):**

*Κύριε Παπαδημητρίου, γνωρίζετε δυστυχώς ότι σύμφωνα με το ευρωβαρόμετρο, τα μέσα ενημέρωσης στην Ελλάδα, η αξιοπιστία των μέσων ενημέρωσης και της τηλεόρασης έχει κατακρημνιστεί και όλοι μας πρέπει να κάνουμε την κριτική μας για το τι φταίει γι' αυτό. Και όλα αυτά επιτείνουν μια κατάσταση και πρέπει να υπηρετούμε το λειτούργημά μας και πρέπει οι ιδιοκτήτες των μέσων ενημέρωσης να εφαρμόζουν τη δεοντολογία, όπως αυτή ορίζεται γι' αυτούς από το ΕΣΡ.*

**ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ (ΜΠΑΜΠΗΣ) ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ:**

*Όταν ακούτε την άποψη ότι «με τα χρήματα της καμπάνιας αυτής εξαγοράστηκαν δημοσιογραφικές συνειδήσεις», πώς το σχολιάζετε εσείς που είστε επικεφαλής του συγκεκριμένου ιστορικού συνδικάτου;*

**ΜΑΡΙΑ ΑΝΤΩΝΙΑΔΟΥ (Μάρτυς):**

*Δεν δέχομαι αυτή την κριτική στους συναδέλφους μου.*

Συμπερασματικά από τη μαρτυρία της κ. Αντωνιάδου προκύπτουν τα ακόλουθα:

1. Η διαφημιστική καμπάνια «Μένουμε Σπίτι – Μένουμε Ασφαλείς» πραγματοποιήθηκε για να αντιμετωπίσει μια επείγουσα και έκτακτη ανάγκη όπως αυτή της πανδημίας και να ενημερωθούν οι πολίτες για την προστασία της δημόσιας υγείας. Τα κριτήρια που ετέθησαν για τη συμμετοχή των ΜΜΕ στην διαφημιστική καμπάνια είναι τα συνήθη κριτήρια που εφαρμόζονται σε κάθε διαφημιστική καμπάνια. Αντίστοιχα κριτήρια εφαρμόζονταν κι από όλες τις προηγούμενες κυβερνήσεις.

2. Η ένταση της πανδημίας ήταν τέτοια, ώστε υπήρχε ανάγκη να μεταδίδονται διαρκώς μηνύματα. Μόνη η μετάδοση δωρεάν κοινωνικών μηνυμάτων δε θα μπορούσε να καλύψει την ανάγκη αυτή, καθώς τα δωρεάν μηνύματα είθισται να μεταδίδονται σε ώρες χαμηλής τηλεθέασης, γεγονός που θα επηρέαζε την αποτελεσματικότητα της καμπάνιας.

3. Τα κονδύλια, τα οποία διατέθηκαν από την Κυβέρνηση για τη διαφημιστική καμπάνια «Μένουμε Σπίτι – Μένουμε Ασφαλείς» σύμφωνα με την κατάθεση της μάρτυρος σε καμία περίπτωση δεν ήταν υπερβολικά, αντιπαραβάλλοντας μάλιστα το παράδειγμα άλλων ευρωπαϊκών χωρών, όπου τα κονδύλια ήταν υψηλότερα. Προέκυψε, δε, ότι ακόμη και σε περίπτωση που ήθελε κανείς να χειραγωγήσει τα ΜΜΕ μέσω της εν λόγω διαφημιστικής καμπάνιας, το ύψος των κονδυλίων δεν ήταν επαρκές να το πετύχει. Κατά τη μάρτυρα «είναι τόσο πολλά, τόσο μεγάλη, τόσο πολυδάπανη η λειτουργία ενός μέσου ενημέρωσης που με 800.000 δεν μπορείς να χειραγωγήσεις».

4. Ουδεμία καταγγελία υπήρξε προς την Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών (Ε.Σ.Η.Ε.Α.) από οποιοδήποτε μέσο ή δημοσιογράφο για τυχόν αποκλεισμό τους ή για μικρό μερίδιο συμμετοχής του στη διαφημιστική εκστρατεία «Μένουμε Σπίτι – Μένουμε Ασφαλείς», ει μη μόνον η καταγγελία της εφημερίδας Documento.

Περαιτέρω, η μάρτυρας δήλωσε ρητώς ότι οι εφημερίδες Αυγή, Ριζοσπάστης, Εφημερίδα των Συντακτών, ήτοι εφημερίδες αντίστοιχων ιδεολογικών και πολιτικών αντιλήψεων και καταβολών με την εφημερίδα Documento, ουδεμία καταγγελία έκαναν, ούτε αποκλείστηκαν. Εν συνεχεία, δε, επιβεβαίωσε ότι κατανεμήθηκε διαφημιστική δαπάνη στον αντιπολιτευόμενο τύπο.

Σύμφωνα επίσης με τον Πρόεδρο του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης κ. Αθάνασιο Κουτρουμάνο, ο οποίος κλήθηκε να καταθέσει στην επιτροπή:

**ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΚΟΥΤΡΟΥΜΑΝΟΣ (Μάρτυς):**

*...Γενικές καταγγελίες μπορεί να υπήρξαν, στις οποίες δεν μπορεί κανένας να απαντήσει. Αλλά συγκεκριμένη καταγγελία, ότι με κάποιον τρόπο η Κυβέρνηση προσπάθησε να χειραγωγήσει κλπ δεν εξετάστηκε από το ΕΣΡ...*

...

*...το θέμα της πολυφωνίας - η οποία είναι ιδιαίτερη σύνθετη έννοια - όπως τέθηκε και ερευνήθηκε είναι αν προβάλλονται επαρκώς οι πολιτικές απόψεις, τα πολιτικά κόμματα, οι συνδυασμοί για δήμους και περιφέρειες και τέτοια ζητήματα. Όχι, δεν ετέθη ποτέ θέμα για τη δίκαιη κατανομή μεταξύ μέσων ενημέρωσης...*

Ως προς το ρόλο του ΕΣΡ στην υλοποίηση της διαφημιστικής καμπάνιας, ο κ. Κουτρουμάνος επισήμανε ότι δεν έχει αρμοδιότητα να υποδείξει στην εκτελεστική εξουσία τον τρόπο που μπορεί να λειτουργήσει. Το ΕΣΡ έχει ελεγκτική αρμοδιότητα μόνο για τους ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς. Και ο έλεγχος αυτός είναι, με βάση τις δεσμευτικές αποφάσεις του ΣΤΕ, ποιοτικός και ποσοτικός, δεν αφορά δηλαδή μία ημέρα και ένα πρόγραμμα.

Επιπλέον, αυτεπάγγελτος έλεγχος γίνεται μόνο για συγκεκριμένα ζητήματα και όχι εφ' όλης της ύλης, ήτοι αν ετίθετο ζήτημα παραβίασης νομοθεσίας από Μέσα Ενημέρωσης και έως σήμερα δεν υπήρχαν αυτεπάγγελα διωκόμενες από το ΕΣΡ παραβάσεις που αφορούν ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς.

## **8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΗ**

**1. Από το σύνολο του αποδεικτικού υλικού που υποδέχθηκε, κατόπιν σχετικών αιτημάτων της, η εξεταστική επιτροπή, καθώς και από όλους τους μάρτυρες που κλήθηκαν να καταθέσουν, επιβεβαιώθηκε για πολλοστή φορά ότι η πραγματοποίηση της ενημερωτικής εκστρατείας «Μένουμε Σπίτι – Μένουμε Ασφαλείς», κατά τη διάρκεια του πρώτου κύματος της πανδημίας, ήταν απολύτως αναγκαία, προκειμένου να αντιμετωπιστεί έγκαιρα και αποτελεσματικά μια επείγουσα και έκτακτη υγειονομική κρίση, να ενημερωθούν οι πολίτες για τη λήψη των απαραίτητων μέτρων ατομικής προστασίας και να προστατευθούν από τη διασπορά ψευδών ειδήσεων, την παραπληροφόρηση και την επέλαση κάθε λογής θεωριών συνωμοσίας.**

**2. Η διαδικασία που ακολούθησε η Ελληνική Κυβέρνηση προκειμένου να προχωρήσει στην ανάθεση της υλοποίησης της εν λόγω καμπάνιας ήταν απολύτως νόμιμη και διαφανής. Ειδικότερα η Κυβέρνηση:**

α) ανέπτυξε την απαραίτητη, στερεά νομική βάση, στο πλαίσιο της ευρύτερης νομοθετικής πρωτοβουλίας της Ελληνικής Κυβέρνησης (ΠΝΠ) για τη λήψη κατεπειγόντων μέτρων αντιμετώπισης της ανάγκης περιορισμού διασποράς του κορωνοϊού,

β) προχώρησε στην ανάθεση και σύναψη της Σύμβασης με εξειδικευμένη Εταιρεία στο σχετικό αντικείμενο και με πολύ συγκεκριμένους όρους με γνώμονα την κατεπείγουσα ανάγκη στοχευμένης ενημέρωσης του κοινού και υπό το πρίσμα της ευελιξίας που η ίδια η Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρείχε εκτάκτως για τις πρωτόγνωρες, απρόβλεπτες και εξαιρετικά επείγουσες καταστάσεις που διαμορφώθηκαν από την πανδημική κρίση.

γ) Σε εκτέλεση δε των συμβατικών της υποχρεώσεων, η ανωτέρω Ανάδοχος Εταιρεία υλοποίησε το αντικείμενο της Σύμβασης

μέσα από συγκεκριμένα παραδοτέα, τα οποία προβλέπονται επακριβώς στη Σύμβαση και τα οποία υποβλήθηκαν στην Αναθέτουσα Αρχή κατά το στάδιο της διαδικασίας παραλαβής.

δ) Αντίστοιχα η Αναθέτουσα Αρχή, για να προβεί στην οριστική ποιοτική και ποσοτική παραλαβή των υπηρεσιών εξέτασε, εάν αυτά που προσκομίσθηκαν από την Εταιρεία ως παραδοτέα ανταποκρίνονται πλήρως στα ειδικώς προβλεπόμενα στο άρθρο 1 Αντικείμενο της Σύμβασης, ως όφειλε με βάση τα οριζόμενα σε αυτήν.

Το θεσμικό πλαίσιο ανάθεσης, εκτέλεσης και υλοποίησης της σύμβασης έτυχε της έγκρισης της ύψιστης δημοκρατικής νομιμοποιητικής αρχής, αυτής της Βουλής των Ελλήνων. Επιπλέον, η δευτερογενής νομοθεσία εφαρμογής καθώς και οι επακόλουθες δημόσιες συμβάσεις κατέστησαν γνωστές από τη πρώτη στιγμή σε κάθε ενδιαφερόμενο, όπως επιτάσσουν άλλωστε οι γενικότερες κείμενες διατάξεις περί διαφάνειας και χρηστής διοίκησης.

Αξίζει να σημειωθεί το γεγονός, ότι ο αρμόδιος Υφυπουργός παρά τω Πρωθυπουργώ κ. Στέλιος Πέτσας, από τη πρώτη στιγμή υλοποίησης της ενημερωτικής εκστρατείας απάντησε, στο πλαίσιο του κοινοβουλευτικού ελέγχου, συνολικά δεκαέξι (16) φορές σε ερωτήσεις και μία φορά σε επίκαιρη ερώτηση, δίνοντας έτσι, κατ' επανάληψη, όλες τις σχετικές διευκρινήσεις, και προσκομίζοντας αυτοβούλως ή μετά από αίτηση κατάθεσης από Βουλευτές, κάθε σχετικό έγγραφο.

Επιπρόσθετα, ο ανωτέρω αρμόδιος Υφυπουργός χωρίς να είναι υποχρεωμένος προς τούτο, λόγω της καθόλου ή και περιορισμένης λειτουργίας των επιτροπών της Βουλής των Ελλήνων εκείνη την χρονική περίοδο, προσήλθε αμελλητί στην με ημερομηνία 10-04-2020 ειδική συνεδρίαση της Επιτροπής Θεσμών και Διαφάνειας της Βουλής, παρουσιάζοντας αναλυτικά όλες τις πτυχές της εκστρατείας, απαντώντας διεξοδικά στο σύνολο των ερωτημάτων των εκπροσώπων όλων των Κοινοβουλευτικών Ομάδων και καταθέτοντας τα σχετικά

έγγραφα, τα οποία, σημειώνεται, ότι αποτελούν συνημμένα αποδεικτικά έγγραφα της παρούσας Επιτροπής.

**3. Προκειμένου να επιτευχθεί ο στόχος της έγκαιρης και αποτελεσματικής ενημέρωσης των πολιτών, η επιλογή της απευθείας ανάθεσης για τη σύναψη δημόσιας σύμβασης, η επιλογή της Initiative Media και η επιλογή του συγκεκριμένου οικονομικού αντιτίμου των συμβάσεων ήταν απολύτως ενδεδειγμένες.** Τυχόν διαφορετική μεθοδολογία στη διαδικασία σύναψης της σύμβασης, και με δεδομένο ότι το χρονικό υλοποίησης της εκστρατείας αποτελούσε κρίσιμη παράμετρο για την επιτυχία της, είναι πολύ πιθανό να οδηγούσε σε υπονόμηση της αποτελεσματικότητας στην εφαρμογή της.

Επιπλέον, η Initiative Media ήταν από τις λίγες εταιρίες του χώρου που μπορούσε να ανταπεξέλθει στις χρονικές απαιτήσεις, και πιθανώς η μόνη που μπορούσε να προβεί άμεσα στις διαδικασίες αναδιοργάνωσης του τρόπου λειτουργίας της εν μέσω πανδημίας και lock-down για την άμεση και απρόσκοπτη ολοκλήρωση της καμπάνιας ενημέρωσης, λόγω της υλικοτεχνικής υποδομής, της γνώσης και της εμπειρίας και του ανθρώπινου δυναμικού που διέθετε, με δεδομένο ότι καμπάνια τέτοιου μεγέθους δεν έχει υπάρξει ξανά στα ελληνικά δεδομένα.

Ως εκ τούτου, η επιλογή της Initiative Media, η οποία με αντικειμενικά κριτήρια τυγχάνει εκ των μεγαλύτερων διαφημιστικών εταιρειών της χώρας, θυγατρική εταιρία ενός πολυεθνικού ομίλου, με μακρά και επιτυχημένη επαγγελματική εμπειρία και τεχνογνωσία στο χώρο της διαφήμισης και της επικοινωνίας, έθεσε στέρεες βάσεις για την επιτυχία της εκστρατείας, όπως αποδείχθηκε εκ του αποτελέσματος.

Τέλος, από την εξεταστική διαδικασία αποδείχθηκε ότι οι πόροι οι οποίοι διατέθηκαν για τη διαφημιστική καμπάνια «Μένουμε Σπίτι – Μένουμε Ασφαλείς» σε καμία περίπτωση δεν ήταν υπερβολικοί,

αναλογικά με το εύρος και το βάθος της διείσδυσης του διαφημιστικού μηνύματος και συγκρινόμενοι με το παράδειγμα άλλων ευρωπαϊκών χωρών, ιδίου πληθυσμιακού μεγέθους με την Ελλάδα. Το ύψος της διαφημιστικής δαπάνης ήταν χαμηλό, ιδίως σε σύγκριση με άλλες διαφημιστικές καμπάνιες που είχαν γίνει στο παρελθόν. Από την εξεταστική διαδικασία προέκυψε, μάλιστα, ότι αντίστοιχη διαφημιστική δαπάνη είχε πραγματοποιηθεί στο παρελθόν από την Κυβέρνηση του ΣΥΡΙΖΑ για την καμπάνια που αφορούσε τη Συμφωνία των Πρεσπών, στην οποία συμμετείχαν μόλις 39 μέσα ενημέρωσης.

**4. Η επιλογή των Μέσων Ενημέρωσης και της κατανομής της διαφημιστικής δαπάνης έγινε αποκλειστικά από εξειδικευμένο προσωπικό της Initiative Media με χρήση ειδικών αλγορίθμων και μαθηματικών μοντέλων που αξιοποιεί η επιστήμη του marketing και της επικοινωνίας. Στηρίχθηκε δε, τόσο σε ποσοτικά όσο και ποιοτικά κριτήρια.**

Τα ποσοτικά κριτήρια αφορούσαν ενδεικτικά την τηλεθέαση, την ακροαματικότητα, την κυκλοφορία, τα *finite indexes* στα διάφορα *target groups*, τη διαδραστικότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τις διπλοκαλύψεις μεταξύ των διαφόρων μέσων, την πιστότητα, τη διάρκεια παραμονής ακρόασης ραδιοφώνου και τηλεόρασης, σε συνδυασμό με τις εμπορικές πολιτικές των μέσων.

Τα ποιοτικά κριτήρια αφορούν κυρίως το λεγόμενο *brand safety*, το οποίο διασφαλίζει ότι το μηντιακό περιβάλλον στο οποίο θα εκτεθεί το διαφημιστικό μήνυμα θα είναι φιλικό διακείμενο προς αυτό.

Στη βάση όλων αυτών των κριτηρίων που εγγυώνται την επιτυχία της μετάδοσης του διαφημιστικού μηνύματος, υπήρξαν από την ανάδοχο εταιρεία αποκλεισμοί μέσων ενημέρωσης από την εκστρατεία επικοινωνίας, για διαφορετικούς λόγους το καθένα.

Μεταξύ των μέσων ενημέρωσης που δεν επελέγησαν από την Initiative Media ήταν και η εφημερίδα Documento για την οποία ο

ΣΥΡΙΖΑ κατά τη ακροαματική διαδικασία επέδειξε ιδιαίτερο, αν όχι αποκλειστικό ενδιαφέρον, δίδοντας την εντύπωση ότι το μοναδικό αντικείμενο της εξεταστικής επιτροπής κατά την αξιωματική αντιπολίτευση ήταν αυτό. Η συγκεκριμένη εφημερίδα, ενώ θα μπορούσε να συμπεριληφθεί, με βάση ποσοτικά κριτήρια, στην εκστρατεία ενημέρωσης, το περιεχόμενό της, εκείνη τη συγκεκριμένη περίοδο, ερχόταν σε πλήρη αντίθεση με τα μηνύματα προστασίας έναντι του κορωνοϊού που ήθελε να περάσει η καμπάνια: «Μένουμε σπίτι, μένουμε ασφαλείς». Τα δημοσιεύματα με τίτλο «Από το “Μένουμε Σπίτι”, στο “Μένουμε Ταπί”», «Κορωνοϊός, κοροϊδοϊός», «Μάσκα – Φίμωτρο» κ.α., υπονόμευαν και γελοιοποιούσαν την συλλογική προσπάθεια λήψης μέτρων προστασίας. Ως εκ τούτου, η καμπάνια δεν θα μπορούσε να πάει ενάντια στην γενική αρχή του brand safety, που απαιτεί μια επικοινωνιακή στρατηγική. Επιπλέον, από την ακροαματική διαδικασία προέκυψε ότι η εφημερίδα Documento δεν είναι μέλος της Ένωσης Ιδιοκτητών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΙΗΕΑ), και δεν δημοσιοποιεί τα στοιχεία κυκλοφορίας της, γεγονός που εγείρει σοβαρό ζήτημα αδιαφάνειας.

Δεδομένης της μεγάλης γεωγραφικής διασποράς του κορωνοϊού, μεταξύ των κριτηρίων που ελήφθησαν υπόψη στην υλοποίηση της επικοινωνιακής καμπάνιας ήταν και η κατανομή της διαφημιστικής δαπάνης στα τοπικά και περιφερειακά μέσα ενημέρωσης, η οποία προβλέφθηκε ρητά στη σύμβαση. Όσον αφορά τα τελευταία, το σύνολο της προϋπολογιζόμενης δαπάνης έφτασε το 26,44%.

**5. Η συνεχής αλλαγή των δεδομένων, η συνεχής αναθεώρηση της υγειονομικής στρατηγικής, η ένταση και το βάθος της πανδημίας κατά τη διάρκεια του πρώτου κύματος ήταν τέτοια, που υπήρχε ανάγκη να μεταδίδονται διαρκώς μηνύματα για τη λήψη μέτρων ατομικής και συλλογικής προστασίας. Από μόνη της η μετάδοση δωρεάν κοινωνικών μηνυμάτων δε θα μπορούσε να καλύψει την ανάγκη**



**αυτή, καθώς τα δωρεάν μηνύματα υπόκεινται σε ειδικούς περιορισμούς ( π.χ. συγκεκριμένη χρονική διάρκεια του μηνύματος, συγκεκριμένη ώρα μετάδοσης κλπ) γεγονός που θα επηρέαζε τη διάχυση και την αποτελεσματικότητα της καμπάνιας στο σύνολο του ελληνικού πληθυσμού.**

Επιπλέον, το καταστατικό της Πανελλήνιας Ένωσης Ιδιοκτητών Επαρχιακού Τύπου δεν προβλέπει την καταχώριση δωρεάν κοινωνικών μηνυμάτων. Συνεπώς ήταν επιβεβλημένο να συμπεριληφθεί όλος ο περιφερειακός τύπος για να καλυφθεί όσο το δυνατό περισσότερο γεωγραφικά η χώρα καθότι διότι μεγάλος αριθμός πολιτών στην επαρχία ενημερώνεται από τις περιφερειακές εφημερίδες και ιστοσελίδες.

**6. Καθ' όλη τη διάρκεια της διαφημιστικής καμπάνιας δεν υπήρξε καμία απολύτως πολιτική παρέμβαση για προσθήκη ή απόρριψη μέσων ενημέρωσης από την Αναθέτουσα Αρχή.** Συγκεκριμένα, ως προς την επιλογή συγκεκριμένων μέσων δεν έγινε η οποιαδήποτε υπόδειξη στην Initiative media για το αν πρέπει να κοπεί ή αν θα πρέπει να επιλεγεί ένα συγκεκριμένο μέσο ή για το ύψος τυχόν της χρηματοδότησης του χρόνου που θα έπρεπε να αγοράσει.

Σημειώνεται εδώ ότι, στο τελικό κατάλογο που διαμόρφωσε η ανάδοχος εταιρεία και ενέκρινε η Αναθέτουσα Αρχή συμπεριλαμβάνονται μέσα ενημέρωσης που πρόσκεινται φιλικά προς τον ΣΥΡΙΖΑ και την πολιτική που ασκεί, τα οποία έλαβαν, στη βάση των προαναφερόμενων ποσοτικών και ποιοτικών κριτηρίων, την αντίστοιχη πληρωμή για την εκτέλεση των εντολών που έλαβαν από την ανάδοχο εταιρεία.

Στηριζόμενη αποκλειστικά στα δικά της τεχνοκρατικά κριτήρια, τα οποία η Αναθέτουσα Αρχή σε καμία περίπτωση δεν μπορούσε να διαθέτει, η ανάδοχος εταιρεία κατάρτισε τον σχετικό κατάλογο των μέσων ενημέρωσης και την κατανομή της διαφημιστικής δαπάνης και

μετέφερε την πρότασή της στην Αναθέτουσα Αρχή η οποία και την ενέκρινε.

Από την ανάδοχο εταιρεία έγινε επίσης η διαπραγμάτευση επί των οικονομικών όρων και προϋποθέσεων ανακοίνωσης και καταχώρησης, οι απαραίτητες παραγγελίες, κρατήσεις αγορών, χώρου, η παρακολούθηση της εκτέλεσης του έργου και ο σχετικός απολογισμός. Η πληρωμή των μέσων ενημέρωσης έγινε από το Υπουργείο Οικονομικών, αφού ελέγχθηκαν τα τιμολόγια των μέσων ως προς την εντολή διαφήμισης που είχαν πάρει, μαζί και με τα αποδεικτικά υλικά.

Την προσωρινή και οριστική παραλαβή του έργου της ενημερωτικής εκστρατείας πραγματοποίησε ειδική επιτροπή, αποτελούμενη από δημοσίους υπαλλήλους της Αναθέτουσας Αρχής, η οποία βεβαίωσε, στη βάση του συνόλου του σχετικού αποδεικτικού υλικού, την καλή εκτέλεση της υπηρεσίας. Στα παραδοτέα συμπεριλαμβάνονταν, ενδεικτικά, οι υπεύθυνες δηλώσεις, οι ροές, screenshots από ιστοσελίδες, αποσπάσματα εφημερίδων, που αποδείκνυαν ότι το έργο όντως εκτελέστηκε και πραγματοποιήθηκε και ο απαιτούμενος δειγματοληπτικός έλεγχος στα μέσα ενημέρωσης. Η διαδικασία που ακολουθήθηκε ήταν απολύτως νόμιμη, ενώ η παραλαβή του έργου πραγματοποιήθηκε σύμφωνα με τους όρους που προέβλεπε η Σύμβαση και με βάση τις επιταγές του Νόμου από την αρμόδια και νομίμως συγκροτηθείσα Επιτροπή Παραλαβής, καταρριπτομένων των περί αντιθέτου ισχυρισμών του ΣΥΡΙΖΑ.

Κατά την εκτέλεση της διαφημιστικής καμπάνιας, ουδεμία καταγγελία υπήρξε προς το θεσμικό όργανο της Ε.Ι.Η.Ε.Α. τόσο για τη διαδικασία πραγματοποίησης της διαφημιστικής εκστρατείας όσο και για το ενδεχόμενο χειραγώγηση μέσων ενημέρωσης ή για αποκλεισμό τους ή για περιορισμένη συμμετοχή τους στη διαφημιστική εκστρατεία, παρά μόνον η καταγγελία της εφημερίδας Documento.

Σημειώνεται εδώ ότι έντυπα όπως η “Αυγή”, ο “Ριζοσπάστης”, η “Εφημερίδα των Συντακτών”, καθώς και ραδιόφωνα όπως το “Στο Κόκκινο” - ήτοι μέσα ενημέρωσης ιδεολογικών και πολιτικών αντιλήψεων της Αριστεράς, ουδεμία καταγγελία έκαναν, ούτε αποκλείστηκαν από την κατανομή της διαφημιστικής δαπάνης.

Ουδεμία καταγγελία υπήρξε προς την Πανελλήνια Ένωση Ιδιοκτητών Επαρχιακού Τύπου για τον αποκλεισμό ή την περιορισμένη συμμετοχή περιφερειακών μέσων ενημέρωσης. Αντίθετα, σύμφωνα με τη μαρτυρία του Προέδρου της Ένωσης, κ. Αντώνιου Μουντάκη, για πρώτη φορά, τα τελευταία τριάντα χρόνια, και τα ογδόντα επτά μέλη και οι εβδομήντα ιστοσελίδες της Ένωσης έλαβαν εντολή καταχώρησης των μηνυμάτων της διαφημιστικής καμπάνιας. Τον σχετικό κατάλογο των μέσων, χωρίς κανένα διαχωρισμό, προετοίμασε η ίδια η Ένωση και την παρέδωσε στην ανάδοχο εταιρεία, κατά τη συνήθη διαδικασία. Κατά τον κ. Μουντάκη τα εν λόγω μέσα ως γνωστό έχουν διαφορετικές πολιτικές τοποθετήσεις, ενίοτε αντίθετες με αυτές της Ελληνικής Κυβέρνησης.

Επίσης, ουδεμία καταγγελία υπήρξε προς την Ε.Σ.Η.Ε.Α. ως προς το ότι η Κυβέρνηση, μέσω της διαφημιστικής καμπάνιας «Μένουμε Σπίτι – Μένουμε Ασφαλείς» επιχείρησε να χειραγωγήσει τους πολίτες ή τους δημοσιογράφους. Ουδεμία καταγγελία περιήλθε από δημοσιογράφο ότι του ασκήθηκε πίεση για το περιεχόμενο των ειδήσεων και να μιλά μόνο για την πανδημία.

Αντίθετα, από την Πρόεδρο της Ένωσης κατατέθηκε και επιβεβαιώθηκε ευθαρσώς ότι τόσο ο κρίσιμος ρόλος ενός δημοσιογράφου στην ενημέρωση των πολιτών για την λήψη μέτρων προστασίας έναντι του κορωνοϊού, όσο και ο έλεγχος της πράξεων ή των παραλείψεων της εκάστοτε εκτελεστικής εξουσίας, ανεξάρτητα από το διαφημιστικό πακέτο του μέσου.

### III. ΕΘΝΙΚΗ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΕΜΒΟΛΙΑΣΜΟΥ ΚΑΤΑ ΤΟΥ ΚΟΡΩΝΟΪΟΥ COVID-19

#### 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ – ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ

Σύμφωνα με την πρόταση της Αξιωματικής Αντιπολίτευσης για τη σύσταση εξεταστικής επιτροπής με αντικείμενο τη «διερεύνηση της επιχείρησης πολιτικής χειραγώγησης της κοινής γνώμης, ευτελισμό των θεσμών και κατασπατάληση δημοσίου χρήματος», η Ελληνική Κυβέρνηση, με αφορμή το ξέσπασμα της πανδημίας εκμεταλλεύτηκε την ευκαιρία ώστε, επικαλούμενη την κατάσταση έκτακτης ανάγκης να προωθήσει χρηματοδότηση προς τα ΜΜΕ με αδιαφανείς διαδικασίες και χωρίς αντικειμενικά, μη πολιτικά κριτήρια.

Μεταξύ άλλων ισχυρίζεται πως, μέσω της **οικ. 83285/24.12.2020 Απόφασης του Υπουργού Υγείας κ. Βασίλη Κικίλια**, η Κυβέρνηση προέβλεψε δαπάνη ύψους 18,5 εκατομμυρίων ευρώ για την παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας με αντικείμενο τον έγκαιρο εμβολιασμό των πολιτών έναντι του κορωνοϊού, δια της οποίας υλοποίησε μια στρατηγική ποδηγέτησης του Τύπου.

Στη βάση αυτής της στρατηγικής, παχυλά πακέτα χρηματοδότησης και κρατικής διαφήμισης χρησιμοποιούνται ως όπλο κατά των αντιπολιτευτικών δημοσιογραφικών φωνών και ως επιβράβευση για τις φίλιες προς την Κυβέρνηση ή τις βολικά σιωπηλές δημοσιογραφικές πένες.

Άμεση συνέπεια των παραπάνω ήταν, σύμφωνα με την Αξιωματική Αντιπολίτευση, η κριτική των ΜΜΕ της χώρας απέναντι στην Κυβέρνηση, να συσχετίζεται ευθέως με την οικονομική τους

στήριξη, εν μέσω πανδημίας και συρρίκνωσης των διαφημιστικών τους εσόδων, οδηγώντας στην εμφάνιση φαινομένων ανάλωσής τους στην φιλοτέχνηση θετικής εικόνας για τον πρωθυπουργό προσωπικά αλλά και για την Κυβέρνησή του συνολικά.

Στο πλαίσιο της ως άνω αναφερόμενης πρότασης, διερευνήθηκε από την προς τούτο συσταθείσα εξεταστική επιτροπή και το σκέλος που αφορά τη διαδικασία με διαπραγμάτευση χωρίς προηγούμενη δημοσίευση Παροχή Υπηρεσιών Επικοινωνίας των πολιτών, για τον Έγκαιρο Εμβολιασμό έναντι του Κορωνοϊού COVID-19 και την προβολή των μηνυμάτων της Εθνικής Εκστρατείας κατά του Κορωνοϊού COVID-19 στο σύνολο των Μέσω Μαζικής Ενημέρωσης.

Αποτελεί αδιαμφισβήτητη παραδοχή πως η πανδημική κρίση από τη διάδοση του κορωνοϊού COVID – 19 αποτέλεσε, τόσο για τη χώρα μας όσο και για τα κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης συνολικότερα, μία πρωτόγνωρη πρόκληση αντιμετώπισης εξαιρετικά επειγουσών αναγκών στον τομέα των δημοσίων συμβάσεων, συμπεριλαμβανομένης της επιτακτικής ανάγκης για την άμεση ενημέρωση των πολιτών, ως προς τα οφέλη και την αναγκαιότητα του εμβολιασμού.

Σε αυτό το πλαίσιο, το Υπουργείο Υγείας έλαβε ταχύτατα και με συντονισμένο τρόπο όλες τις αναγκαίες αποφάσεις, προκειμένου να ενημερωθεί η ελληνική κοινωνία για τη διαδικασία και τα πλεονεκτήματα του εμβολιασμού, προχωρώντας στην εκπόνηση ενός σχεδίου επικοινωνιακής εκστρατείας. Κατ' ακολουθία των ανωτέρω, εγκρίθηκε αρχικά η συγκρότηση και ο ορισμός μελών στην Τριμελή Επιτροπή Οργάνωσης της Εθνικής Εκστρατείας Εμβολιασμού κατά του κορωνοϊού COVID-19 (Εθνικής Εκστρατείας) την οποία αποτέλεσαν ο Γενικός Γραμματέας Δημόσιας Υγείας του Υπουργείου Υγείας κ. Παναγιώτης Πρεζεράκος, ο Γενικός Γραμματέας

Πρωτοβάθμιας Φροντίδας Υγείας του Υπουργείου κ. Μάριος Θεμιστοκλέους και ο Πρόεδρος του Ινστιτούτου Φαρμακευτικής Έρευνας και Τεχνολογίας ΑΕ (ΙΦΕΤ), κ. Δημήτρης Πανταζής. Τα μέλη της Επιτροπής ορίστηκαν *ex officio*, δηλαδή εκ της ιδιότητάς τους.

Έργο της Επιτροπής ήταν η υλοποίηση όλων των δράσεων ενημέρωσης, ευαισθητοποίησης και προβολής της αναγκαιότητας εμβολιασμού του πληθυσμού κατά του κορωνοϊού COVID-19, η μέριμνα για τη δημιουργία ενδεδειγμένου ενημερωτικού υλικού για τον εμβολιασμό κατά του κορωνοϊού COVID-19 και η έγκαιρη διάθεσή του σε όλους τους φορείς, δημόσιους και ιδιωτικούς, με στόχο την αποτελεσματική ενημέρωση και τη μεγιστοποίηση της συμμετοχής των πολιτών στον εμβολιασμό, η επιλογή φορέων για την υλοποίηση της Εθνικής Εκστρατείας και η παρακολούθηση της καλής εκτέλεσης των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Η επιμέλεια της παρακολούθησης των συμβάσεων είχε ως αντικείμενο αντιστοίχως:

- α) το δημιουργικό σχεδιασμό της εκστρατείας ενημέρωσης των πολιτών για τον έγκαιρο εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού COVID-19 και τη διαμόρφωση των ενημερωτικών μηνυμάτων και πάσης φύσεως έντυπου, οπτικοακουστικού και ηλεκτρονικού, προωθητικού υλικού για την προβολή των μηνυμάτων της Εθνικής Εκστρατείας και
- β) τη διάθεση, με κάθε πρόσφορο μέσο, έντυπο, οπτικοακουστικό ή ηλεκτρονικό, των μηνυμάτων και του υλικού από τα μέσα.

Αντίστοιχα, καθορίστηκε ρητά ο τρόπος σύναψης των συμβάσεων και συγκεκριμένα, μετά από πρόσκληση που απηύθυνε η Επιτροπή για χρονικό διάστημα πέντε (5) ημερών και με τη διαδικασία απευθείας διαπραγμάτευσης κατ' εφαρμογή της περ. γ' της παρ. 2 του άρθρου 32 του ν.4412/2016 (Α' 147), κατά παρέκκλιση ειδικότερων εθνικών διατάξεων, που αφορούν στην ανάθεση σχετικών υπηρεσιών.

Η πρόσκληση χωρίς προηγούμενη δημοσίευση απευθύνεται σε πέντε (5) τουλάχιστον οικονομικούς φορείς εγνωσμένου κύρους σε σχέση με το αντικείμενο της υπό σύναψη σύμβασης, φυσικά πρόσωπα, νομικά πρόσωπα ή ενώσεις προσώπων. Οι προσκαλούμενοι φορείς μπορούσαν να συμμετέχουν είτε μεμονωμένα είτε ως μέλη ένωσης, με συγκεκριμένη κατανομή των αναλαμβανόμενων εργασιών από έναν έκαστο εξ αυτών.

Η σύμβαση ανατίθεται με κριτήριο αξιολόγησης την πλέον συμφέρουσα από οικονομική άποψη προσφορά με βάση την τιμή. Η Επιτροπή στη συνέχεια επιλέγει τον ανάδοχο κατά την ανωτέρω περιγραφόμενη διαδικασία σύμφωνα με το περιεχόμενο και τους όρους της σχετικής πρόσκλησης και έχει την υποχρέωση της παρακολούθησης της ορθής εκτέλεσης της σύμβασης από τον ανάδοχο. Η παραλαβή των παραδοτέων γίνεται με ευθύνη της ειδικής επιτροπής παραλαβής.

Επιπλέον, με τη Γ.Π.οικ. 83285 από 24-12-2020 απόφαση του Υπουργού Υγείας κ. Βασίλειου Κικίλια εγκρίθηκε δαπάνη ύψους 18.500.000 εκατομμυρίων ευρώ, με σκοπό την παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας των πολιτών, για τον έγκαιρο εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού covid-19 και την προβολή μηνυμάτων και της εθνικής εκστρατείας κατά του κορωνοϊού covid-19 στο σύνολο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Η παροχή των υπηρεσιών αποτέλεσε αντικείμενο σύμβασης μετά από σχετική πρόσκληση σε διαδικασία με διαπραγμάτευση χωρίς προηγούμενη δημοσίευση (σύμφωνα με την περ. γ' της παρ. 2 του άρθρου 32 του ν. 4412/2016). Ειδικότερα, σύμφωνα με τη ΓΠ.οικ.83448/24.12.2020 η Τριμελής Επιτροπή Οργάνωσης Εθνικής Εκστρατείας Εμβολιασμού κατά του Κορωνοϊού COVID-19 απηύθυνε πρόσκληση για την υποβολή προσφορών στις έξι (6) μεγαλύτερες εταιρείες που πληρούσαν υψηλού επιπέδου όρους ποιότητας μακράς

γνώσης και εμπειρίας, χρηματοοικονομικής επάρκειας και προγενέστερων αντίστοιχων έργων.

Από τις προσκληθείσες εταιρείες η INITIATIVE, η CARAT COMMUNICATION, η MINDSHARE και η MMS COMMUNICATION, αποφάσισαν, η καθεμία για τους δικούς της λόγους, να μη λάβουν τελικά μέρος στη διαδικασία. Η ανάθεση της υλοποίησης του έργου έγινε συνεπώς στην ένωση εταιρειών TEMPO OMD-WAVEMAKER.

**Στις 8-2-2021 υπεγράφη η σχετική σύμβαση μεταξύ του Υπουργείου Υγείας και της ένωσης εταιρειών TEMPO OMD-WAVEMAKER. Το δημιουργικό μέρος της καμπάνιας παρασχέθηκε με σύμβαση δωρεάς του Ιδρύματος Ωνάση.** Δεδομένου ότι το εμβόλιο ήταν - και παραμένει μέχρι σήμερα - η πρώτη ιατρική επιλογή αντιμετώπισης του COVID, η διάταξη και η εκστρατεία έτυχαν θετικής υποδοχής από την πλειοψηφία των κομμάτων στη Βουλή.

Το συνολικό ποσό, που αφορούσε η σύμβαση ανήλθε όπως αναφέρθηκε στα 18.5 εκατ. Ευρώ μέχρι και 30.6.2021, ημερομηνία που είχε οριστεί ως αρχική διάρκεια της εκστρατείας. Εν συνεχεία δόθηκε παράταση με νόμο μέχρι και τον Αύγουστο 2021, με πρόσθετο ποσό 1.000.000€. Η Επιτροπή παρακολουθούσε όλη τη διαδικασία ανάθεσης και εκτέλεσης των ανωτέρω (δωρεάς δημιουργικού και διανομής του στα μέσα ενημέρωσης).

**Στις 26-2-2021 υπεγράφη μεταξύ της ως άνω αναφερόμενης Αναθέτουσας Αρχής και της Αναδόχου 1η Τροποποίηση της από 8.2.2021 Σύμβασης, σύμφωνα με την οποία, οι συμβαλλόμενοι αποφάσισαν από κοινού την τροποποίηση της, με την προσθήκη του ανωτέρω (10) σχετικού.**



Επιπρόσθετα οι συμβαλλόμενοι αποδέχτηκαν την τροποποίηση του άρθρου 3 παρ. 2 και συγκεκριμένα την αντικατάσταση της φράσης *ο έλεγχος της καλής εκτέλεσης της σύμβασης θα γίνεται από την αρμόδια Τριμελή Επιτροπή Οργάνωσης της Εθνικής Εκστρατείας με την φράση ότι ο έλεγχος της καλής εκτέλεσης της σύμβασης θα γίνεται από την αρμόδια Επιτροπή Παραλαβής.*

## **2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ ΕΜΒΟΛΙΑΣΜΟΥ ΚΑΤΑ ΤΟΥ ΚΟΡΩΝΟΪΟΥ COVID-19**

Η ανάθεση και εκτέλεση της υπό εξέταση σύμβασης, ήτοι της από 8-2-2021, καθώς και της από 26-2-2021 τροποποίηση αυτής διέπονται από την κείμενη νομοθεσία και τις κατ' εξουσιοδότηση αυτής εκδοθείσες κανονιστικές πράξεις, όπως ισχύουν και ιδίως:

**1. του άρθρου 74 του ν.4761/2020 (Α' 248)** Αναδιοργάνωση του Ταμείου Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων και μετονομασία του σε Οργανισμό Διαχείρισης και Ανάπτυξης Πολιτιστικών Πόρων, προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς στο εξωτερικό, ρυθμίσεις για το Ιστορικό Μουσείο Κρήτης και το μουσείο «Φοίβος Ανωγειανάκης» και άλλες διατάξεις, σύμφωνα με το οποίο :

*1. Για χρονικό διάστημα μέχρι την 30ή.6.2021 το Υπουργείο Υγείας δύναται να οργανώνει Εθνική Εκστρατεία Εμβολιασμού κατά του κορωνοϊού COVID-19 (Εθνική Εκστρατεία) με αντικείμενο τη διαμόρφωση θετικής πεποίθησης και ενεργού συμμετοχής των πολιτών στον εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού COVID-19. Η Εθνική Εκστρατεία περιλαμβάνει συνεργασία και συμπράξεις με δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς εν γένει, περιλαμβανομένων ιδίως των πολιτικών κομμάτων , της Εκκλησίας της Ελλάδος, των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης α' και β' βαθμού ,ιατρικών και φαρμακευτικών συλλόγων , ενώσεων και φορέων , επαγγελματικών ενώσεων και συνδικαλιστικών οργανώσεων , μη Κυβερνητικών Οργανώσεων (ΜΚΟ) , με σκοπό την ασφαλή ενημέρωση και τη διερεύνηση της*

συμμετοχής των πολιτών στο εμβολιαστικό πρόγραμμα κατά του κορωνοϊού COVID-19. Για την επίτευξη του σκοπού της παρούσας συγκροτείται στο Υπουργείο Υγείας, Τριμελής Επιτροπή Οργάνωσης της Εθνικής Εκστρατείας, μέλη της οποίας είναι εκ της ιδιότητάς τους ο Γενικός Γραμματέας Δημόσιας Υγείας, ο Γενικός Γραμματέας Πρωτοβάθμιας Φροντίδας Υγείας και άλλο ένα μέλος, που υποδεικνύεται από τον Υπουργό Υγείας. Έργο της Επιτροπής είναι η υλοποίηση όλων των ενδεδειγμένων δράσεων ενημέρωσης, ευαισθητοποίησης και προβολής της ανάγκης εμβολιασμού του πληθυσμού κατά του κορωνοϊού COVID-19, η μέριμνα για τη δημιουργία ενδεδειγμένου ενημερωτικού υλικού για τον εμβολιασμό κατά του κορωνοϊού COVID-19 και την έγκαιρη διάθεσή του σε όλους τους φορείς, δημόσιους και ιδιωτικούς, με στόχο την αποτελεσματική ενημέρωση και τη μεγιστοποίηση της συμμετοχής των πολιτών στον εμβολιασμό, η επιλογή φορέων για την υλοποίηση της Εθνικής Εκστρατείας και η παρακολούθηση της καλής εκτέλεσης των παρεχόμενων υπηρεσιών.

2. Το Υπουργείο Υγείας, μέσω των εποπτευόμενων φορέων του, υπό τον συντονισμό και την εποπτεία της Επιτροπής της παρ. 1 διαθέτει το ενδεδειγμένο πληροφοριακό υλικό με κάθε πρόσφορο μέσο σε όλους τους φορείς της παρ. 1 και προβαίνει σε σειρά ενημερωτικών δράσεων επί του αντικείμενου της Εθνικής Εκστρατείας.

3. Για την υλοποίηση του σκοπού του παρόντος συνάπτονται δύο (2) συμβάσεις που έχουν ως αντικείμενο αντιστοίχως: α) τον δημιουργικό σχεδιασμό της εκστρατείας ενημέρωσης των πολιτών για τον έγκαιρο εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού COVID-19 και τη διαμόρφωση των ενημερωτικών μηνυμάτων και πάσης φύσεως έντυπου, οπτικοακουστικού και ηλεκτρονικού, προωθητικού υλικού για την προβολή των μηνυμάτων της Εθνικής Εκστρατείας και β) τη διάθεση, με κάθε πρόσφορο μέσο, έντυπο, οπτικοακουστικό ή ηλεκτρονικό, των μηνυμάτων και του υλικού της περ. α) προς τον σκοπό της

πληροφόρησης των πολιτών ως προς όλα τα επιμέρους ζητήματα που σχετίζονται με τον εμβολιασμό τους, τα οφέλη, τα μέτρα προστασίας, τη διαδικασία, καθώς και την ασφαλή και σύμφωνη με τον κρατικό προγραμματισμό συμμετοχή τους στον εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού COVID-19.

4. Προς τον σκοπό σύναψης καθεμιάς από τις συμβάσεις της παρ. 3, η Επιτροπή της παρ. 1 απευθύνει πρόσκληση για χρονικό διάστημα πέντε (5) ημερών και προβαίνει σε διαδικασία απευθείας διαπραγμάτευσης κατ' εφαρμογή της περ. γ' της παρ. 2 του άρθρου 32 του ν. 4412/2016 (Α' 147), κατά παρέκκλιση ειδικότερων εθνικών διατάξεων που αφορούν στην ανάθεση σχετικών υπηρεσιών. Η πρόσκληση χωρίς προηγούμενη δημοσίευση απευθύνεται σε πέντε (5) τουλάχιστον οικονομικούς φορείς εγνωσμένου κύρους σε σχέση με το αντικείμενο της υπό σύναψη σύμβασης, φυσικά πρόσωπα, νομικά πρόσωπα ή ενώσεις προσώπων. Οι προσκαλούμενοι φορείς δύνανται να συμμετέχουν είτε μεμονωμένα είτε ως μέλη ένωσης, με συγκεκριμένη κατανομή των αναλαμβανόμενων εργασιών από έναν έκαστο εξ αυτών. Η σύμβαση ανατίθεται με κριτήριο αξιολόγησης την πλέον συμφέρουσα από οικονομική άποψη προσφορά με βάση την τιμή. Η Επιτροπή της παρ. 1 επιλέγει τον ανάδοχο κατά την ανωτέρω περιγραφόμενη διαδικασία σύμφωνα με το περιεχόμενο και τους όρους της σχετικής πρόσκλησης και έχει την υποχρέωση της παρακολούθησης της ορθής εκτέλεσης της σύμβασης από τον ανάδοχο. Η παραλαβή των παραδοτέων γίνεται με ευθύνη της ειδικής επιτροπής παραλαβής που συστήνεται με την απόφαση της παρ. 6.

5. Η προθεσμία άσκησης ενδικοφανών προσφυγών κατά των διαγωνιστικών διαδικασιών της παρ. 3 ορίζεται στο ήμισυ των προθεσμιών των κείμενων διατάξεων.

6. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομικών και Υγείας καθορίζονται οι όροι και προϋποθέσεις ανάθεσης και παροχής των υπηρεσιών της παρ. 3, η διαδικασία διάθεσης των σχετικών πιστώσεων

για την κάλυψη της προκαλούμενης δαπάνης, η σύσταση ειδικής επιτροπής παραλαβής παραδοτέων και οι λοιπές αναγκαίες λεπτομέρειες για την εφαρμογή του παρόντος'.

2. του **ν. 4412/2016 (Α' 147)** «Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών (προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ ΕΕ και 2014/25/ΕΕ)», όπως τροποποιήθηκε και ισχύει,

3. του άρθρου 90 του Κώδικα Νομοθεσίας για την Κυβέρνηση και τα κυβερνητικά όργανα, ο οποίος κυρώθηκε με το άρθρο πρώτο του **π.δ. 63/2005 (Α' 98)** «Κωδικοποίηση της Νομοθεσίας για την Κυβέρνηση και τα Κυβερνητικά όργανα» όπως διατηρήθηκε σε ισχύ με το άρθρο 119 περ. 22 του ν. 4622/2019 (Α' 133) «Επιτελικό κράτος: Οργάνωση, λειτουργία και διαφάνεια της Κυβέρνησης, των κυβερνητικών οργάνων και της κεντρικής δημόσιας διοίκησης»,

4. του **ν. 4622/2019 (Α' 133)** «Επιτελικό κράτος: Οργάνωση, λειτουργία και διαφάνεια της Κυβέρνησης, των κυβερνητικών οργάνων και της κεντρικής δημόσιας διοίκησης»,

5. του **ν. 4270/2014 (Α' 143)** «Αρχές δημοσιονομικής διαχείρισης και εποπτείας (ενσωμάτωση της Οδηγίας 2011/85/ΕΕ) – δημόσιο λογιστικό και άλλες διατάξεις»

6. του **ν. 4172/2013 (Α' 167)** «Φορολογία εισοδήματος, επείγοντα μέτρα εφαρμογής του ν. 4046/2012, του ν. 4093/2012 και του ν. 4127/2013 και άλλες διατάξεις»,

7. του **ν. 2859/2000 (Α' 248)** «Κύρωση Κώδικα Φόρου Προστιθέμενης Αξίας», ως ισχύει,

8. του **π.δ. 80/2016 (Α' 145)** «Ανάληψη υποχρεώσεων από τους διατάκτες»,

9. του **π.δ 121/2017 (Α' 148)** «Οργανισμός του Υπουργείου Υγείας», όπως ισχύει,

10. του **ν. 3861/2010 (Α' 112)** «Ενίσχυση της διαφάνειας με την υποχρεωτική ανάρτηση νόμων και πράξεων των κυβερνητικών, διοικητικών και αυτοδιοικητικών οργάνων στο διαδίκτυο «Πρόγραμμα

“Διαύγεια” και άλλες διατάξεις»,

11. του **ν. 4250/2014 (Α' 74)** «Διοικητικές Απλουστεύσεις - Καταργήσεις, Συγχωνεύσεις Νομικών Προσώπων και Υπηρεσιών του Δημοσίου Τομέα-Τροποποίηση Διατάξεων του Π.Δ. 318/1992 (Α'161) και λοιπές ρυθμίσεις» και ειδικότερα τις διατάξεις του άρθρου 1,

12. του **Ν. 4152/2013 (Α' 107)** «Προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας στην Οδηγία 2011/7 της 16.2.2011 για την καταπολέμηση των καθυστερήσεων πληρωμών στις εμπορικές συναλλαγές»,

13. του **π.δ. 39/2017 (Α' 64)** «Κανονισμός εξέτασης Προδικαστικών Προσφυγών ενώπιον της Αρχής Εξέτασης Προδικαστικών Προσφυγών»,

14. του **ν. 4013/2011 (Α' 204)** «Σύσταση ενιαίας Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Συμβάσεων και Κεντρικού Ηλεκτρονικού Μητρώου Δημοσίων Συμβάσεων και Κεντρικού Ηλεκτρονικού Μητρώου Δημοσίων Συμβάσεων - Αντικατάσταση του έκτου κεφαλαίου του ν. 3588/2007 (πτωχευτικός κώδικας) - Προπτωχευτική διαδικασία εξυγίανσης και άλλες διατάξεις», ως ισχύει,

15. του **ν. 2121/1993 (Α' 25)** «Πνευματική Ιδιοκτησία, Συγγενικά Δικαιώματα και Πολιτιστικά Θέματα»,

16. της υπό στοιχεία **Π1 2380/2012 Κοινής Υπουργικής Απόφασης (Β' 3400)** «Ρύθμιση των ειδικότερων θεμάτων λειτουργίας και διαχείρισης του Κεντρικού Ηλεκτρονικού Μητρώου Δημοσίων Συμβάσεων του Υπουργείου Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων»,

17. του **ν. 4700/2020 (Α' 127)** «Ενιαίο κείμενο Δικονομίας για το Ελεγκτικό Συνέδριο, ολοκληρωμένο νομοθετικό πλαίσιο για τον προσυμβατικό έλεγχο, τροποποιήσεις στον Κώδικα Νόμων για το Ελεγκτικό Συνέδριο, διατάξεις για την αποτελεσματική απονομή της δικαιοσύνης και άλλες διατάξεις»,

18. της υπό στοιχεία **1191/14-3-2017 ΚΥΑ (Β'969)** «Καθορισμός του χρόνου, τρόπου υπολογισμού της διαδικασίας παρακράτησης και απόδοσης της κράτησης 0,06% υπέρ της Αρχής Εξέτασης

Προδικαστικών Προσφυγών (ΑΕΠΠ), καθώς και των λοιπών λεπτομερειών εφαρμογής της παραγράφου 3, του άρθρου 350 του Ν. 4412/2016»,

19. της υπό στοιχεία **57654/22-03-2017 (Β΄ 1781) απόφασης του Υπουργού Οικονομίας και Ανάπτυξης** «Ρύθμιση ειδικότερων θεμάτων λειτουργίας και διαχείρισης του Κεντρικού Ηλεκτρονικού Μητρώου Δημοσίων Συμβάσεων (ΚΗΜΔΗΣ) του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης»,

20. της υπό στοιχεία **56902/215/2017 Υ.Α. (Β΄/1924)** «Τεχνικές λεπτομέρειες και διαδικασίες λειτουργίας του Εθνικού Συστήματος Ηλεκτρονικών Δημοσίων Συμβάσεων (Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ.)»,

21. **του Κανονισμού (ΕΕ) 2016/679** του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Απριλίου 2016 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών και την κατάργηση της οδηγίας 95/46/ΕΚ,

22. του **v. 4624/2019 (Α΄ 137)** «Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα, μέτρα εφαρμογής του Κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Απριλίου 2016 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και ενσωμάτωση στην εθνική νομοθεσία της Οδηγίας (ΕΕ) 2016/680 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Απριλίου 2016 και άλλες διατάξεις»,

23. του **v. 4605/2019 (Α΄ 52)** «Εναρμόνιση της ελληνικής νομοθεσίας με την Οδηγία (ΕΕ) 2016/943 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 8ης Ιουνίου 2016 σχετικά με την προστασία της τεχνολογίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν έχουν αποκαλυφθεί (εμπορικό απόρρητο) από την παράνομη απόκτηση, χρήση και αποκάλυψή τους (EEL 157 της 15.6.2016) - Μέτρα για την επιτάχυνση του έργου του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης και άλλες διατάξεις»,

24. του **π.δ. 83/2019** «Διορισμός Αντιπροέδρου της Κυβέρνησης, Υπουργών, Αναπληρωτών Υπουργών και Υφυπουργών» (Α' 121) - «Διόρθωση σφαλμάτων» (Α' 126),
25. του **άρθρου 5 του π.δ. 81/2019 (Α' 119)** «Σύσταση, συγχώνευση, μετονομασία και κατάργηση Υπουργείων και καθορισμός των αρμοδιοτήτων τους – Μεταφορά υπηρεσιών και αρμοδιοτήτων μεταξύ Υπουργείων»,
26. του **π.δ. 62/2020 (Α' 155)** «Διορισμός Αναπληρωτών Υπουργών και Υφυπουργών»,
27. του **π.δ. 142/2017 (Α' 181)** «Οργανισμός του Υπουργείου Οικονομικών»,
28. της υπό στοιχεία **Υ70/2020 (Β' 4508) απόφασης του Πρωθυπουργού** «Ανάθεση αρμοδιοτήτων στον Αναπληρωτή Υπουργό Οικονομικών, Θεόδωρο Σκυλακάκη»,
29. του **N. 4682/2020 (ΦΕΚ Α'/76/03-04-2020)**, «Κύρωση: α) της από 25.2.2020 Π.Ν.Π. «Κατεπείγοντα μέτρα αποφυγής και περιορισμού της απόδοσης κορωνοϊού» (Α' 42), β) της από 11.3.2020 Π.Ν.Π. «Κατεπείγοντα μέτρα αντιμετώπισης των αρνητικών συνεπειών της εμφάνισης του κορωνοϊού COVID-19 και της ανάγκης περιορισμού της διάδοσής του» (Α' 55) και γ) της από 14.3.2020 Π.Ν.Π. «Κατεπείγοντα μέτρα αντιμετώπισης της ανάγκης περιορισμού της διασποράς του κορωνοϊού COVID-19» (Α' 64), και άλλες διατάξεις»,
30. το **N. 4728/2020 (ΦΕΚ Α'/186/29-09-2020)**, «Άρθρο δέκατο όγδοο. Παράταση ισχύος ρυθμίσεων για την αντιμετώπιση έκτακτων αναγκών λόγω του κορωνοϊού COVID-19»,
31. την κατευθυντήρια **Οδηγία 24 (ΑΔΑ:ΨΟΗ0ΟΞΤΒ-ΦΔ7)** και θέμα «Ειδικά ζητήματα ανάθεσης και διαχείρισης δημοσίων συμβάσεων, στο πλαίσιο της αντιμετώπισης της υγειονομικής κρίσης του ιού COVID-19, καθώς και των μέτρων για την αποτροπή της διασποράς του»,
32. την αριθμ. πρωτ.: **Α1β/Γ.Π.οικ. 81586/17-12-2020 Απόφαση του Υπουργού Υγείας** με θέμα: «Συγκρότηση και ορισμός μελών στην Τριμελή Επιτροπή Οργάνωσης της Εθνικής Εκστρατείας Εμβολιασμού

κατά του κορωνοϊού COVID-19 (Εθνικής Εκστρατείας)», (ΑΔΑ: 6ΖΝΥ465ΦΥΟ-27Ε),

33. την με Αρ.Πρωτ.: **Γ.Π.οικ. 83285/24.12.2020** απόφαση του **Υπουργού Υγείας** με θέμα «Έγκριση σκοπιμότητας η παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών» [ΑΔΑΜ: 20REQ0077931061 2020-12-24, ΑΔΑ: ΨΘ75465ΦΥΟ-8Ν5],

34. την υπό στοιχεία **Δ1α/ΓΠ.οικ. 83217/24.12.2020** κοινή απόφαση του **Αναπληρωτή Υπουργού Οικονομικών και του Υπουργού Υγείας** “Καθορισμός όρων και προϋποθέσεων ανάθεσης και παροχής υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών, καθώς και κάθε άλλης συναφούς υπηρεσίας, θετικής πεποίθησης και ενεργού συμμετοχής των πολιτών στον εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού Covid-19

35. τα από 24-12-2020, 29-12-2020, 30-12-2020,26-2-2021,26-2-202128-2-2021,29-3-2021,17-5-2021,29-6-2021,30-6-2021,1-7-2021 και 30-9-2021,ήτοι αντίστοιχα τα υπ’αριθμ. 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11 και 12 πρακτικά της Τριμελούς Επιτροπής Οργάνωσης Εθνικής Εκστρατείας Εμβολιασμού κατά του ΚΟΡΩΝΟΙΟΥ COVID-19.

36. την υπ’αριθμ. 1/30-12-2020 Απόφαση της Τριμελούς Επιτροπής Οργάνωσης Εθνικής Εκστρατείας Εμβολιασμού κατά του ΚΟΡΩΝΟΙΟΥ COVID-19.

36. την από 5-2-2021 Ανακοίνωση Κατακύρωσης- Πρόσκληση για Σύναψη Σύμβασης της Τριμελούς Επιτροπής Οργάνωσης Εθνικής Εκστρατείας Εμβολιασμού κατά του ΚΟΡΩΝΟΙΟΥ COVID-19.

37. την με αριθμ. Πρωτ. **Β3α/Γ.Π.οικ.12997/26-2-2021** Απόφαση του **Υπηρεσιακού Γραμματέα του Υπουργείου Υγείας**

38. τις αριθμ. **Δ1α/Γ.Π.οικ.9751/16-2-2021** και **Δ1α/ΓΠ.οικ.28176/11-5-2021** (ΦΕΚ 608, 1879 αντίστοιχα) αποφάσεις των **Υπουργών Οικονομικών και Υγείας**

39. τον ν. **4812/30.6.2021**

40. τον ν. **4839/2.10.2021**, άρθρο 33 σύμφωνα με το οποίο : Η ισχύς του άρθρου 74 του ν. 4761/2020 (Α΄248) , ως προς την Εθνική



Εκστρατεία Εμβολιασμού κατά του κορωνοϊού COVID-19 , παρατείνεται από τη λήξη της έως την 31<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2021.

41. των σε εκτέλεση των ανωτέρω νόμων εκδοθεισών κανονιστικών πράξεων, των λοιπών διατάξεων που αναφέρονται ρητά ή απορρέουν από τα οριζόμενα στην πρόσκληση, καθώς και του συνόλου των διατάξεων του ασφαλιστικού, εργατικού, κοινωνικού, περιβαλλοντικού και φορολογικού δικαίου και του νομικού και κανονιστικού πλαισίου που διέπει την ανάθεση και εκτέλεση της παρούσας σύμβασης, έστω και αν δεν αναφέρονται ρητά παραπάνω.

Σύμφωνα με το ως άνω αναφερόμενο θεσμικό πλαίσιο, η Τριμελής Επιτροπή Οργάνωσης της Εθνικής Εκστρατείας Εμβολιασμού κατά του Κορωνοϊού COVID -19 αποφάσισε με την υπ' αριθμ. Πρωτ. ΓΠ.οικ. 83448/24.12.2020 απόφασή της την προσφυγή σε διαδικασία διαπραγμάτευσης χωρίς δημοσίευση για την παροχή υπηρεσιών στο πλαίσιο της Εθνικής Εκστρατείας Εμβολιασμού κατά του κορωνοϊού COVID-19 προϋπολογισθείσας δαπάνης, έως του ποσού των δεκαοκτώ εκατομμυρίων πεντακοσίων χιλιάδων ευρώ (18.500.000€) συμπεριλαμβανομένου Φ.Π.Α. 24% . Η δαπάνη βαρύνει τις πιστώσεις του Α.Λ.Ε. 2420906001 «Έξοδα προβολής, διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων» του Φ./Ε.Φ. 1015-202-0000000.

Το Υπουργείο Υγείας, μέσω της Τριμελούς Επιτροπής Οργάνωσης της Εθνικής Εκστρατείας Εμβολιασμού κατά του κορωνοϊού COVID-19, κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 74 του ν.4761/2020 (Α' 248), προχώρησε στην πρόσκληση για την ανάθεση της παροχής υπηρεσιών στο πλαίσιο της Εθνικής Εκστρατείας Εμβολιασμού κατά του κορωνοϊού COVID-19 με αντικείμενο τη διαμόρφωση θετικής πεποίθησης και ενεργού συμμετοχής των πολιτών στον εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού COVID-19 και ειδικότερα, ως προς το σκέλος της προβολής των μηνυμάτων της

εκστρατείας ενημέρωσης των πολιτών για τον έγκαιρο εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού COVID-19 και την εν γένει προβολή των μηνυμάτων της Εθνικής Εκστρατείας, προϋπολογισθείσας δαπάνης, ως αναφέρθηκε ανωτέρω ήδη, έως του ποσού των 18.500.000 εκατομμυρίων ευρώ.

Εν συνεχεία η Αναθέτουσα Αρχή, ήτοι το Υπουργείο Υγείας και η Ανάδοχος Εταιρεία "TEMPO OPTIMUM MEDIA DIRECTION HELLAS Ανώνυμη Εταιρεία Διαφημιστικών Υπηρεσιών-WAVEMAKER Ελλάς Ανώνυμος Εταιρεία Προγραμματισμού και Αγοράς Διαφημιστικού Χώρου και Χρόνου στα ΜΜΕ, Δημιουργίας Περιεχομένου και Τεχνολογίας" προχώρησαν στην υπογραφή της από 8.2.2021 σύμβασης, λαμβάνοντας καταρχήν υπόψη :

1. Το π.δ. 83/2019 (Α'121) «Διορισμός Αντιπροέδρου της Κυβέρνησης, Υπουργών, Αναπληρωτών Υπουργών και Υφυπουργών».
2. Την με Αρ.Πρωτ. Γ.Π οικ. 83285 απόφαση του Υπουργού Υγείας με θέμα «Έγκριση σκοπιμότητας για την παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας των πολιτών, για τον έγκαιρο εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού Covid-19 και την προβολή μηνυμάτων και της εθνικής εκστρατείας κατά του κορωνοϊού Covid-19 στο σύνολο των ΜΜΕ» (ΑΔΑ:ΨΘ75465ΦΥΟ-8Ν5)».
3. Την με Αρ.Πρωτ. Δ1α/ΓΠ οικ.83217 απόφαση του Υπουργού Υγείας με θέμα «Καθορισμός όρων και προϋποθέσεων ανάθεσης και παροχής υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών καθώς και κάθε άλλης συναφούς υπηρεσίας, που απαιτείται για την υλοποίησή τους για την προστασία της δημόσιας υγείας και τη διαμόρφωση θετικής πεποίθησης και ενεργού συμμετοχής των πολιτών στον εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού Covid-19».
4. Την αριθμ. πρωτ. ΓΠ οικ. 83448/24.12.2020 απόφαση με θέμα: «Πρόσκληση σε διαπραγμάτευση χωρίς προηγούμενη δημοσίευση, παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας των πολιτών, για τον έγκαιρο

εμβολιασμό έναντι του Covid-19 και την προβολή μηνυμάτων και της εθνικής εκστρατείας κατά του κορωνοϊού Covid-19 στο σύνολο των ΜΜΕ».

5. Την υπ' αριθμ. 1/30.12.2020 απόφαση με την οποία κατακυρώθηκε το αποτέλεσμα της διαδικασίας διαπραγμάτευσης χωρίς δημοσίευση σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 32 του Ν. 4412/2016.

6. Την αριθμ. 28/2021 Πράξη του Ζ' Κλιμακίου του Ελεγκτικού Συνεδρίου σύμφωνα με την οποία:

*...δεν κωλύεται η υπογραφή του ελεγχόμενου σχεδίου σύμβασης μεταξύ του Υπουργείου Υγείας και της Ένωσης εταιρειών TEMPO OMD HELLAS A.E. και WAVEMAKER HELLAS A.E., με αντικείμενο την παροχή “ υπηρεσιών επικοινωνίας των πολιτών για τον έγκαιρο εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού COVID-19 και την προβολή των μηνυμάτων της Εθνικής Εκστρατείας κατά του κορωνοϊού Covid-19 στο σύνολο των ΜΜΕ.*

7. Την από 5.2.2021 ανακοίνωση κατακύρωσης της Αναθέτουσας Αρχής προς τον Προμηθευτή.

Σύμφωνα με την ανωτέρω σύμβαση και ειδικότερα το άρθρο 2, αντικείμενο αυτής αποτελεί η υπηρεσία, όπως περιγράφεται στο άρθρο 2 της πρόσκλησης και συγκεκριμένα: αντικείμενο της σύμβασης είναι η παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών, που συνίστανται ειδικότερα στην εκπόνηση σχεδίου εκστρατείας επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών, καθώς και κάθε άλλης συναφούς υπηρεσίας που απαιτείται για την έγκαιρη υλοποίηση αυτής, για την προστασία της δημόσιας υγείας, τη λήψη μέτρων για την αποτροπή διασποράς του κορωνοϊού COVID-19 και κυρίως την ενημέρωση των πολιτών για τον εμβολιασμό, τον τρόπο διεξαγωγής του και κάθε σχετική χρήσιμη πληροφορία. Το αντικείμενο καταλαμβάνει:

α) στο σχεδιασμό της τοποθέτησης, του χρόνου και χώρου προβολής και του τρόπου προβολής στο σύνολο των Μέσων Μαζικής

Ενημέρωσης και Επικοινωνίας κατά παρέκκλιση ειδικότερων διατάξεων που αφορούν στη μετάδοση των σχετικών μηνυμάτων από αυτά.

β) στη διαμόρφωση του σχεδιασμού και της τοποθέτησης στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης με την ενδεδειγμένη παραμετροποίηση, που αφορά όλες τις ομάδες αποδεκτών και συγκεκριμένα τις πληθυσμιακές ομάδες που ορίζονται στο πλαίσιο της παρ. 1 του άρθρου 74 του ν.4761/2020, με κριτήρια την τηλεθέαση των τηλεοπτικών σταθμών, βάσει της διαθέσιμης μέτρησης από ανεξάρτητο φορέα, όπου αυτός υφίσταται, ή με κριτήρια δημοφιλίας, καθώς και με αναφορά στον βαθμό ανταπόκρισης και απήχησης σε κάθε ηλικιακή ομάδα, συμπράττοντα φορέα κοκ ανωτέρω κατά τον αποτελεσματικότερο οικονομικά τρόπο.

Για τα ως άνω θα υποβληθούν από την Ανάδοχο αντίστοιχα παραδοτέα. Ως συναφής υπηρεσία λογίζεται η υπηρεσία παρακολούθησης της ομαλής υλοποίησης της εκστρατείας με την προσκόμιση στοιχείων, μετρήσεων και αναφορών απόδοσης, καθώς και βεβαιώσεων καλής εκτέλεσης με βάση τις οποίες γίνεται η αποπληρωμή των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας που μεταδίδουν τα σχετικά μηνύματα, καθώς και κάθε άλλη τυχόν αναγκαία υπηρεσία για την υλοποίηση αυτής.

Στο πλαίσιο της εν λόγω υπηρεσίας, ο Ανάδοχος-Πάροχος υπηρεσιών:

(α) διενεργεί διαπραγματεύσεις με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και κάθε μέσο προβολής για λογαριασμό της αναθέτουσας αρχής επί των οικονομικών και λοιπών όρων και προϋποθέσεων προβολής/μετάδοσης του ενημερωτικού υλικού προκειμένου να επιτευχθούν οι πλέον συμφέρουσες τιμές σε συνδυασμό με την καλύτερη δυνατή θέση προβολής για την μετάδοση των μηνυμάτων της εκστρατείας προς όφελος των πολιτών και της ενημέρωσής τους και τις

απαραίτητες αγορές χρόνου και χώρου καθώς και τις τροποποιήσεις αυτών,

(β) διενεργεί έλεγχο της προβολής/μετάδοσης του ενημερωτικού υλικού από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης,

(γ) διενεργεί ποιοτικό και ποσοτικό έλεγχο - αξιολόγηση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης,

(δ) διενεργεί έλεγχο των προσκομισθέντων παραστατικών από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και παρέχει αναλυτική πληροφόρηση στην Αναθέτουσα Αρχή.

Τα μηνύματα της εκστρατείας επικοινωνίας και ενημέρωσης μεταδίδονται από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης σύμφωνα με την υποβληθείσα από τον Ανάδοχο πρόταση που θα περιλαμβάνει τον τρόπο, τη θέση προβολής και τη συχνότητα μετάδοσης και κατά παρέκκλιση ειδικότερων διατάξεων που αφορούν στη μετάδοση των σχετικών μηνυμάτων από αυτά.

Το αντικείμενο των παρεχόμενων υπηρεσιών εξειδικεύεται περαιτέρω σύμφωνα με τα άρθρα του Ν. 4412/2016 , και με το περιεχόμενο της υποβληθείσας προσφοράς του Αναδόχου της υπηρεσίας, η οποία αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της παρούσης σύμβασης.

Η Σύμβαση περιλαμβάνει το σύνολο των συμφωνηθέντων μεταξύ των συμβαλλομένων μερών καθώς και τους όρους και προϋποθέσεις για την υλοποίηση του αναληφθαισόμενου έργου παροχής των υπηρεσιών από τον Ανάδοχο σύμφωνα με τους όρους της πρόσκλησης και κατισχύει κάθε άλλου εγγράφου.

Συμπληρωματικά εφαρμόζονται τα προβλεπόμενα στην απόφαση κατακύρωσης της προμήθειας στον Πάροχο της υπηρεσίας και της πρόσκλησης για προσφυγή σε διαπραγμάτευση χωρίς δημοσίευση του

άρθρου 32 παρ. 2 περ.γ' του Ν. 4412/16. Η υποβληθείσα από τον Πάροχο της υπηρεσίας προσφορά, κατά τα σημεία που δεν καλύπτεται από την παρούσα σύμβαση είναι δεσμευτική για τον Πάροχο της υπηρεσίας και επ' ωφελεία της Αναθέτουσας Αρχής.

Εν συνεχεία σύμφωνα με το Άρθρο 3 της σύμβασης, Χρόνος Παράδοσης της Υπηρεσίας ορίστηκε ως εξής:

1.Οι παρεχόμενες υπηρεσίες-το συμβατικό αντικείμενο ορίζεται από την υπογραφή της σύμβασης έως και την 30<sup>η</sup> Ιουνίου 2021 και ανάλογα με τις ανάγκες για τη διαμόρφωση θετικής πεπτοίθησης και ενεργού συμμετοχής των πολιτών στον εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού Covid 19, όπως θα καθορισθούν από το Υπουργείο.

2.Η παραλαβή διενεργείται από την Επιτροπή Παραλαβής που συγκροτείται με απόφαση της Αναθέτουσας Αρχής, η οποία θα συντάσσει σχετικό πρακτικό παραλαβής. Ο έλεγχος της καλής εκτέλεσης της παρασχεθείσας ανωτέρω υπηρεσίας όπως περιγράφεται στο άρθρο 2 της πρόσκλησης και στο άρθρο 2 της παρούσας θα γίνεται από την αρμόδια Τριμελή Επιτροπή Οργάνωσης της Εθνικής Εκστρατείας.

3.Σε περίπτωση που η αρμόδια Επιτροπή κρίνει ότι δεν παραδόθηκαν οι υπηρεσίες όπως προβλέπονται από τους όρους της Πρόσκλησης με υπαιτιότητα του Πάρoχου της υπηρεσίας , θα εφαρμόζονται τα προβλεπόμενα στο Ν. 4412/16 άρθρο 207.

Σύμφωνα με το άρθρο 4 οι υπηρεσίες - παραδοτέα με την τεκμηρίωση υλοποίησής τους θα παραληφθούν από Επιτροπή Παραλαβής που θα συσταθεί από την Αναθέτουσα Αρχή σύμφωνα με τις σχετικές διατάξεις, εντός δέκα (10) ημερών από την υπογραφή της παρούσης.

Περαιτέρω σύμφωνα με το άρθρο 5:

1.Η παρακολούθηση της καλής εκτέλεσης της σύμβασης για την λήψη των ανωτέρω οριζόμενων υπηρεσιών θα διενεργείται από την Τριμελή

Επιτροπή Οργάνωσης της Εθνικής Εκστρατείας με τη διοικητική συνδρομή της Διεύθυνσης Δημόσιας Υγείας του Υπουργείου Υγείας.

2. Αρμόδια για την παρακολούθηση, τον έλεγχο της πορείας υλοποίησης της υπηρεσίας και τη διατύπωση σχετικών παρατηρήσεων, είναι η Τριμελής Επιτροπή Οργάνωσης της Εθνικής Εκστρατείας.

3. Η Επιτροπή Παραλαβής, εφόσον διαπιστώσει: 1) την εμπρόθεσμη παράδοση, 2) την ολοκλήρωση της εκάστοτε τμηματικής υπηρεσίας, συντάσσει πρωτόκολλο παραλαβής. Τέλος σύμφωνα με το άρθρο 7: η αμοιβή που θα καταβληθεί από την Αναθέτουσα Αρχή στον Πάροχο της υπηρεσίας ανέρχεται συνολικά έως του ποσού των τριακοσίων ενενήντα εννέα χιλιάδων τριακοσίων ενός ευρώ και σαράντα επτά λεπτών (399.301,47€) πλέον ΦΠΑ εκ ποσοστού 24 % (ποσού 95.832,35) ήτοι συνολικού ποσού 495.133,82€. Το εν λόγω συνολικό ποσό θα τιμολογηθεί από τις εταιρείες μέλη του Αναδόχου, όπως αναλυτικά προκύπτει από το από 28.12.2020 συμφωνητικό της Ένωσης ως ακολούθως: ποσό έως 259.301,47€ πλέον ΦΠΑ 24% ήτοι 321.533,82€ από την πρώτη εταιρεία της Ένωσης TEMPO OMD HELLAS A.E. και ποσό έως 140.000€ πλέον ΦΠΑ ήτοι 173.600€ από την δεύτερη εταιρεία WAVEMAKER ΕΛΛΑΣ Α.Ε. Η συνολική δαπάνη των παρεχόμενων υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένης της αμοιβής των ΜΜΕ, κάθε φόρου και οφειλής προς τον Ανάδοχο, το Δημόσιο και κάθε τρίτο ανέρχεται σε ποσό έως δεκατεσσάρων εκατομμυρίων πεντακοσίων είκοσι χιλιάδων πενήντα τριών ευρώ και τριάντα τριών λεπτών (14.520.053,33€) πλέον ΦΠΑ εκ ποσοστού 24% (ποσού 3.484.812,80€), ήτοι συνολικώς ποσό 18.004.866,13€. Το εν λόγω συνολικό ποσό των έως 18.004.866,13€ θα τιμολογηθεί από τους τρίτους και τα ΜΜΕ στην Αναθέτουσα Αρχή και δεν συμπεριλαμβάνει την αναφερθείσα παραπάνω αμοιβή του Αναδόχου – Παρόχου της υπηρεσίας.

Η πληρωμή θα πραγματοποιείται ύστερα από κάθε ολοκλήρωση της υπηρεσίας και μετά την κάθε φορά οριστική ποιοτική και ποσοτική παραλαβή της υπηρεσίας από την αρμόδια επιτροπή Παρακολούθησης και Παραλαβής καθώς και την έκδοση του αντίστοιχου παραστατικού σχετικού με την παραδοθείσα ποσότητα, το είδος και το ποσόν.

### **3. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΜΑΡΤΥΡΙΚΩΝ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΔΕΙΚΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ**

#### **α. Μάρτυρας κ. Σάββας Νικολάου**

Από τη μαρτυρική κατάθεση του κ. **Σάββα Νικολάου**, γενικού επιχειρησιακού και οικονομικού διευθυντή και εκπροσώπου της εταιρείας TEMPO OMD, η οποία αποτελεί μέλος της ένωσης των εταιρειών (TEMPO OMD- WAVEMAKER ΕΛΛΑΣ), που ανέλαβε να υλοποιήσει την υλοποίηση της εμβολιαστικής εκστρατείας προέκυψε καταρχάς, ότι η υλοποίηση της σύμβασης που συνήφθη με την ένωση εταιρειών TEMPO-WAVEMAKER έγινε σύμφωνα με την προβλεπόμενη προκήρυξη:

#### **ΣΑΒΒΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΥ (Μάρτυς):**

*...η προκήρυξη του Υπουργείου Υγείας αφορούσε πρόσκληση σε απευθείας διαπραγμάτευση και απευθύνθηκε στο σύνολο της ελληνικής αγοράς media, στηρίχτηκε στο νομικό πλαίσιο του ν.4671/20, αρ 74, παίρνοντας έγκριση και από το Ελεγκτικό Συνέδριο...*

*...στην προκήρυξη υπήρχε στόχος, brief και ήταν προαπαιτούμενα τα κριτήρια με βάση τα οποία θα έπρεπε να κινηθεί όποιος πάρει τον διαγωνισμό, τεχνοκρατικά, οικονομικά, ποιοτικά κριτήρια, τα οποία θα*



*έπρεπε να απαντηθούν και η όποια πρόταση να τεκμηριωθεί. Η οποιαδήποτε μιντιακή πρόταση θα γινόταν από την πλευρά αυτού που θα έπαιρνε τον διαγωνισμό και η οποία προφανώς θα στηριζόταν στα γνωστά σε εμάς εργαλεία και στις έρευνες που υπάρχουν στην αγορά...*

Σε ερώτηση σχετικά με τον στόχο της εμβολιαστικής εκστρατείας ο μάρτυρας ανέφερε ότι η καμπάνια δομήθηκε σε τρεις πυλώνες λέγοντας ότι:

**ΣΑΒΒΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΥ (Μάρτυς):**

*...ο πρώτος πυλώνας αυτός, ήταν προφανές ότι απευθύνεται σε όλο το ενήλικο κοινό και αναφέρομαι στο κοινό, γιατί με βάση το κοινό είναι διαφορετική και η στόχευση κάθε φορά και διαφορετική και η χρήση μέσων. Ο δεύτερος πυλώνας ήταν η ανάπτυξη ενός πλήρους επιχειρησιακού σχεδίου με προτροπή της συμμετοχής και τη διατήρηση της κουλτούρας αυτοπροστασίας.*

*Σε αυτή τη φάση η στόχευση αφορούσε ειδικά κοινά, ειδικές ομάδες, ευπαθείς ομάδες και ανάλογα πώς άνοιγαν οι πλατφόρμες, ηλικιακές πλατφόρμες, διαφορετική στόχευση και διαφορετικές ομάδες κοινού. Στο τέλος υπήρχε η προτροπή για συμμετοχή, απαντήσεις σε ερωτήσεις, ανησυχίες, προβλήματα, έτσι ώστε να εμπεδωθεί το αίσθημα της ασφάλειας.*

*Ο βασικός στόχος σε αυτήν την υπόθεση ήταν η κινητοποίηση όλων των φορέων δράσεων και δημοσίων και ιδιωτικών, πολιτικών κομμάτων, δημοτικών αρχών, πανεπιστημιακών φορέων, οργανώσεων γιατρών κ.λπ. με συνεχή ενημέρωση η οποία αποσκοπούσε στην ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης, του κοινού στόχου κάθε φορά, για τη δημιουργία θετικής γνώμης και στάσης απέναντι στον εμβολιασμό και εντέλει στη μεγιστοποίηση των συμμετεχόντων στον εμβολιασμό...*

Επιπρόσθετα, ο μάρτυρας περιέγραψε ενδελεχώς τη διαδικασία ανάθεσης και διανομής του διαφημιστικού υλικού στα μιντιακά μέσα, η οποία εμπεριείχε την υποβολή, ανά δίμηνο, πλήρως αιτιολογημένου φακέλου προς της Επιτροπή Παρακολούθησης του έργου, συναφούς έκθεσης και του στρατηγικού πλάνου ανά κατηγορίας μέσου. Κατόπιν τούτων, ζητείτο προέγκριση και η Επιτροπή αναλόγως, προέβαινε σε απόφαση έγκρισης, όπου και με βάση αυτή υλοποιούταν ο στόχος του διμήνου:

### **ΣΑΒΒΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΥ (Μάρτυς):**

*...η συγκεκριμένη διαδικασία ξεκίνησε περίπου στις 23 ή 24 Δεκεμβρίου με μία προκήρυξη που έβγαλε το Υπουργείο Υγείας, η οποία ήταν πρόσκληση σε απευθείας διαπραγμάτευση η οποία απευθύνθηκε στο σύνολο της ελληνικής αγοράς media. Λέω στο σύνολο γιατί απευθύνθηκε σε έξι media agencies τα οποία με τα στοιχεία που είναι γνωστά αντιπροσωπεύουν πάνω από το 90%-95% της ελληνικής διαφημιστικής αγοράς. Για διάφορους λόγους, παρόλο που το θέμα, το αντικείμενο της επερχόμενης σύμβασης ήταν εξόχως εθνικό, μ' ένα τεράστιο κοινωνικό μήνυμα, διάφορες είτε δυσκαμψίες από τα πολυεθνικά δίκτυα –γιατί όλα τα δίκτυα τα οποία κλήθηκαν να σημειώσω ότι είναι μεγάλα πολυεθνικά διαφημιστικά μιντιακά δίκτυα- είτε με δυσκαμψίες που υπήρχαν από τα δίκτυά τους είτε για άλλους λόγους χρόνου, διότι ήταν μια πρόσκληση 24 Δεκεμβρίου, αν δεν κάνω λάθος, που θα έπρεπε σε πέντε μέρες να προσκομιστεί η μιντιακή πρόταση, αποχώρησαν οι τέσσερις από τους έξι και εν τέλει μείναμε η TEMPO ND και η WAVEMAKER. Σ' αυτήν την πρόσκληση απευθυνθήκαμε, κατέληξαν, δημιουργήσαμε μια ένωση εταιρειών στις 28 Δεκεμβρίου και στις 29 Δεκεμβρίου καταθέσαμε την πρότασή μας...*

...

*...στη συνέχεια και πριν ανατεθεί οποιαδήποτε εργασία, γνωρίζω ότι η συγκεκριμένη προκήρυξη μπήκε στο Ελεγκτικό Συνέδριο και πήρε «πράσινο φως» και έγκριση από το Ελεγκτικό Συνέδριο και απ' όσο ξέρω και αν θυμάμαι καλά και από την Ελληνική Βουλή...*

Εν συνεχεία η ένωση εταιρειών (TEMPO ND και WAVEMAKER) ήρθε σε άμεση επικοινωνία με την τριμελή Επιτροπή δηλώνοντας μάλιστα ότι:

**ΣΑΒΒΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΥ (Μάρτυς):**

*...Υπήρξε επαφή σε κάθε περίπτωση. Δεν μπορούσε να είναι διαφορετικά. Αλλά ξαναλέω ότι τα έγγραφα, τα documents, στα οποία στηρίχθηκε και ξεκίνησε όλη αυτή η διαδικασία περιέγραφαν και τον σκοπό και το brief και τα κοινά και τους τρόπους που θα έπρεπε να προσεγγιστούν τα πράγματα. Ως εκ τούτου να σας πω τη μαύρη αλήθεια περισσότερο μας προβλημάτισε στη συνέχεια, στη φάση της υλοποίησης, διαδικαστικά θέματα, τιμολογήσεις, πληρωμές και άλλα πράγματα παρά η ουσία, η «μιντιακή», της καμπάνιας, το πώς εξελίχθηκε η καμπάνια...*

Συμπερασματικά, η καμπάνια που κλήθηκε να φέρει εις πέρας η εν λόγω ένωση εταιρειών είχε τρεις πυλώνες. Ξεκίνησε με τη δημιουργία εμβολιαστικής κουλτούρας και συνείδησης και αισθήματος αναγκαιότητας του εμβολιασμού. Ο πρώτος πυλώνας απευθυνόταν σε όλο το ενήλικο κοινό επισημαίνοντας ότι με βάση το κοινό είναι διαφορετική και η στόχευση κάθε φορά και διαφορετική και η χρήση μέσων. Ο δεύτερος πυλώνας ήταν η ανάπτυξη ενός πλήρους επιχειρησιακού σχεδίου με προτροπή της συμμετοχής και τη διατήρηση της κουλτούρας αυτοπροστασίας. Σε αυτή τη φάση η στόχευση

αφορούσε ειδικά κοινά, ειδικές ομάδες, ευπαθείς ομάδες και ανάλογα πώς άνοιγαν οι πλατφόρμες, ηλικιακές πλατφόρμες, διαφορετική στόχευση και διαφορετικές ομάδες κοινού. Στο τέλος, ως τρίτος πυλώνας, υπήρχε η προτροπή για συμμετοχή, απαντήσεις σε ερωτήσεις, ανησυχίες, προβλήματα, έτσι ώστε να εμπεδωθεί το αίσθημα της ασφάλειας.

Ο βασικός στόχος ήταν η κινητοποίηση όλων των φορέων δράσεων και δημοσίων και ιδιωτικών, πολιτικών κομμάτων, δημοτικών αρχών, πανεπιστημιακών φορέων, οργανώσεων γιατρών κ.λπ. με συνεχή ενημέρωση η οποία αποσκοπούσε στην ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης, του κοινού στόχου κάθε φορά, για τη δημιουργία θετικής γνώμης και στάσης απέναντι στον εμβολιασμό και εντέλει στη μεγιστοποίηση των συμμετεχόντων στον εμβολιασμό.

Οι υπηρεσίες της Ένωσης Εταιρειών ήταν υπηρεσίες κλασικές, δηλαδή media strategic planning, buying και booking. Η εκστρατεία είχε διάρκεια έξι με επτά μήνες, χρησιμοποιήθηκαν 21 δημιουργικά και απλώθηκε, όπως χαρακτηριστικά δήλωσε ο μάρτυς, σε όλα τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, δηλαδή 1.265 στον αριθμό.

Ο κ. Νικολάου επεσήμανε αναφορικά με την εταιρεία για την οποία κλήθηκε να καταθέσει ως εκπρόσωπος ότι:

**ΣΑΒΒΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΥ (Μάρτυς):**

*...η εταιρεία στην Ελλάδα, η TEMPO MD σαν αυτόνομη εταιρεία -γιατί μιλάμε, υπάρχουν δίκτυα και συμπράξεις που εκφράζονται με μία, δύο, ή τρεις εταιρείες στην Ελλάδα- η TEMPO ως OMD ως αυτόνομες εταιρείες είναι η μεγαλύτερη εταιρεία που υπάρχει στην Ελλάδα. Διαχειρίζεται 120 ως 150 εκατομμύρια ευρώ κάθε χρόνο. Είμαστε εβδομήντα, ογδόντα άνθρωποι. Είναι το πιο πολυβραβευμένο δίκτυο*

στην Ελλάδα. Τα τελευταία έξι από τα επτά χρόνια είμαστε η καλύτερη εταιρεία Media στην Ελλάδα από τον σχετικό διαγωνισμό που γίνεται κάθε χρόνο από την ΕΔΕΕ. Πελάτες μας είναι το 25% της ελληνικής αγοράς...

Ερωτηθείς για την κατανομή, τον στρατηγικό σχεδιασμό αλλά και τα μέσα ενημέρωσης, δήλωσε:

**ΣΑΒΒΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΥ (Μάρτυς):**

...Η διαδικασία έχει ως εξής από τη στιγμή που μας ανατέθηκε και υπογράψαμε τη σύμβαση: Υποβάλαμε στην αρχή κάθε διμήνου έναν πλήρη φάκελο με αιτιολόγηση, με έκθεση, με ένα στρατηγικό πλάνο ανά κατηγορία μέσου. Ξέχασα να πω αλλά ήταν προφανές ότι υπήρχαν μέσα πανελλαδικά, τοπικά και περιφερειακά παντού, στα χίλια εξακόσια πενήντα τέσσερα μέσα όπως σας είπα, υπήρχαν παντού σε όλες τις κατηγορίες, πανελλαδικά τοπικά και περιφερειακά μέσα. Υποβαλλόταν, λοιπόν, για προέγκριση μια έκθεση όπου από πριν μας είχαν δώσει από τη διαφημιστική εταιρεία τα θέματα τα δημιουργικά, με βάση τις ανάγκες οι οποίες είχαν προκύψει από πριν από την εθνική επιτροπή εμβολιασμού, για το τι έπρεπε να ειπωθεί και ποια κοινά να προσεγγιστούν με το δημιουργικό. Έχοντας στα χέρια μας τα δημιουργικά, υποβάλλαμε μια έκθεση στην οποία ζητούσαμε προέγκριση, η οποία είχε ένα γενικό πλάνο στρατηγικό, δηλαδή σπάσιμο μέσα σε όλες τις εβδομάδες του διμήνου ανά κατηγορία μέσου, ανά είδος μέσου, Αθήνα, πανελλαδικά, τοπικά, περιφερειακά και πίσω από αυτό ένας μεγάλος ενδεικτικός κατάλογος των μέσων τα οποία θα χρησιμοποιούσαμε. Αυτή η πρόταση κοστολογημένη πήγαινε στην επιτροπή και η επιτροπή μάς έστελνε απόφαση έγκρισης αυτής της

*καμπάνιας του διμήνου. Με βάση αυτό ξεκινούσαμε και υλοποιούσαμε τον στόχο αυτού του διμήνου...*

Επιπρόσθετα σε ερώτηση σχετικά με τον εάν διαπίστωσε στη διαδικασία διανομής κάποιες ανισότητες μεταξύ των μέσων δήλωσε:

**ΣΑΒΒΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΥ (Μάρτυς):**

*...Όχι, νομίζω -και επιτρέψτε μου τον αστεϊσμό-, δεν είναι αστεϊσμός-, το ότι αυτή η διαδικασία και όλη αυτή η καμπάνια και η προσπάθεια δεν έλαβε ονοματεπώνυμο, νομίζω είναι η μεγαλύτερη αξία το ότι δεν δημιούργησε κανένα θέμα...*

Κατά τον μάρτυρα, η όλη διαδικασία, από την αρχή μέχρι το τέλος, είχε μια συνέπεια και μια συνέχεια: από την προκήρυξη, στην έγκριση του Ελεγκτικού Συνεδρίου, στη σύμβαση, σε όλα τα έγγραφα τα οποία υπάρχουν. Επεσήμανε δε πως η καμπάνια πέτυχε όλους τους στόχους που είχαν τεθεί. Έπιασε υψηλούς βαθμούς κάλυψης και μάλιστα στο 2 και 3 plus, δηλαδή πόσες φορές είδε το μήνυμα το δυνητικό κοινό το οποίο τέθηκε ως στόχος.

Ερωτηθείς σχετικά με το αν, κατά την γνώμη του, το κόστος της εμβολιαστικής εκστρατείας ήταν υψηλό ο κ. Νικολάου απάντησε ότι:

**ΣΑΒΒΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΥ (Μάρτυς):**

*...σε επίπεδο ουσίας και έχοντας εικόνα από μεγάλες αγορές και συγκριτικά με άλλες χώρες, θεωρώ ότι το κόστος, όχι, δεν είναι μεγάλο...*

ενώ απάντησε θετικά και ως προς τα αποτελέσματα της εμβολιαστικής καμπάνιας, αξιολογώντας τόσο με μιντιακούς όρους, καθώς όπως δήλωσε, *επετεύχθησαν όλοι οι στόχοι που είχαν τεθεί*, αλλά και με όρους ουσίας, καθώς έχουν σωθεί χιλιάδες ζωές από τον εμβολιασμό.

Ο μάρτυρας ξεκαθάρισε ότι οι επαφές του με το Υπουργείο και τα μέλη της Επιτροπής κινήθηκαν κατ' αποκλειστικότητα στο πλαίσιο του επαγγελματισμού.

Ως προς τα μέσα ενημέρωσης που επιλέχθηκαν για να μεταδώσουν τα μηνύματα της καμπάνιας, ο κ. Νικολάου διευκρίνισε ότι

#### **ΣΑΒΒΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΥ (Μάρτυς):**

*...δεν αποκλείστηκε σχεδόν κανένα μέσο, αλλά ούτε και υπήρξε έξωθεν πολιτική παρέμβαση για τον αποκλεισμό κάποιου. Η όλη διαδικασία είχε συνέχεια, συνέπεια, παντού, από την αρχή μέχρι το τέλος...*

Πριμοδοτήθηκαν ωστόσο τα ενημερωτικά, βάσει των κριτηρίων που εκ των προτέρων είχαν τεθεί εκ της προκήρυξης. Παρόλα αυτά, όπως κατέθεσε, αποκλείστηκαν 2 μιντιακά μέσα, λόγω του αντιεμβολιαστικού περιεχομένου τους, από την ίδια την ανάδοχο, χωρίς παρέμβαση από την πολιτική ηγεσία ή από την αναθέτουσα αρχή.

Ο μάρτυρας προσκόμισε στοιχεία κατανομής της συνολικής δαπάνης της εμβολιαστικής καμπάνιας, σχετικά με τη διανομή τους στον έντυπο,

ραδιοφωνικό και γνωστοποιώντας ότι η κατανομή ακολούθησε την αρχή της αναλογικότητας.

Σε ερώτηση αν διαπίστωσε κάποια παρατυπία ή αν υπήρξε σχετική καταγγελία, ο κ. Νικολάου απάντησε:

**ΣΑΒΒΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΥ (Μάρτυς):**

*...όχι, δεν έχει υποπέσει κάτι στην αντίληψη μου», ενώ ανέφερε και ότι «ισχυρίζομαι απόλυτα ότι τα χρήματα που δαπάνησε ο ελληνικός λαός για τη διεξαγωγή της καμπάνιας είχαν αντίκρισμα και στο τελευταίο ευρώ...*

**Συμπερασματικά, από το σύνολο της κατάθεσης του κ. Νικολάου ενώπιον της Εξεταστικής Επιτροπής δε διαπιστώθηκε καμία παρατυπία, αναφορικά με την ανάθεση και τη διεξαγωγή της σύμβασης, τόσο υπό το σκέλος της τήρησης των τυπικών προϋποθέσεων, όσο και από άποψη ουσίας. Παράλληλα, δεν τεκμηριώνεται καμία υπόνοια για κατασπατάληση και διασπάθιση δημοσίου χρήματος, καθώς και επηρεασμού ή χειραγώγησης των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Αντίθετα, διαπιστώθηκε, βάσει της κατάθεσης, η νομιμότητα στο πλήρες εύρος διεξαγωγής των διαδικασιών και η αποτελεσματικότητα της εμβολιαστικής καμπάνιας.**

**β. Μάρτυρας κ. Δημήτριος Πανταζής**

Κατά την κατάθεση του, ο κ. **Δημήτριος Πανταζής**, μέλος της τριμελούς Επιτροπής Σχεδιασμού και Παρακολούθησης καλής



εκτέλεσης της ενημερωτικής εκστρατείας για τον εμβολιασμό, διευκρίνισε την υπηρεσιακή του θέση και τις αρμοδιότητές του στην Επιτροπή Παρακολούθησης και Εκτέλεσης της εκστρατείας για τον εμβολιασμό, αποσαφηνίζοντας παράλληλα και τις αρμοδιότητες της εν λόγω Επιτροπής, εστιάζοντας ιδιαίτερα στην αρμοδιότητα του ελέγχου εκτέλεσης του έργου.

Σε σχετική ερώτηση, ο μάρτυρας επανέλαβε, ότι τα κριτήρια επιλογής των Μέσων, που θα αναμετέδιδαν τα εμβολιαστικά μηνύματα καθορίστηκαν στη βάση ποσοτικών, ποιοτικών και τεχνοκρατικών μετρήσεων από την προκήρυξη και εφαρμόστηκαν από την ανάδοχο εταιρεία (TEMPO- WAVEMAKER), όντας απολύτως συγκεκριμένα:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΠΑΝΤΑΖΗΣ (Μάρτυς):**

*...Ο στόχος, όπως σας είπα, ήταν γενικά ενημερωτικός, με όλες τις μορφές ενημέρωσης. Συμμετείχαν τα μέσα όλα, κυριολεκτικά. Ήταν το κομμάτι του να βάλουμε το concept, όταν λέμε concept εννοούμε τι θα είναι αυτό που θέλουμε να προωθήσουμε, προκειμένου να παρακινήσουμε τον κόσμο να εμβολιαστεί...*

...

*...ο στόχος ήταν και ενημερωτικός ώστε να μάθει ο κόσμος πώς θα γίνεται η διαδικασία...*

Σε ερώτηση που του τέθηκε σε ενδεχόμενο ύπαρξης δωρεών, ο ίδιος κατέθεσε:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΠΑΝΤΑΖΗΣ (Μάρτυς):**

*...Δωρεά υπήρχε από το Ωνάσειο, όσον αφορά την υλοποίηση του concept. Δηλαδή, πλήρωσε την εταιρεία που θα μεταμόρφωνε την*

σκέψη μας, σε εικόνα, σε μήνυμα κ.λπ. Αυτό ήταν δωρεά του Ωνασείου...

Σχετικά με το ποια ήταν τα στοιχεία επιλογής των εταιρειών, ο μάρτυς κατέθεσε χαρακτηριστικά:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΠΑΝΤΑΖΗΣ (Μάρτυς):**

*...Το «εγνωσμένου κύρους», καταρχήν, πέρα τη δική μου την άποψη, δεν είναι μόνο ο τζίρος, ο τζίρος είναι ένα κομμάτι. Παραδείγματος στο κομμάτι των εταιρειών, η BCG δεν έχει τον ίδιο τζίρο που μπορεί να έχει η Pricewaterhouse, αλλά η BCG έχει τεράστιο κύρος άμα θέλεις να κάνεις στρατηγικό σχεδιασμό. Άρα, λοιπόν, εδώ ανάλογα του τι ήθελες να περάσεις, έβλεπες εταιρείες που έχουν εμπειρία, που έχουν κύρος και φυσικά είναι μεγάλες. Όλες δηλαδή ήταν μεγάλες και στην Ελλάδα είναι και λίγες...*

Κατά τον μάρτυρα, η Επιτροπή είχε την ευθύνη για τα κριτήρια επιλογής των μέσων, τα οποία ήταν συγκεκριμένα:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΠΑΝΤΑΖΗΣ (Μάρτυς):**

*...Τα διαθέσιμα μερίδια τηλεθέασης για τους τηλεοπτικούς σταθμούς, η ακροαματικότητα των ραδιοφωνικών σταθμών Αθήνας Θεσσαλονίκης και περιφέρειας, ανάλογα της διαθεσιμότητας τα στοιχεία αναγνωσιμότητας πωλήσεων και διανομής για τα έντυπα και η διείσδυση ανά site βάσει των unique user browsers, αυτό που χρησιμοποιείται δηλαδή ευρέως γενικότερα. Και αυτή ήταν η δουλειά – όπως τόνισε- που ήρθε από μία σειρά από εταιρείες που, όπως ήταν η Nielsen, η MRB, η Focus Bari και η Google Analytics. Έγιναν και ειδικές στοχεύσεις με programmatic digital...*

Η πληρωμή των μέσων ενημέρωσης πραγματοποιήθηκε από άλλη επιτροπή, η οποία παρέλαβε και τα παραστατικά. Όπως επεσήμανε ο κ. Πανταζής, η Επιτροπή στην οποία συμμετείχε είχε την ευθύνη του σχεδιασμού.

Ερωτηθείς εάν από την έναρξη της διαδικασίας μέχρι και το τέλος που ολοκλήρωσαν ως επιτροπή την παραλαβή, διαπίστωσε προβλήματα ανισότητας στη διαδικασία διανομής στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, ο μάρτυρας δήλωσε:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΠΑΝΤΑΖΗΣ (Μάρτυς):**

*...Όχι και δεν έχω ακούσει και κάποιο παράπονο να σας πω την αλήθεια...*

...

*...Θεωρήθηκε λοιπόν και πολύ σωστά, με βάση τα δεδομένα και με βάση την ταχύτητα που έπρεπε να δράσεις -γιατί δεν είχες την δυνατότητα, την πολυτέλεια να κάνει να κάνεις σχεδιασμό, όπως κάναμε όταν δούλευα σε εταιρίες τρεις και τέσσερις μήνες σχεδιασμό, θα είχαν περάσει και τα εμβόλια- ότι ήταν η καλύτερη δυνατή προσπάθεια, κάτι το οποίο πιστεύω κι εγώ...*

Ερωτηθείς αν, με βάση την εμπειρία του, έχει διαπιστώσει λάθη ή παραλείψεις που έχουν επιδράσει δυσμενώς στην αποτελεσματικότητα της εμβολιαστικής καμπάνιας, ο μάρτυρας υπήρξε απόλυτα σαφής:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΠΑΝΤΑΖΗΣ (Μάρτυς):**

*...Με βάση την ταχύτητα που έπρεπε να δράσουμε ήταν η καλύτερη δυνατή προσπάθεια. Δεν μπορώ να δω κάτι, που μπορώ να το θεωρήσω λάθος...*

Ερωτώμενος αν έχει διακρίνει ζητήματα που σχετίζονται με ανισότητα στη διαδικασία διανομής στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, καθώς και αν έχει υποπέσει στην αντίληψη του έξωθεν παρέμβαση, ως προς το ποια μέσα πρέπει να επιλεγούν ή, αντιστοίχως, να αποκλειστούν, ο κ. Πανταζής απάντησε κατηγορηματικά «όχι».

Σε ερώτηση, σχετικά με το αν οι όροι της προκήρυξης αποθάρρυναν μιντιακούς παίκτες της αγοράς να προσέλθουν στην απευθείας διαπραγμάτευση, καθώς προσήλθαν μόνο 2 (TEMPO- WAVEMAKER, οι οποίες εκ των υστέρων συνενώθηκαν) ο κ. Πανταζής κατέθεσε πως:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΠΑΝΤΑΖΗΣ (Μάρτυς):**

*...καλέστηκαν οι πέντε εταιρείες, οι οποίες έχουν πάνω από το 80% του συνολικού μεριδίου αγοράς. Από αυτές προσήλθαν μόνο δύο σε μορφή κοινοπραξίας. Τώρα αν είχαν συνεννοηθεί μεταξύ τους ή κάτι άλλο, εγώ δεν μπορώ να το ξέρω...*

Στον κ. Πανταζή ζητήθηκε να απαντήσει σε ερωτήματα, σχετικά με τη νομιμότητα των διαδικασιών, τόσο υπό το πρίσμα της επιλογής της αναδόχου εταιρείας όσο και υπό την ευρύτερη διεξαγωγή της διαδικασίας. Ρητά ο μάρτυρας ανέφερε πως:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΠΑΝΤΑΖΗΣ (Μάρτυς):**

*...δε χωρά αμφιβολία ότι τηρήθηκε αυτό που ήταν στο ΦΕΚ ακριβώς...  
Ερωτηθείς δε σχετικά με την παραλαβή του έργου, συνεπώς σχετικά με ζητήματα εκτέλεσης, απάντησε:*

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΠΑΝΤΑΖΗΣ (Μάρτυς):**

*...Ναι, όσον αφορά τα μηνύματα και το πού θα πήγαιναν, πραγματικά αυτό που θέλαμε έγινε. Μην ξεχνάτε ότι η καμπάνια είχε επιμέρους πράγματα και υλοποιήθηκε αυτό που ζητούσαμε...*

**Εν κατακλείδι, από την κατάθεση του κ. Πανταζή τεκμηριώνεται ότι η εκτέλεση της Εθνικής Εκστρατείας Εμβολιασμού πραγματοποιήθηκε σύμφωνα με τα οριζόμενα στο νόμο και τις συναφείς υπουργικές αποφάσεις. Ο μάρτυρας κατέθεσε με σαφήνεια ότι ουδέποτε υπέπεσε στην αντίληψη του κάτι που να θεμελιώνει κακή εκτέλεση του έργου, έστω και σε επίπεδο υπόνοιας, κρίνοντας την εμβολιαστική καμπάνια σύννομη και αποτελεσματική.**

**3. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

**1.** Από την ανάλυση του ανωτέρω αποδεικτικού υλικού προκύπτει ότι η ενημερωτική εκστρατεία για τον έγκαιρο εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού COVID-19 και την προβολή μηνυμάτων της Εθνικής Εκστρατείας κατά του κορωνοϊού COVID-19, στο σύνολο των ΜΜΕ ήταν απολύτως στηριζόμενη στο Νόμο και πραγματοποιήθηκε με απολύτως διαφανείς διαδικασίες.

Από το σύνολο των εγγράφων, που έχουν εισφερθεί στην Εξεταστική, αλλά και από τις μαρτυρικές καταθέσεις των μαρτύρων που εξετάστηκαν ενδελεχώς, **αποδείχθηκε δίχως να καταλείπεται ουδεμία αμφιβολία το γεγονός ότι η ενημερωτική εκστρατεία για**

τον εμβολιασμό ήταν πρωτίστως νόμιμη, έγινε με πλήρη διαφάνεια και αποτέλεσε επίσης σε μία κρίσιμη περίοδο για την εξέλιξη της πανδημίας, ένα ισχυρό ανάχωμα στη διασπορά ψευδών ειδήσεων, στην παραπληροφόρηση και στη διάχυση θεωριών συνωμοσίας. Τα ως άνω επιβεβαιώθηκαν άλλωστε και από την υπ' αριθμ. 28/2011 Πράξη του Ζ' Κλιμακίου του Ελεγκτικού Συνεδρίου, η οποία μεταξύ άλλων έκανε δεκτό ότι:

*Είναι πλέον γνωστό, ότι η πανδημία του κορωνοϊού (COVID -19) συνιστά σοβαρή απειλή για τη δημόσια υγεία και καθιστά αναγκαία τη λήψη μέτρων σε εθνικό ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο για την αποτελεσματική αντιμετώπισή της. Προς τον σκοπό της αποφυγής κινδύνου εμφάνισης ή και διάδοσης του κορωνοϊού, έχουν ήδη ληφθεί μέτρα πρόληψης, υγειονομικής παρακολούθησης, καθώς και περιορισμού της διάδοσης της νόσου και της αντιμετώπισης των συνεπειών της.*

*Το γεγονός ότι η τρέχουσα κρίση της νόσου COVID-19 διαθέτει εξαιρετικά επείγοντα και απρόβλεπτο χαρακτήρα, καθιστώντας ιδιαίτερα δυσχερή έως αδύνατο τον έγκαιρο προγραμματισμό των αναγκών των αναθετουσών αρχών, με αποτέλεσμα να απαιτεί για την αντιμετώπισή της μεγάλη ευελιξία εκ μέρους των δημόσιων αυτών φορέων, με προσφυγή, πλην άλλων, σε διαδικασίες διαπραγμάτευσης κατά παρέκκλιση του κανόνα χρήσης ανοικτών/κλειστών διαδικασιών, έχει αναγνωρισθεί και σε ενωσιακό επίπεδο σύμφωνα με την Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής **Οδηγίες σχετικά με τη χρήση του πλαισίου για τις δημόσιες συμβάσεις στην κατάσταση έκτακτης ανάγκης που σχετίζεται με την κρίση της νόσου COVID-19 (Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης 1.4.2020 C 108 I/1).***

Στο πλαίσιο αυτό εντάσσονται και οι προαναφερόμενες διατάξεις του άρθρου 74 του ν. 4761/2020 και της κατ' εξουσιοδότησης εκδοθείσας Δ1α/ΓΠ.οικ. 83217/2020 κ.υ.α, οι οποίες ρυθμίζουν μια ειδική και όλως ταχεία διαδικασία ανάθεσης υπηρεσιών, παραπέμπουν ρητώς και λειτουργούν εντός του πλαισίου του ενωσιακής προέλευσης άρθρου 32 παρ. 2 περ. γ' του ν. 4412/2016 ( μεταφορά άρθρου 32 της Οδηγίας 2014/24/ΕΕ), που προβλέπει τη δυνατότητα ανάθεσης δημοσίων συμβάσεων με τη διαδικασία διαπραγμάτευσης χωρίς δημοσίευση διακήρυξης για λόγους κατεπείγουσας ανάγκης οφειλόμενης σε απρόβλεπτη περίπτωση και μόνο στο απολύτως αναγκαίο μέτρο (πρβλ. Ελ. Συν. Στ' Κλιμ. 382/2020).

Ειδικότερα, οι ελεγχόμενες υπηρεσίες πληροφόρησης των πολιτών ως προς όλα τα ζητήματα που σχετίζονται με τον εμβολιασμό του, τα οφέλη, τα μέτρα προστασίας, τη διαδικασία, καθώς και την ασφαλή και σύμφωνη με τον κρατικό προγραμματισμό συμμετοχή τους στον εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού COVID-19, προδήλως και είναι, ως εκ του περιεχομένου τους, συναφείς με την αντιμετώπιση της τρέχουσας υγειονομικής κρίσης. **Συνεπώς η ανάγκη ανάθεσής τους είναι αυταπόδεικτα κατεπείγουσα.** Εξάλλου, η οικεία διαδικασία επιλογής αναδόχου δρομολογήθηκε αμέσως μετά την έγκριση από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή του πρώτου εμβολίου για τον κορωνοϊό (βλ. από 21.12.2020 δελτίο τύπου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής).

Περαιτέρω, αφενός μεν η ελεγχόμενη σύμβαση περιορίζεται στο αναγκαίο μέτρο, ήτοι εκτείνεται χρονικά μέχρι και 30.6.2021 (πρώτο εξάμηνο έναρξης των εμβολιασμών), αφετέρου δε αναπτύχθηκε ανταγωνισμός, αφού απευθύνθηκε πρόσκληση σε έξι από τις μεγαλύτερες εταιρείες δημοσιότητας/ διαφήμισης, οι οποίες προεπιλέγησαν κατόπιν έρευνας αγοράς.

*Κατόπιν των ανωτέρω, για την ανάθεση των ελεγχόμενων υπηρεσιών νομίμως ακολουθήθηκε η διαδικασία της διαπραγμάτευσης κατόπιν της Γ.Π.οικ./83448/24.12.2020 πρόσκλησης, κατ' επίκληση των ανωτέρω εξαιρετικών διατάξεων.*

Επιπλέον, το Κλιμάκιο σημειώνει ότι η τηλεθέαση/ δημοφιλία και ο βαθμός ανταπόκρισης /απήχησης σε κάθε ηλικιακή ομάδα του κοινού-στόχου, σε συνδυασμό με το χαμηλότερο δυνατό κόστος, συνιστούν αντικειμενικά και πρόσφορα κριτήρια για την κατανομή της δαπάνης προβολής των μηνυμάτων της εκστρατείας εμβολιασμού μεταξύ των ΜΜΕ, με όρους ισότητας και διαφάνειας.

Εξάλλου κατά την εκτέλεση της σύμβασης προβλέπεται μηχανισμός ελέγχου της ομαλής υλοποίησης της εκστρατείας εκ μέρους των ΜΜΕ από την αναθέτουσα αρχή, βάσει σχετικής αναλυτικής πληροφόρησης της από τον ανάδοχο, ο οποίος οφείλει, στο πλαίσιο των συμβατικών του υποχρεώσεων, να διενεργεί τους απαραίτητους ποσοτικούς/ποιοτικούς ελέγχους επί των ΜΜΕ.

Περαιτέρω, σε συνημμένες διευκρινήσεις στο **244/15.1.2021 έγγραφο του Υπουργού Υγείας** αναφέρεται ότι το ύψος της συνολικής δαπάνης της εκστρατείας του εμβολιασμού (18.500.000 συμπεριλαμβανομένου Φ.Π.Α.) είναι το απαιτούμενο, ενόψει του εύρους, της συνθετότητας και της διάρκειας της συγκεκριμένης εκστρατείας σε συνδυασμό με τους υπολογισμούς που έγιναν βάσει των σχετικών τιμοκαταλόγων καθώς και σε συνάρτηση με την ανάγκη μετάδοσης μεγαλύτερων σε διάρκεια μηνυμάτων από τα συνήθη (για λόγους επικοινωνίας τους με τον πλέον κατανοητό τρόπο σε όλα τα κοινά- στόχους) που συνεπάγεται αυξημένη, από τον συνήθη μέσο όρο, δαπάνη.



Συναφώς, το Κλιμάκιο, συνεκτιμώντας με βάση και τα ως άνω αναφερόμενα, τις ιδιαιτερότητες του αντικειμένου της σύμβασης και τους σκοπούς που εξυπηρετεί, σημειώνει ότι η πρόβλεψη στην κείμενη νομοθεσία (βλ. άρθρο 3 παρ. 21 του ν. 2328/1995 (Α 159) και κατ' εξουσιοδότηση αυτού εκδοθείσα 1686/18 κ.υ.α (Β'2037) περί υποχρέωσης των τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σταθμών να μεταδίδουν δωρεάν μηνύματα κοινωνικού περιεχομένου (μεταξύ άλλων για θέματα υγείας) με την αναφερόμενη δέσμη περιορισμών ως προς τον διατιθέμενο χρόνο προβολής (μέχρι 40 δευτερόλεπτα), αλλά και την ζώνη μετάδοσής του, προδήλως και δεν επαρκεί για την αποτελεσματική επίτευξη των στόχων της εκστρατείας του εμβολιασμού κατά του κορωνοϊού.

Κατ' ακολουθίαν όλων των ανωτέρω, το Ζ' Κλιμάκιο του Ελεγκτικού Συνεδρίου έκρινε πως **δεν κωλύεται η υπογραφή του υποβληθέντος για έλεγχο σχεδίου σύμβασης μεταξύ του Υπουργείου Υγείας και της ένωσης εταιρειών TEMPO OMD HELLAS A.E. και WAVEMAKER HELLAS A.E.**, με αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας των πολιτών για τον έγκαιρο εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού COVID-19 και την προβολή των μηνυμάτων της Εθνικής Εκστρατείας κατά του κορωνοϊού COVID-19 στο σύνολο των ΜΜΕ.

Συνεπώς και σύμφωνα με τα ανωτέρω, η προκήρυξη του Υπουργείου Υγείας που αφορούσε πρόσκληση σε απευθείας διαπραγμάτευση, απευθύνθηκε στο σύνολο της ελληνικής αγοράς media, στηρίχτηκε στο νομικό πλαίσιο του ν.4671/2020, παίρνοντας έγκριση και από το Ελεγκτικό Συνέδριο.

**2. Επιπλέον των ανωτέρω από τα προσκομιζόμενα έγγραφα στην Εξεταστική Επιτροπή, αλλά και από τις καταθέσεις των μαρτύρων απεδείχθη πέραν πάσης αμφιβολίας, ότι η όλη**

**διαδικασία από την αρχή μέχρι το τέλος της είχε μια συνέπεια και μια συνέχεια, παντού, από την προκήρυξη, την έγκριση του Ελεγκτικού Συνεδρίου, τη σύμβαση, την υλοποίηση, έως και τα παραδοτέα έγγραφα και παράδοση -παραλαβή του έργου από τις αρμόδιες Επιτροπές.**

**3. Η καμπάνια πέτυχε όλους τους στόχους που είχαν τεθεί.**

Ως προς τα αποτελέσματα της εμβολιαστικής καμπάνιας, με μιντιακούς όρους, «επετεύχθησαν όλοι οι στόχοι που είχαν τεθεί», αλλά και με όρους ουσίας, καθώς έχουν σωθεί χιλιάδες ζωές από τον εμβολιασμό. Έπιασε υψηλούς βαθμούς κάλυψης και μάλιστα στο 2 και 3 plus, δηλαδή πόσες φορές είδε το μήνυμα το δυνητικό κοινό, το οποίο ήταν ο στόχος. Τα εγχώρια δε όσο και τα διεθνή σχόλια για το πώς προχώρησε το εμβολιαστικό πρόγραμμα στην Ελλάδα ήταν εξαιρετικά

**4. Τα κριτήρια επιλογής των Μέσων, που θα αναμετέδιδαν τα εμβολιαστικά μηνύματα καθορίστηκαν στη βάση ποσοτικών, ποιοτικών και τεχνοκρατικών μετρήσεων από την προκήρυξη και εφαρμόστηκαν από την ανάδοχο εταιρεία (TEMPO-WAVEMAKER), όντας απολύτως συγκεκριμένα.**

**5. Δεν υπήρξε έξωθεν πολιτική παρέμβαση για τον αποκλεισμό κάποιου.** Πριμοδοτήθηκαν τα ενημερωτικά μέσα, βάσει των κριτηρίων που εκ των προτέρων είχαν τεθεί εκ της προκήρυξης. Από την εθνική εκστρατεία αποκλείστηκαν 2 μέσα, λόγω του αντιεμβολιαστικού περιεχομένου τους, από την ίδια την ανάδοχο, χωρίς παρέμβαση από την πολιτική ηγεσία ή από την αναθέτουσα αρχή. Η δε κατανομή της συνολικής δαπάνης της εμβολιαστικής καμπάνιας έγινε σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας.

Συμπερασματικά, από τη διαδικασία διερεύνησης της Εξεταστικής Επιτροπής, αναφορικά με την ανάθεση, υπογραφή και υλοποίηση της σύμβασης για την Επικοινωνιακή Καμπάνια του Υπουργείου Υγείας, με σκοπό την παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας των πολιτών, για τον έγκαιρο εμβολιασμό έναντι του κορωνοϊού covid-19 και την προβολή μηνυμάτων και της εθνικής εκστρατείας κατά του κορωνοϊού covid-19 στο σύνολο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, δεν διαπιστώθηκε απολύτως καμία παρατυπία, τόσο υπό το σκέλος της τήρησης της νομιμότητας και των τυπικών προϋποθέσεων, όσο και από άποψη ουσίας.

Παράλληλα, δεν τεκμηριώνεται καμία υπόνοια για κατασπατάληση και διασπάθιση δημοσίου χρήματος, καθώς και επηρεασμού του Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Αντίθετα, διαπιστώθηκε η νομιμότητα στο πλήρες εύρος διεξαγωγής των διαδικασιών και η αποτελεσματικότητα της εμβολιαστικής καμπάνιας. Η προσπάθεια δε του ΣΥΡΙΖΑ να καταστήσει την Κυβέρνηση υπόλογη χειραγώγησης των ΜΜΕ και να αποδομήσει, ως εκ τούτου το Κυβερνητικό έργο, έπεσε για ακόμη μία φορά στο κενό.

## IV. ENTERPRISE GREECE

### 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ

Σε συνέχεια της υπερψήφησης της πρότασης περί σύστασης εξεταστικής επιτροπής για τη «διερεύνηση της επιχείρησης πολιτικής χειραγώγησης της κοινής γνώμης, ευτελισμό των θεσμών και κατασπατάληση δημοσίου χρήματος», όσον αφορά στο σκέλος της προκήρυξης ανοιχτού διεθνούς ηλεκτρονικού διαγωνισμού από την «Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.» (Enterprise Greece) για τον σχεδιασμό και υλοποίηση Στρατηγικής και Διαχείρισης των σχέσεων της Ελλάδας με Διεθνή Μέσα, σημειώνονται τα κάτωθι:

Η **Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.**, με διακριτικό τίτλο **Enterprise Greece S.A.**, ιδρύθηκε το 2014 και είναι το αποτέλεσμα της απορρόφησης του Οργανισμού Προώθησης Εξαγωγών από την Εταιρεία «Επενδύστε στην Ελλάδα». Αποτελεί τον αρμόδιο εθνικό φορέα, υπό την εποπτεία του Υπουργείου Εξωτερικών, για την προσέλκυση επενδύσεων και την εξωστρέφεια της Ελλάδος.

Σύμφωνα με το άρθρο πρώτο του **ν. 2372/1996**, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει σκοπός της «Ελληνικής Εταιρείας Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.» είναι η προσέλκυση, η υποδοχή, η προώθηση, η υποστήριξη και η διατήρηση επενδύσεων στην Ελλάδα, η συμβολή στη διαρκή βελτίωση του θεσμικού πλαισίου τους, η υποστήριξη των διεθνών επενδυτικών συνεργασιών, η προώθηση της Χώρας ως επενδυτικού προορισμού, μέσω ανάπτυξης Θεσμικών συνεργασιών με διεθνείς φορείς, η προώθηση και ανάπτυξη κάθε είδους εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών στο πλαίσιο του

«Εθνικού Στρατηγικού Σχεδίου Εξωστρέφειας», η παροχή ενημέρωσης για την εξωστρεφή επιχειρηματικότητα και η παροχή πληροφόρησης, συμβουλευτικής βοήθειας και κάθε άλλης υποστηρικτικής υπηρεσίας προς τις ελληνικές επιχειρήσεις με στόχο τη διευκόλυνση επιχειρηματικών επαφών και τη στήριξη των ελληνικών εξαγωγών και της ελληνικής επιχειρηματικότητας στις διεθνείς αγορές.

Για την επίτευξη των ανωτέρω καταστατικών σκοπών, η «Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.», μεταξύ άλλων, σύμφωνα με το άρθρο πρώτο του ν. 2372/1996, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει, συμβάλλει στην κατάρτιση του «Εθνικού Στρατηγικού Σχεδίου Εξωστρέφειας» και του σχεδίου δράσης «αρχιτεκτονικής» της διεθνούς εικόνας της Χώρας (national brand), παρέχοντας την αναγκαία πληροφόρηση και προτάσεις στην Υπηρεσία Στρατηγικού Σχεδιασμού της Γενικής Γραμματείας Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων και Εξωστρέφειας του Υπουργείου Εξωτερικών, διατυπώνει προτάσεις για τη βελτίωση του θεσμικού πλαισίου εξωστρέφειας και για την προώθηση της διεθνούς επιχειρηματικής συνεργασίας και οργανώνει ολοκληρωμένα προγράμματα προβολής και προώθησης προϊόντων σε συνεργασία με τους κλαδικούς φορείς και τις επιχειρήσεις, καθώς και δράσεις διεθνούς marketing που περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, προσκλήσεις αγοραστών, δημοσιογράφων, εκδηλώσεις προβολής ελληνικών προϊόντων.

Στο πλαίσιο της επίτευξης των ως άνω καταστατικών σκοπών, η «Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.», προέβη στην προκήρυξη του υπ' αρ.09/2020 ανοικτού διεθνούς ηλεκτρονικού διαγωνισμού για την ανάδειξη αναδόχου για την παροχή υπηρεσιών σχεδιασμού και υλοποίησης Στρατηγικής και Διαχείρισης των σχέσεων της Ελλάδος με Διεθνή Μέσα, για την επιδίωξη της θετικής προβολής και τη διασφάλιση της εικόνας της Ελλάδας σε σημαντικά κέντρα αποφάσεων στην Ευρώπη, της προώθησης των στόχων της οικονομικής διπλωματίας, της παρακολούθησης των

εξελίξεων μέσω αποδελτίωσης καθώς και την παροχή στρατηγικών συμβουλευτικών υπηρεσιών ψηφιακού περιεχομένου.

Ειδικότερα, με την υπ' αριθμ. **364/30.11.2020** απόφαση του **ΔΣ** της «**Ελληνικής Εταιρείας Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε (ΑΔΑ: 6ΑΚΥ46ΨΧ6-ΚΓΜ)**», τα μέλη του Δ.Σ. ενέκριναν την προκήρυξη και το τεύχος διακήρυξης ανοιχτού διεθνούς ηλεκτρονικού διαγωνισμού για τη σύναψη σύμβασης «υπηρεσιών σχεδιασμού και υλοποίησης της Στρατηγικής και Διαχείρισης των σχέσεων της Ελλάδας με Διεθνή Μέσα, για την επιδίωξη της θετικής προβολής και τη διασφάλιση της εικόνας για την Ελλάδα σε σημαντικά κέντρα αποφάσεων στην Ευρώπη, της παρακολούθησης των εξελίξεων μέσω αποδελτίωσης καθώς και παροχής στρατηγικών συμβουλευτικών υπηρεσιών digital περιεχομένου» προϋπολογισμού €1.215.000 συμπεριλαμβανομένου Φ.Π.Α και του δικαιώματος προαίρεσης (€800.000 πλέον Φ.Π.Α για την εκτέλεση του συμβατικού αντικειμένου και σε περίπτωση άσκησης του μονομερούς δικαιώματος προαίρεσης της Enterprise Greece έως του ποσού των 180.000,00€ πλέον ΦΠΑ, με βάση τις τιμές μονάδας της οικονομικής προσφοράς που υπέβαλε ο ανάδοχος) με κριτήριο ανάθεσης την πλέον συμφέρουσα από οικονομικής άποψης προσφορά βάσει της βέλτιστης σχέσης ποιότητας – τιμής.

Τέλος, αναφέρεται πως, δυνάμει της Α.Π. 5707/20/11.12.2020 Περίληψης της εν λόγω προκήρυξης, το έργο θα χρηματοδοτηθεί από το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων Κωδ ΣΑΕ0285 και θα επιβαρύνει τον προϋπολογισμό της Enterprise Greece.

## **2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΑΝΟΙΧΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΑΠΟ ΤΗΝ ENTERPRISE GREECE**

## ΓΙΑ ΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΜΕ ΤΑ ΔΙΕΘΝΗ ΜΕΣΑ

Η ανάθεση και η εκτέλεση της από **5 Οκτωβρίου 2021** σύμβασης που υπεγράφη μεταξύ της ανώνυμης εταιρείας με την επωνυμία **Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.** και της Εταιρείας ή του Κοινοπρακτικού Σχήματος **Εταιρειών EDELMAN** comprising of Edelman Public Relations Worldwide NV and Daniel J Edelman limited and GB, διέπεται από την κείμενη νομοθεσία και τις κατ' εξουσιοδότηση αυτής εκδοθείσες κανονιστικές πράξεις, όπως ισχύουν και ιδίως:

1. Τον **ν. 4412/2016(A'147)** "Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών (Προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ)".

2. Τον **ν. 4270/2014 (Α' 143)** "Αρχές δημοσιονομικής διαχείρισης και εποπτείας (ενσωμάτωση της Οδηγίας 2011/85/ΕΕ) δημόσιο λογιστικό και άλλες διατάξεις".

3. Τον **ν. 4250/2014(A'74)** "Διοικητικές Απλουστεύσεις - Καταργήσεις, Συγχωνεύσεις Νομικών Προσώπων και Υπηρεσιών του Δημοσίου Τομέα -Τροποποίηση Διατάξεων του Π.Δ. 318/1992(A'161) και λοιπές ρυθμίσεις" και ειδικότερα τις διατάξεις του άρθρου 1.

4. Την παρ. Ζ. του **ν. 4152/2013 (Α'107)**" Προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας στην Οδηγία 2011/7 της 16.2.2011 για την καταπολέμηση των καθυστερήσεων πληρωμών στις εμπορικές συναλλαγές".

5. Τον **ν. 4700/2020 (Α'127)** "Ενιαίο Κείμενο Δικονομίας για το Ελεγκτικό Συνέδριο, ολοκληρωμένο νομοθετικό πλαίσιο για τον προσυμβατικό έλεγχο, τροποποιήσεις του Κώδικα Νόμων για το

Ελεγκτικό Συνέδριο, διατάξεις για την αποτελεσματική απονομή της δικαιοσύνης και άλλες διατάξεις''.

6. Το **άρθρο 26 του ν. 4024/2011 (Α 226)** '' Συγκρότηση συλλογικών οργάνων της διοίκησης και ορισμός των μελών τους με κλήρωση''.

7. Τον **ν. 4013/2011(Α΄204)** '' Σύστασης ενιαίας Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Συμβάσεων και Κεντρικού Ηλεκτρονικού Μητρώου Δημοσίων Συμβάσεων...''.

8. Τον **ν. 3861/2010(Α΄112)** '' Ενίσχυση της διαφάνειας με την υποχρεωτική ανάρτηση νόμων και πράξεων των κυβερνητικών ,διοικητικών και αυτοδιοικητικών οργάνων στο διαδίκτυο '' Πρόγραμμα Διαύγεια'' και άλλες διατάξεις''.

9. Τον **ν. 3548/2007 (Α΄68)** '' Καταχώριση δημοσιεύσεων των φορέων του Δημοσίου στο νομαρχιακό και τοπικό Τύπο και άλλες διατάξεις''.

10. Τον **ν. 3469/2006 (Α΄131)** '' Εθνικό Τυπογραφείο , Εφημερίς της Κυβερνήσεως και λοιπές διατάξεις''.

11. Τον **ν. 2859/2000(Α΄248)** '' Κύρωση Κώδικα Φόρου Προστιθέμενης Αξίας''.

12. Τον **ν. 2690/1999 (Α΄45)** ''Κύρωση του Κώδικα Διοικητικής Διαδικασίας και άλλες διατάξεις '' και ιδίως των άρθρων 7 και 13 και 15.

13. Το **ΠΔ 28/2015 (Α΄34)** '' Κωδικοποίηση διατάξεων για την πρόσβαση σε δημόσια έγγραφα και στοιχεία''.

14. Την με αρ. **Π1 2380/2012 Κοινή Υπουργική Απόφαση (Β΄3400)**''Ρύθμιση των ειδικότερων θεμάτων λειτουργίας και διαχείρισης του Κεντρικού Ηλεκτρονικού Μητρώου Δημοσίων



Συμβάσεων του Υπουργείου Ανάπτυξης , Ανταγωνιστικότητας , Υποδομών , Μεταφορών και Δικτύων”.

15.Την με αρ. **Π1/2390/16.10.2013(Β΄2677) Απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας** “ Τεχνικές λεπτομέρειες και διαδικασίες λειτουργίας του Εθνικού Συστήματος Ηλεκτρονικών Δημοσίων Συμβάσεων (Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ.).

16.Των σε εκτέλεση των ανωτέρω νόμων εκδοθεισών κανονιστικών πράξεων , των λοιπών διατάξεων που αναφέρονται ρητά ή απορρέουν από τα οριζόμενα συμβατικά τεύχη της παρούσας , καθώς και του συνόλου των διατάξεων του ασφαλιστικού ,εργατικού , κοινωνικού , περιβαλλοντικού και φορολογικού δικαίου που διέπει την ανάθεση και εκτέλεση της παρούσας σύμβασης , έστω και αν δεν αναφέρονται ρητά παραπάνω.

17.Την υπ’αριθμ. **23/2018 Κατευθυντήρια Οδηγία της ΕΑΑΔΗΣΥ (ΑΔΑ:Ψ3ΗΙΟΞΤΒ-Κ3Ε)** με θέμα “ Ειδικά θέματα συμπλήρωσης του Τυποποιημένου Εντύπου Υπεύθυνης Δήλωσης (ΤΕΥΔ) και του Ευρωπαϊκού Ενιαίου Εγγράφου Σύμβασης (ΕΕΕΣ)”.

18.Την υπ’αριθμ. **22/2017 Κατευθυντήρια Οδηγία της ΕΑΑΔΗΣΥ (ΑΔΑ: 7ΜΥΤΟΞΤ-ΤΒ-ΖΙΖ)** με θέμα “ Τροποποίηση των συμβάσεων κατά την διάρκειά τους ”.

19.Το με αριθμ. Πρωτ. **5035/28.9.2018 έγγραφο της ΕΑΑΔΗΣΥ** με Θέμα:“ Ζητήματα που άπτονται του χρόνου έκδοσης και ισχύος των δικαιολογητικών που προσκομίζονται από τον προσωρινό ανάδοχο(δικαιολογητικών κατακύρωσης) για την απόδειξη της μη συνδρομής των λόγων αποκλεισμού”.

20.Την με αριθμ. **Π461-50965/13-9-2019 (ΦΕΚ ΥΟΔΔ 763/20-9-2019) απόφαση** “ Αποδοχή παραίτησης και ορισμός Προέδρου και Διευθύνοντος Συμβούλου του Διοικητικού Συμβουλίου της Ανώνυμης Εταιρείας “ Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και

Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.” με δ.τ. “ ENTERPRISE GREECE Α.Ε.”  
**του Υπουργού Εξωτερικών.**

21. Την με αριθμ. **Π461-59349 (ΦΕΚ ΥΟΔΔ 852/14-10-2019)** απόφασης **Τροποποίησης** της αριθμ. Π461-50965/13-9-2019 (ΦΕΚ ΥΟΔΔ 763/20-9-2019) απόφασης αντικατάστασης και ορισμός Προέδρου και Μελών του Διοικητικού Συμβουλίου της Ανώνυμης Εταιρείας “ Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.” με δ.τ. “ ENTERPRISE GREECE Α.Ε.” **του Υπουργού Εξωτερικών.**

22. Την με αριθμ. **Π461-64969 (ΦΕΚ ΥΟΔΔ 950/11-11-2019)** απόφασης Τροποποίησης της αριθμ. Π461-59349/9-10-2019 (ΥΟΔΔ 852) απόφασης παύση δύο Μελών του Διοικητικού Συμβουλίου της Ανώνυμης Εταιρείας “ Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.” με δ.τ. “ ENTERPRISE GREECE Α.Ε.” **του Υπουργού Εξωτερικών.**

23. Την απόφαση του Δ.Σ. της “ Ελληνικής Εταιρείας Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.” από την Συνεδρίαση υπ’αριθμ. 342/14.11.2019 περί α. νέας συγκρότησης μελών του Διοικητικού Συμβουλίου σε σώμα β. Εκπροσώπησης της εταιρείας και γ. παροχής δικαιώματος υπογραφής.

24. Την υπ’αριθμ. **Π461-20668 απόφαση του Υπουργού Εξωτερικών (Τεύχος Υ.Ο.Δ.Δ. Αρ. Φύλλου 351/8-5-20)** σχετικά με την “ Αποδοχή παραίτησης εκτελεστικού μέλους του Διοικητικού Συμβουλίου της Ανώνυμης Εταιρείας “ Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.” με δ.τ. “ ENTERPRISE GREECE Α.Ε.” και διορισμό νέου εκτελεστικού μέλους σε αντικατάσταση του παραιτηθέντος.

25. Την απόφαση του Δ.Σ. της “ Ελληνικής Εταιρείας Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.” από την Συνεδρίαση

υπ'αριθμ. 350/12.5.2020 περί Αντικατάστασης μέλους Δ.Σ. – Συγκρότηση μελών του Διοικητικού Συμβουλίου σε σώμα.

26. Του εγκεκριμένου βάσει της υπ'αριθμ. 351/14.5.2020 απόφασης του Διοικητικού Συμβουλίου (ΑΔΑ :6ΞΗΜ46ΨΧ6Σ-8ΤΕ) Εσωτερικού Κανονισμού Λειτουργίας της Εταιρείας με την επωνυμία “ Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.” με δ.τ. “ ENTERPRISE GREECE Α.Ε.”

27. Την απόφαση της συνεδρίασης υπ'αριθμ. 347/10-2-2020 του Δ.Σ. της εταιρείας με θέμα: “Έγκριση του Επιχειρησιακού Σχεδίου της εταιρείας έτους 2020 “(ΑΔΑ:ΩΖΗΩ46ΨΧ6Σ-Φ24).

28. Την απόφαση του Δ.Σ. της “ Ελληνικής Εταιρείας Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.” από την Συνεδρίαση υπ'αριθμ. 363/24-11-2020 περί Αντικατάστασης μέλους Δ.Σ. - Συγκρότηση μελών του Διοικητικού Συμβουλίου σε σώμα , παροχή αρμοδιοτήτων και δικαιώματος υπογραφής “(ΑΔΑ: 6ΕΛΒ46ΨΧ6Σ-ΒΨΟ).

29. Την απόφαση του Δ.Σ. της “ Ελληνικής Εταιρείας Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.” από την συνεδρίαση υπ'αριθμ. 364/30.11.2020 με θέμα “ Έγκριση προκήρυξης διεθνούς διαγωνισμού με αντικείμενο τον σχεδιασμό και την υλοποίηση “ Στρατηγικής και Διαχείρισης των σχέσεων με Διεθνή Μέσα”. Συγκρότηση Επιτροπής Διαγωνισμού -Παροχή Εξουσιοδότησης “(ΑΔΑ: 6ΑΚΥ46ΨΧ6Σ-ΚΓΜ).

30. Την απόφαση του Δ.Σ. της “ Ελληνικής Εταιρείας Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.” από την συνεδρίαση υπ'αριθμ. 364/30.11.2020 με θέμα “ Ανακατανομή κονδυλίων του εγκεκριμένου αναμορφωμένου προϋπολογισμού της “ Ελληνικής Εταιρείας Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.”( ΑΔΑ: Ψ9Η546ΨΧ6Σ-8ΞΩ).

31. Την απόφαση του Δ.Σ. της " Ελληνικής Εταιρείας Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε." από την συνεδρίαση υπ'αριθμ. 366/30.11.2020 με θέμα " Μερική τροποποίηση της υπ'αριθμ. 363/30.11.2020 απόφασης του ΔΣ ως προς το θέμα 3- για την προκήρυξη διεθνούς διαγωνισμού με αντικείμενο τον σχεδιασμό και την υλοποίηση " Στρατηγικής και Διαχείρισης των σχέσεων με Διεθνή Μέσα " και Συγκρότηση Επιτροπής Διαγωνισμού.

32. Την Περίληψη Διακήρυξης Ηλεκτρονικού Ανοικτού Διαγωνισμού (Α.Π. 570 7/11.12.2020).

33. Το τεύχος Διακήρυξης (Αρ. προκήρυξης 09/2020) μετά του ενιαίου Ευρωπαϊκού Εγγράφου Συμβάσεων (ΕΕΕΣ).

34. Την παραλαβή γνωστοποίησης από το Tender Electronic Daily για την δημοσίευση της προκήρυξης.

35. Το από 11.1.2021 Αίτημα για διευκρινήσεις της EDELMAN και το από 12.1.2021 Αίτημα για διευκρινήσεις της ENTERPRISE GREECE.

36. Το από 13.1.2021 Αίτημα παράτασης καταληκτικής ημερομηνίας υποβολής προσφορών EDELMAN-Αγγλικά, από 14.1.2021 Αίτημα παράταση καταληκτικής ημερομηνίας υποβολής προσφορών EDELMAN.

37. Την υπ'αριθμ. Πρωτ. 182/14.1.2021 απόφαση παράτασης προθεσμίας παραλαβής προθεσμιών.

38. Την Παραλαβή γνωστοποιήσεων από το Tender Electronic Daily για την παράταση της προθεσμίας παραλαβής προσφορών.

39. Το από 18.1.2021 Αίτημα για διευκρινήσεις EDELMAN - 18.1.2021 και 20.1.2021 διευκρινήσεις ENTERPRISE GREECE.

40. Το από 21.01.2021 Αίτημα για διευκρινήσεις EDELMAN και από 25.1.2021 διευκρινήσεις ENTERPRISE GREECE.

40α.Την από 27.01.2021 Αίτηση Συμμετοχής της EDELMAN.

40β. Την από 31.01.2021 Οικονομική Προσφορά της EDELMAN.

41. Την υπ'αριθμ. Πρωτ. 986/04.03.2021 Απόφαση έγκρισης πρακτικών Νο 1 και 2 και από 04.03.2021 Πρακτικά Νο 1 και 2 Επιτροπής Διαγωνισμού.

42. Το απόσπασμα ΔΣ από τη συνεδρίαση 370/22.03.2021 για την προσωρινή κατακύρωση και την έγκριση των πρακτικών Νο 3 και από 05.03.2021 πρακτικά Νο 3 της Επιτροπής Διαγωνισμού.

43.Το από 31.03.2021 Αίτημα διόρθωσης Απόφασης Έγκρισης Πρακτικού Νο3 από EDELMAN και Απόσπασμα ΔΣ από τη συνεδρίαση 370/22.03.2021 για την προσωρινή κατακύρωση και την έγκριση των πρακτικών Νο 3 σε ορθή επανάληψη.

44.Το από 02.04.2021 αίτημα παράτασης καταληκτικής ημερομηνίας υποβολής δικαιολογητικών κατακύρωσης από EDELMAN , μετά των αποδεικτικών εγγράφων και την υπ'αριθμ. Πρωτ. 1356/05.04.2021 απόφαση περί παράτασης.

45.Το από 14.04.2021 αίτημα παράτασης καταληκτικής ημερομηνίας υποβολής δικαιολογητικών κατακύρωσης από EDELMAN, μετά των αποδεικτικών εγγράφων και 15.04.2021 απόφαση περί παράτασης.

46. Το από 08.05.2021 αίτημα παράτασης καταληκτικής ημερομηνίας υποβολής δικαιολογητικών κατακύρωσης από EDELMAN , μετά των αποδεικτικών εγγράφων και την 10.05.2021 απόφαση περί παράτασης.

47.Το Απόσπασμα ΔΣ από την συνεδρίαση 374/6.07.2021 για την οριστική κατακύρωση και την έγκριση των πρακτικών Νο 4 και τα από 28.06.2021 πρακτικά Νο 4 της Επιτροπής Διαγωνισμού.

48.Την από 05.10.2021 Υπογεγραμμένη Σύμβαση μεταξύ της ENTERPRISE GREECE και της EDELMAN.

49.Την Εκτίμηση του Προϋπολογισμού του έργου.

Σύμφωνα με όλα τα ανωτέρω έγγραφα αυταπόδεικτα προκύπτει, πως η διακήρυξη του υπ' αρ. 09/2020 ανοικτού διεθνούς ηλεκτρονικού διαγωνισμού έγινε σύμφωνα με τις επιταγές της οδηγίας 24/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 26ης Φεβρουαρίου 2014, σχετικά με τις δημόσιες προμήθειες και καθόλα σύμφωνα με τις διατάξεις του ν. 4412/2016 «Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών (προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ ΕΕ και 2014/25/ΕΕ)» ως ισχύει.

**Καθίσταται δε σαφές και αποσαφηνίζεται, ότι η διεξαγωγή της υπό εξέταση ανοιχτής διαγωνιστικής διαδικασίας έγινε σύμφωνα με το ρυθμιστικό πλαίσιο περί δημοσίων συμβάσεων και δεν έγινε καμία χρήση των κατ' εξαίρεση διατάξεων περί δημοσίων συμβάσεων που θεσπίστηκαν για την αντιμετώπιση των επείγουσών και έκτακτων αναγκών που δημιούργησε η πανδημία του Covid-19.**

Επιπροσθέτα, σημειώνεται, ότι τηρήθηκαν στο ακέραιο όλες οι απαιτούμενες διατυπώσεις δημοσιότητας και διαφάνειας. Ειδικότερα, η υπό κρίση διακήρυξη απεστάλη με ηλεκτρονικά μέσα για δημοσίευση στις 04.12.2020 στην Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, παρελήφθη στις 07.12.2020, έλαβε αριθμό αναφοράς ENOTICES\_n005f98v/2020-164698 και δημοσιεύθηκε στον ισότοπο Tenders Electronic Daily (TED) την 11<sup>η</sup> .12.2020.

Παράλληλα, έλαβε χώρα προσήκουσα δημοσίευση της διακήρυξης και στο εθνικό επίπεδο. Η διακήρυξη καταχωρήθηκε στο

Κεντρικό Ηλεκτρονικό Μητρώο Δημοσίων Συμβάσεων (ΚΗΜΔΗΣ), στη διαδικτυακή πύλη του Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ.: <http://www.promitheus.gov.gr> (μοναδικός κωδικός: ΑΔΑΜ 20PROC007831049 και αριθμός δημοσίευσης στην πύλη Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ. 103410) καθώς και στη διεύθυνση (URL): [www.enterprisegreece.gov.gr](http://www.enterprisegreece.gov.gr). Τέλος η περίληψη της διακήρυξης αναρτήθηκε στον ισότοπο <http://diavgeia.gov.gr/> (ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΑΥΓΕΙΑ, ΑΔΑ: ΩΝΧ=46ΨΧ6Σ-ΚΥ1), σύμφωνα με το άρθρο 2 παρ. 4 περ. 16 του ν.3861/2010, όπως ίσχυε.

Δυνάμει δε της υπ' αριθμ. **374/06.07.2021** αποφάσεως του **Δ.Σ. της «Ελληνικής Εταιρείας Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.»** αποφασίστηκε η οριστική κατακύρωση του υπ' αριθμ. 09/2020 ως άνω διεθνούς ηλεκτρονικού διαγωνισμού στο κοινοπρακτικό σχήμα «EDELMAN». Η σύμβαση, συνολικής αξίας 992.000,00€ (800.000,00€ πλέον ΦΠΑ ποσού 192.000,00€ και πλέον του δικαιώματος προαίρεσης, σύμφωνα με τους όρους της διακήρυξης και ως του προϋπολογισμού αυτής, ήθελε υποτεθεί ότι ασκήθηκε μονομερώς από την Enterprise Greece), αναρτήθηκε στο ΚΗΜΔΗΣ (μοναδικός Κωδικός – ΑΔΑΜ: 21SYMV009332865).

### **3. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ**

Το ακριβές αντικείμενο του προκηρυχθέντος έργου, ορίζεται επακριβώς στο Παράρτημα Ι «Αναλυτική Περιγραφή Φυσικού και Οικονομικού Αντικειμένου της Σύμβασης» της ως άνω διακήρυξης ως εξής:

«Α1. Σχεδιασμός και υλοποίηση Στρατηγικής και Διαχείρισης σχέσεων με Διεθνή Μέσα, με αντικείμενο την θετική προβολή της Ελλάδας καθώς και τη διασφάλιση της εικόνας της χώρας σε

σημαντικά κέντρα αποφάσεων στην Ευρώπη, με έμφαση στις ακόλουθες χώρες: Βέλγιο (Βρυξέλλες), Γαλλία, Γερμανία και Ηνωμένο Βασίλειο. Για το λόγο αυτό ο οικονομικός φορέας που θα αναδειχθεί οριστικός ανάδοχος του έργου είναι αναγκαίο να διατηρεί ενεργή παρουσία και γραφεία στο σύνολο των επιθυμητών χωρών (Βέλγιο, Γαλλία, Γερμανία και Ηνωμένο Βασίλειο).

- Ανάπτυξη στρατηγικής για τη διασύνδεση της Ελλάδας με Διεθνή Μέσα, με έμφαση στα πλέον σημαντικά Μέσα και δημοσιογράφους που καλύπτουν τα Ευρωπαϊκά κέντρα αποφάσεων (online / offline)

- Σύνδεση με την ανώτερη ομάδα συμβούλων και εξασφάλιση διαρκούς πρόσβασης σε real time στρατηγική υποστήριξη για θέματα επικοινωνίας

- Χαρτογράφηση opinion leaders και key media contacts, που θα αποτελέσουν τους βασικούς συνομιλητές

- Σχεδιασμός πλαισίου δράσεων για ανάπτυξη επαφών με Διεθνή Μέσα και key stakeholders / key opinion leaders

- Ανάπτυξη μηνυματικής πολιτικής και ατζέντας θεμάτων, για την ανάπτυξη διαλόγου και επικοινωνίας με το σύνολο των επιθυμητών κοινών, ανά χώρα-στόχος

- Διαρκής παροχή intelligence και ανάλυση του τοπίου Διεθνών Μέσων (media landscape) που σχετίζονται με τα θέματα ενδιαφέροντος της Ελληνικής οικονομικής διπλωματίας

- Συμβουλευτική και υποστήριξη σχετικά με τη διεθνή επικοινωνιακή τοποθέτηση της χώρας και τη δημιουργία σχετικών επικοινωνιακών υλικών, π.χ. ομιλίες, op-eds, κ.λπ.

- Σχεδιασμός και επικαιροποίηση επιμέρους επικοινωνιακών υλικών, ανάλογα με τις προτεραιότητες που θα θέσει



η ελληνική οικονομική διπλωματία και τις εξελίξεις της επικαιρότητας που θα αφορούν στην Ελλάδα, για τη διαρκή ενημέρωση και διατήρηση επαφών με τα Διεθνή Μέσα (Δελτία Τύπου, ανακοινώσεις, holding statements, κ.λπ)

- Προώθηση των σχετικών επικοινωνιακών υλικών στα Διεθνή Μέσα
- Διαρκής διαχείριση της επαφής με τα Διεθνή Μέσα (proactive — reactive) και προώθηση σχετικής μηνυματικής/επικοινωνιακών υλικών, ανάλογα με τις προτεραιότητες της χώρας ή και τις εξελίξεις της επικαιρότητας που θ' αφορούν στη δημόσια προβολή της χώρας.
- Μηνιαίες συνεδρίες στρατηγικής και τριμηνιαίες συνεδρίες επισκόπησης στρατηγικής.

#### A2. Παρακολούθηση εξελίξεων — αποδελτίωση (monitoring & reporting)

- Καθημερινή σταθερή παρακολούθηση και αποδελτίωση των Διεθνών Μέσων, με έμφαση στα πλέον σημαντικά Μέσα (online / offline)
- Έγκαιρη σάρωση και παρακολούθηση σε πραγματικό χρόνο της δημοσιότητας για κρίσιμα ζητήματα που αφορούν την εικόνα της χώρας, της ελληνικής κυβέρνησης και της ελληνικής οικονομικής διπλωματίας (alert), ώστε να διασφαλιστεί ότι θα υπάρχει έγκαιρη ενημέρωση και άμεση επικοινωνιακή τους αντιμετώπιση
- Πρόταση επικοινωνιακού χειρισμού για θέματα με την ένδειξη alert, καθώς και διαρκής υποστήριξη ανάλογα με την επικοινωνιακή κλιμάκωση
- Ad hoc συνεχής κάλυψη και ποιοτική ανάλυση δημοσιότητας (ανάλογα με τις ανάγκες που θα προκύψουν), που θα

σχετίζεται με σημαντικές προτεραιότητες, εξελίξεις ή θέματα με την ένδειξη alert

- Περίληψη και καθημερινή ηλεκτρονική αποστολή (email) της σταθερής δημοσιότητας που σχετίζεται με τη διεθνή εικόνα της Ελλάδας και τα θέματα ενδιαφέροντος, σε χρονικό πλαίσιο που θα προαποφασιστεί

- Διαρκής ανάλυση sentiment της δημοσιότητας και του αφηγήματος για την χώρα και την Ελληνική Κυβέρνηση, προκειμένου να λαμβάνονται εγκαίρως πρωτοβουλίες επικοινωνιακής Βελτίωσης, σε Βραχυπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο ορίζοντα.

### A3. Σχεδιασμός Στρατηγικής Digital Περιεχομένου και Παροχή Συμβουλευτικών Υπηρεσιών

- Αξιολόγηση της Online εικόνας της Ελλάδας και προσδιορισμός των αναγκών digital επικοινωνίας

- Σχεδιασμός και ανάπτυξη της κατάλληλης στρατηγικής δημιουργίας digital περιεχομένου για τη προστασία και προβολή της φήμης της χώρας στο online περιβάλλον, με έμφαση στις ακόλουθες χώρες/κέντρα αποφάσεων: Βέλγιο (Βρυξέλλες), Γαλλία, Γερμανία και Ηνωμένο Βασίλειο.

- Προσαρμογή της μηνυματικής και δημιουργία περιεχομένου για τη διαχείριση του διαλόγου στο online περιβάλλον (σε online / social assets), ανταποκρινόμενη στις ανάγκες επικοινωνίας των Διεθνών Μέσων και των key opinion leaders στα Ευρωπαϊκά κέντρα αποφάσεων

- Δημιουργία εβδομαδιαίου calendar θεματολογίας βάση των στόχων επικοινωνίας με γνώμονα το engagement / growth του community και δημοσίευση στις αντίστοιχες πλατφόρμες

- Προώθηση στοχευμένου digital content (online advertorials/αρθρογραφία), σε συντονισμό με key spokesperson της Ελληνικής οικονομικής διπλωματίας και ειδικούς
- Υποστήριξη διαχείρισης περιεχομένου, cammenting
- Διαχείριση σχολίων χρηστών, με βάση εγκεκριμένα guidelines
- Δημιουργικές εργασίες σε φωτογραφικό ή και βίντεο υλικό που διατίθεται προκειμένου να χρησιμοποιηθεί για τις αναρτήσεις καθώς και δημιουργία νέου βάσει αναγκών (infographics / videographics)
- Διαρκής παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών στη διαμόρφωση και υλοποίηση της online επικοινωνιακής στρατηγικής
  - Συνεχής παρακολούθηση και ανάλυση συναισθήματος» γύρω από τις συνολικές αναφορές για την χώρα
  - Συνεχής αξιολόγηση των "online συζητήσεων" αντιλαμβανόμενοι πλήρως διαφορετικές δυναμικές και ατζέντες που αφορούν τη χώρα
  - Monitoring & Reporting: αποτύπωση της Online δημοσιότητας και καθημερινή κατηγοριοποίηση Θεματολογίας ανάλογα με την πηγή, την σημαντικότητα και την agenda
  - Καθημερινό alerting (εφόσον απαιτείται) και ανάλυση των θεμάτων που χρήζουν στρατηγικής τοποθέτησης σε πραγματικό χρόνο
  - Μηνιαία ανασκόπηση (reporting) σχετικά με την επικοινωνιακή εικόνα και τοποθέτηση της χώρας, σε συνάρτηση με την επικαιρότητα και τα θέματα ενδιαφέροντος
  - Παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών στην υλοποίηση του πλάνου social media προώθησης (campaigns / activations)

- Συμμετοχή σε συστηματικές συναντήσεις για απολογισμό, αξιολόγηση και αναθεώρηση στρατηγικής εφόσον χρειαστεί».

Λαμβανομένων υπόψη όλων των ανωτέρω, καθίσταται άνευ ετέρου εμφανές, ότι αντικείμενο της υπό κρίση διακήρυξης είναι ο σχεδιασμός και η υλοποίηση της εθνικής στρατηγικής και διαχείρισης των σχέσεων με τα διεθνή μέσα προκειμένου να διασφαλισθεί η θετική προβολή της Ελλάδας διεθνώς και να προωθηθούν οι στόχοι της οικονομικής διπλωματίας.

Το προαναφερθέν έργο συνάδει με τη γενικότερη ευρέως δημόσια διατυπωθείσα κυβερνητική στοχοθεσία διαμόρφωσης μίας θετικής διεθνούς εικόνας για την χώρα (national brand), ήτοι του rebranding της Ελλάδος μετά από μια περίοδο βαθιάς κρίσης, όπου η χώρα απασχόλησε κατά κύριο λόγο αρνητικά τη δημοσιότητα σε διεθνές επίπεδο.

Ζητούμενο, λοιπόν της επίμαχης σύμβασης είναι να επικοινωνηθεί διεθνώς, ότι η Ελλάδα επιστρέφει δυναμικά μετά από μία περίοδο παρατεταμένης εσωστρέφειας, ώστε να καταστεί και πάλι ένας ελκυστικός επενδυτικός προορισμός.

Υπογραμμίζεται δε μετ' επιτάσεως, ότι μέσω του υπό κρίση έργου επιδιώκεται η διασφάλιση της θετικής προβολής της χώρας διεθνώς και των μεταρρυθμίσεων που λαμβάνουν χώρα, και όχι η προβολή συγκεκριμένων πολιτικών προσώπων, αυτοτελώς. Συναφώς, ο σχεδιασμός και η υλοποίηση της εθνικής στρατηγικής και διαχείρισης των σχέσεων αφορά αποκλειστικά στα διεθνή και όχι τα εθνικά μέσα ενημέρωσης.

#### 4. ΜΑΡΤΥΡΙΚΕΣ ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ – ΑΠΟΔΕΙΚΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

**α. Από την μαρτυρική κατάθεση του Διευθύνοντος Συμβούλου της Ελληνικής Εταιρείας Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε, κ. Φιλιόπουλου, διαπιστώθηκαν και έγιναν αποδεκτά τα εξής:**

- Η Enterprise Greece ιδρύθηκε το 2014 και σκοπός της είναι η προώθηση των εξαγωγών και η προσέλκυση επενδύσεων στη χώρα.

- Αποτελεί πάγια ανάγκη κάθε χώρας η συνεχής παρακολούθηση και ενδυνάμωση της εικόνας της, ανεξαρτήτως συνθηκών.

- Η εδραίωση σχέσεων εμπιστοσύνης με ανθρώπους επιρροής στο διεθνές στερέωμα των media δεν πρέπει να γίνεται αποσπασματικά, αλλά να είναι ένα προϊόν γενικότερης στρατηγικής της χώρας και της Enterprise Greece.

- Η Enterprise Greece με τη δράση της ενισχύει το ρόλο της δημόσιας διπλωματίας, καθώς ρόλος της είναι η προώθηση της χώρας απέναντι στους ξένους επενδυτές.

- Πλέον, σχεδόν όλες οι χώρες έχουν δημιουργήσει φορείς αντίστοιχους της Enterprise Greece, ώστε να έχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

- Τον Δεκέμβριο του 2020 προκήρυξε ηλεκτρονικό διαγωνισμό, με σκοπό να επιλεγεί η εταιρεία με την πιο συμφέρουσα οικονομική προσφορά, η οποία θα αναλάμβανε το έργο «υπηρεσίες σχεδιασμού και υλοποίησης της Στρατηγικής και Διαχείρισης των σχέσεων της Ελλάδας με τα Διεθνή Μέσα, για την επιδίωξη της θετικής προβολής και τη διασφάλισης της εικόνας για την Ελλάδα σε σημαντικά κέντρα αποφάσεων στην Ευρώπη, της παρακολούθησης των εξελίξεων μέσω αποδελτίωσης, καθώς και

παροχής στρατηγικών συμβουλευτικών υπηρεσιών digital περιεχομένου».

- Η Enterprise Greece ήταν υποχρεωμένη εκ του νόμου να πραγματοποιήσει ανοικτό διεθνή διαγωνισμό, καθώς το ποσό της σύμβασης ξεπερνούσε τα 214.000 €.

- Στόχος είναι η δημιουργία θετικών μηνυμάτων προς όφελος της χώρας. Γι' αυτό το λόγο μπήκαν στον διαγωνισμό κριτήρια, τα οποία διασφάλιζαν ότι θα συμβληθούν μεγάλες εταιρείες ικανές να εκτελέσουν αντίστοιχα έργα, με ανάλογη εμπειρία στο παρελθόν.

- Τηρήθηκαν όλες οι απαιτούμενες διαδικασίες δημοσίευσης της εν λόγω προκήρυξης, ώστε αν γνωστοποιηθεί στον επιχειρηματικό κόσμο, αλλά μόνο μία εταιρεία κατέθεσε προσφορά, η Edelman. Συγκεκριμένα, η προκήρυξη του διαγωνισμού δημοσιεύτηκε στην εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αναρτήθηκε στην ιστοσελίδα του «Enterprise Greece» για όλη τη διάρκεια της πρόσκλησης, ενώ έχουν γίνει αναδημοσιεύσεις στον «Ελεύθερο Τύπο της Κυριακής», στο «Daily Fax», στο «Marketing Week», στο «Business Today», στο «advertising.gr» και στο «reformer.gr».

- Κατά τη διάρκεια της διαδικασίας του διαγωνισμού, αλλά και μετά το πέρας αυτού, δεν διατυπώθηκε καμία ένσταση / προσφυγή / παράπνομο από άλλη εταιρεία του χώρου, αναφορικά με τον τρόπο διεξαγωγής του διαγωνισμού.

- Το ότι συμμετείχε μόνο μία εταιρεία (Edelman) στο διαγωνισμό, ενώ θα μπορούσαν να έχουν λάβει μέρος περισσότερες, δεν τον καθιστά παράτυπο ή παράνομο από τη στιγμή που τηρήθηκαν όλες οι νόμιμες διαδικασίες δημοσίευσης.

- Το ύψος της σύμβασης, ήτοι 800.000 € συν Φ.Π.Α., θεωρείται απόλυτα εύλογο και αυτό προκύπτει τόσο από παρόμοιες συμβάσεις που έχουν κάνει άλλες χώρες και άλλοι αντίστοιχοι οργανισμοί, όσο και από το γεγονός ότι, με βάση το έργο,

καταρτίστηκε ένας προϋπολογισμός, ο οποίος στηριζόταν στους ανθρωπομήνες και σε μέσους όρους αμοιβών σε εταιρίες δημοσίων σχέσεων εγνωσμένου κύρους.

- Σε καμία περίπτωση το budget υλοποίησης δεν μπορεί να θεωρηθεί κατασπατάληση δημοσίου χρήματος, καθώς αποτελεί επένδυση για τη χώρα, με σκοπό την προστασία και τη βελτίωση της εικόνας της.

- Άλλες χώρες (Ισπανία, Μεγάλη Βρετανία, Ελβετία, Γαλλία, Πολωνία κ.α), δαπανούν δεκαπλάσια ποσά για αντίστοιχα προγράμματα.

- Αυτό το έργο είναι απαραίτητο για την ενίσχυση της εικόνας της Ελλάδας διεθνώς και είναι μια πρακτική που ακολουθούν πολλές χώρες στον κόσμο για την προώθηση και την προστασία της εικόνας τους και η οποία γίνεται όλο και πιο επιβεβλημένη την εποχή των ηλεκτρονικών μέσων ενημέρωσης.

- Το εν λόγω έργο δεν σχετίζεται με την πανδημία.

- Μέχρι στιγμής δεν υπάρχουν παραδοτέα, ούτε έχει καταβληθεί κάποιο ποσό από το τίμημα προς την εταιρεία Edelman.

- Το διαγωνισμό εισηγήθηκε ο Διευθύνων Σύμβουλος της Enterprise Greece κ. Φιλιόπουλος, χωρίς να έρθει σε οποιαδήποτε επαφή ή συνεννόηση με κάποιο κυβερνητικό στέλεχος.

- Το σύνολο των συμβατικών υποχρεώσεων συμπληρώθηκε αποκλειστικά με ευθύνη της Enterprise Greece, με βάση της ανάγκες της χώρας και σε καμία περίπτωση δεν ζητήθηκαν από την Ελληνική Κυβέρνηση

- Δεν υπάρχει υπέρβαση του αντικειμένου και του σκοπού της Enterprise Greece με αυτήν τη Σύμβαση, καθώς η προώθηση και η προσέλκυση επενδύσεων, τεκμηριώνεται από πλήθος μελετών, ότι συνδέεται άμεσα με την εικόνα της χώρας στο εξωτερικό.

- Η Ελληνική Κυβέρνηση εκπροσωπεί τη χώρα μας στο εξωτερικό. Επενδύεται δημόσιο χρήμα για την ολοένα και καλύτερη επικοινωνιακή εικόνα της χώρας.

- Η Enterprise Greece δεν υπάγεται στους κανόνες του δημόσιου τομέα και για αυτόν τον λόγο δεν ήταν αναγκαία η πιστοποίηση ISO.

**β. Από την έγγραφη κατάθεση του Προέδρου και CEO της αναδόχου εταιρείας Edelman, President and CEO, Edelman, Europe, Middle East and Africa, διαπιστώθηκαν και έγιναν αποδεκτά τα εξής:**

- Η Σύμβαση μεταξύ της Edelman και της Enterprise Greece υπεγράφη στις 5 Οκτωβρίου 2021 και τα πρώτα μέρη του προγράμματος θα παραδοθούν στις αρχές του 2022.

- Κανένα τιμολόγιο δεν έχει εκδοθεί από την Enterprise Greece και κανένα χρηματικό ποσό δεν έχει εισπραχθεί από την Edelman μέχρι στιγμής.

- Οι στόχοι της Σύμβασης παρουσιάστηκαν στο διαγωνισμό και αντικατοπτρίζουν τον βασικό σκοπό της Enterprise Greece.

- Σκοπός της Enterprise Greece είναι η προσέλκυση, η προβολή, η υποστήριξη και διατήρηση των επενδύσεων στην Ελλάδα, προκειμένου να διευκολυνθούν οι επιχειρηματικές επαφές και η στήριξη των ελληνικών εξαγωγών και της ελληνικής επιχειρηματικότητας στις διεθνείς αγορές και η ανάδειξη της χώρας μας ως σημαντικού στρατηγικού εταίρου Παγκοσμίως.

- Για να επιτευχθεί το επικοινωνιακό κομμάτι, θα πρέπει να γίνουν επαφές και συνεργασίες με ένα ευρύ φάσμα θεσμικών προσώπων. Ανάμεσα σε αυτά τα θεσμικά πρόσωπα, δεν



αποκλείεται να συγκαταλέγεται ο Πρωθυπουργός, καθώς και οι Υπουργοί των οποίων τα χαρτοφυλάκια σχετίζονται με την προώθηση επενδύσεων.

- Η ενασχόληση με τους επίσημους εκπροσώπους του ελληνικού κράτους δεν σχετίζεται με τους ίδιους, ως άτομα, αλλά με τα χαρτοφυλάκια και τις πρωτοβουλίες που αναλαμβάνουν μέσω των επίσημων καθηκόντων τους, που αφορούν την προώθηση της ελληνικής οικονομίας και του ελληνικού κράτους.

- Η διαγωνιστική διαδικασία διεξήχθη αποκλειστικά μέσω της σχετικής ηλεκτρονικής πλατφόρμας. Η Edelman υπέβαλε ηλεκτρονικά ένα ολοκληρωμένο πλάνο για την παράδοση της σύμβασης και την εκπλήρωση όλων των άλλων απαραίτητων οικονομικών όρων και απαιτήσεων και ουδέποτε ήρθε σε επικοινωνία με εκπρόσωπο της Ελληνικής Κυβέρνησης.

- Οι στόχοι της Σύμβασης είναι σαφώς καθορισμένοι στο πρώτο άρθρο αυτής και δεν υπάρχει καμία υπόνοια για προβολή του Κυριάκου Μητσοτάκη.

- Ο κ. Stan Greenberg, που αναφέρεται στη δημοσίευση της ιστοσελίδας «Reporters United» δεν συνεργάστηκε ποτέ με την Edelman σε καμία δουλειά που να αφορά την Ελλάδα.

- Το από 23.06.2021 email εκπροσώπου της Edelman, που αναφέρεται στην απόφαση της ελληνικής κυβέρνησης να στηρίξει την ευρωπαϊκή Διακήρυξη για τα δικαιώματα της LGBTQ+ κοινότητας στην Ευρώπη, ουδεμία σχέση έχει με την επίμαχη Σύμβαση μεταξύ της Edelman και της Enterprise Greece.

## **5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

1. Η αναθέτουσα αρχή τήρησε όλες τις προβλεπόμενες διατάξεις και διαδικασίες (ενωσιακές και εθνικές οδηγία 24/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 26<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου

2014), **σχετικά με τις δημόσιες προμήθειες** καθώς και τις διατάξεις του ν. 4412/2016 «Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών (προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ)» και ανέθεσε με ανοιχτό διεθνή ηλεκτρονικό διαγωνισμό το έργο της παροχής των υπηρεσιών του «σχεδιασμού και υλοποίησης Στρατηγικής και Διαχείρισης των σχέσεων της Ελλάδας με Διεθνή Μέσα, για την επιδίωξη της θετικής προβολής και τη διασφάλιση της εικόνας της Ελλάδας σε σημαντικά κέντρα αποφάσεων στην Ευρώπη, της προώθησης των στόχων της οικονομικής διπλωματίας, της παρακολούθησης των εξελίξεων μέσω αποδελτίωσης, καθώς και της παροχής στρατηγικών συμβουλευτικών υπηρεσιών ψηφιακού περιεχομένου, υπηρετώντας απόλυτα τον εταιρικό της σκοπό, τις αποφάσεις των εταιρικών οργάνων και την κυβερνητική στοχοθεσία για εθνικό rebranding.

**Η διεξαγωγή της υπό εξέταση ανοιχτής διαγωνιστικής διαδικασίας έγινε σύμφωνα με το ρυθμιστικό πλαίσιο περί δημοσίων συμβάσεων και δεν έγινε καμία χρήση των κατ'εξάιρεση διατάξεων περί δημοσίων συμβάσεων που θεσπίστηκαν για την αντιμετώπιση των επειγουσών και έκτακτων αναγκών που δημιουργήσε η πανδημία του Covid-19.**

**2. Τηρήθηκαν στο ακέραιο όλες οι απαιτούμενες διατυπώσεις δημοσιότητας και διαφάνειας.** Ειδικότερα η υπό κρίση διακήρυξη απεστάλη με ηλεκτρονικά μέσα για δημοσίευση στις 04.12.2020 στην Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, παρελήφθη στις 07.12.2020, έλαβε αριθμό αναφοράς ENOTICES\_n005f98v/2020-164698 και δημοσιεύθηκε στον ιστότοπο Tenders Electronic Daily (TED) την 11<sup>η</sup> .12.2020.

Παράλληλα, έλαβε χώρα η προσήκουσα δημοσίευση της διακήρυξης και στο εθνικό επίπεδο. Η διακήρυξη καταχωρήθηκε στο Κεντρικό Ηλεκτρονικό Μητρώο Δημοσίων Συμβάσεων (ΚΗΜΔΗΣ), στη διαδικτυακή πύλη του Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ.: <http://www.promitheus.gov.gr>

(μοναδικός κωδικός: ΑΔΑΜ 20PR0C007831049 και αριθμός δημοσίευσης στην πύλη Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ. 103410) καθώς και στη διεύθυνση (URL): [www.enterprisegreece.gov.gr](http://www.enterprisegreece.gov.gr). Τέλος, η περίληψη της διακήρυξης αναρτήθηκε στον ισότοπο <http://diavgeia.gov.gr/> (ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΑΥΓΕΙΑ, ΑΔΑ: ΩΝΧ=46ΨΧ6Σ-ΚΥ1), σύμφωνα με το άρθρο 2 παρ. 4 περ. 16 του ν.3861/2010, όπως ίσχυε.

Δυνάμει δε της υπ' αριθμ. 374/06.07.2021 αποφάσεως του Δ.Σ. της «Ελληνικής Εταιρείας Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε.» αποφασίστηκε η οριστική κατακύρωση του υπ' αριθμ. 09/2020 ως άνω διεθνούς ηλεκτρονικού διαγωνισμού στο κοινοπρακτικό σχήμα «EDELMAN». Η σύμβαση, συνολικής αξίας 992.000,00€ (800.000,00€ πλέον ΦΠΑ ποσού 192.000,00€ και πλέον του δικαιώματος προαίρεσης, σύμφωνα με τους όρους της διακήρυξης και ως του προϋπολογισμού αυτής, ήθελε υποτεθεί ότι ασκήθηκε μονομερώς από την Enterprise Greece), αναρτήθηκε στο ΚΗΜΔΗΣ (μοναδικός Κωδικός – ΑΔΑΜ: 21SYMV009332865).

Παρά δε την ευρύτατη και σύμφωνα με το νόμο δημοσιότητα της διακήρυξης σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, υποψήφια στον διεθνή διαγωνισμό ήταν μόνο η ανάδοχος κοινοπραξία εταιρειών «EDELMAN», ενώ δεν διατυπώθηκαν ενστάσεις κατά του τεύχους και των όρων της διακήρυξης, προδικαστικές προσφυγές και δεν εγέρθηκαν άλλες συναφείς δικαστικές ενέργειες ή αξιώσεις.

Επίσης, απεδείχθη περίτρανα, ότι τηρήθηκαν όλες οι νόμιμες, αλλά και τυπικές διαδικασίες, τόσο ως προς τη δημοσίευση της προκήρυξης (π.χ. διαύγεια), όσο και ως προς την επιλογή της αναδόχου εταιρείας, ήτοι της Edelman, μιας εταιρείας με πολυετή παρουσία στο χώρο.

Η διαδικασία του ανοικτού διεθνούς ηλεκτρονικού διαγωνισμού ήταν επιβεβλημένη βάσει της νομοθεσίας για την Enterprise Greece, λόγω του τιμήματος της σύμβασης, το οποίο υπερβαίνει αυτό των

214.000 €. Το γεγονός ότι, παρά τη δημοσίευσή του σε διάφορα μέσα, έδειξε ενδιαφέρον μόνο μία εταιρεία (Edelman), ενώ είχαν τη δυνατότητα να συμμετάσχουν και άλλες, δεν αναιρεί το νόμιμο της διαδικασίας, ούτε είναι κάτι που θα έπρεπε να απασχολήσει την Enterprise Greece.

**3. Από την μέχρι τώρα πορεία της Εταιρείας, αλλά και από την άκρως κατατοπιστική κατάθεση του μάρτυρα Γεωργίου Φιλιόπουλου , Διευθύνοντα Συμβούλου της Enterprise Greece, αποδείχθηκε περίτρανα, ότι η εν λόγω Σύμβαση που υπεγράφη μεταξύ της Enterprise Greece και της Edelman, ήταν με πρωτοβουλία της πρώτης και ουδέποτε πήρε σχετική εντολή από την Ελληνική Κυβέρνηση.**

**4. Αντικείμενο της υπό κρίση διακήρυξης είναι ο σχεδιασμός και η υλοποίηση της εθνικής στρατηγικής και διαχείρισης των σχέσεων με τα διεθνή μέσα, προκειμένου να διασφαλισθεί η θετική προβολή της Ελλάδας διεθνώς και να προωθηθούν οι στόχοι της οικονομικής διπλωματίας.**

Το αντικείμενο της επίμαχης σύμβασης συνάδει απόλυτα με τη γενικότερη ευρέως δημόσια διατυπωθείσα κυβερνητική στοχοθεσία διαμόρφωσης μίας θετικής διεθνούς εικόνας για την χώρα (national brand), ήτοι του rebranding της Ελλάδος μετά από μια περίοδο βαθιάς κρίσης, όπου η χώρα απασχόλησε κατά κύριο λόγο αρνητικά τη δημοσιότητα σε διεθνές επίπεδο.

Αναμφισβήτητος στόχος της επίμαχης σύμβασης είναι να επικοινωνηθεί διεθνώς, ότι η Ελλάδα επιστρέφει δυναμικά μετά από μία περίοδο παρατεταμένης εσωστρέφειας ,ώστε να καταστεί και πάλι ένας ελκυστικός επενδυτικός προορισμός. Υπογραμμίζεται δε μετ' επιτάσεως, ότι μέσω του υπό κρίση έργου επιδιώκεται η διασφάλιση της θετικής προβολής της χώρας διεθνώς και των μεταρρυθμίσεων

που λαμβάνουν χώρα, και όχι η προβολή συγκεκριμένων πολιτικών προσώπων, αυτοτελώς. Ως εκ τούτου, ο σχεδιασμός και η υλοποίηση της εθνικής στρατηγικής και διαχείρισης των σχέσεων αφορά αποκλειστικά στα διεθνή και όχι τα εθνικά μέσα ενημέρωσης.

**5. Περαιτέρω, αποδείχθηκε ότι το έργο που αναλύεται στη σύμβαση, είναι μία πρακτική που ακολουθούν εδώ και χρόνια πολλές άλλες χώρες, με σκοπό την ενίσχυση και την προστασία της εικόνας τους στο εξωτερικό. Η Ελλάδα θα έπρεπε να είχε μεριμνήσει εδώ και χρόνια για μία τέτοια δράση. Επιπλέον, αποδείχθηκε πως όταν αναφερόμαστε σε μία χώρα, αυτόματα αναφερόμαστε και στην Κυβέρνησή της, η οποία και την εκπροσωπεί, όπως αντίστοιχα αναφερόμαστε και στις επιχειρήσεις της.**

**6. Από τα ανωτέρω, προέκυψε επίσης, ότι η εν λόγω σύμβαση σε καμία περίπτωση, δεν θεωρείται κατασπατάληση δημοσίου χρήματος. Είναι απαραίτητη για οποιαδήποτε χώρα θέλει να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, πολλώ δε μάλλον για την Ελλάδα, η οποία βρίσκεται στην έξοδο μίας πολυετούς οικονομικής κρίσης, κατά τη διάρκεια της οποίας ακούστηκαν πλείστα κακόβουλα σχόλια από χώρες και παράγοντες του εξωτερικού.**

**Επιπλέον, αποδείχθηκε ότι, το χρηματικό ποσό που θα επενδυθεί για το εν λόγω έργο είναι πολύ μικρό συγκριτικά με τα ποσά αντίστοιχων προγραμμάτων που επενδύουν άλλες χώρες του εξωτερικού.**

**7. Από τις μαρτυρική εξέταση, απεδείχθη, ότι ουδέποτε η Ελληνική Κυβέρνηση έδωσε κατευθυντήριες γραμμές για την εκπόνηση της επίμαχης σύμβασης, το περιεχόμενο της οποίας ήταν αποκλειστικά προϊόν της νομικής υπηρεσίας της Enterprise Greece.**

8. Η έγγραφη μαρτυρία του Προέδρου και CEO της Edelman Ed Williams ενισχύει την επιχειρηματολογία της Enterprise Greece. Διατυπώθηκε για άλλη μία φορά, ότι **μόνος στόχος της Enterprise Greece, αλλά και της επίμαχης Σύμβασης, είναι η προώθηση και διατήρηση των επενδύσεων στην Ελλάδα.** Η μόνη πιθανότητα να γίνει αναφορά σε κάποιον θεσμικό παράγοντα (Πρωθυπουργό, Υπουργό κλπ) κινείται στα πλαίσια του ανωτέρω σκοπού της και, όχι σαν αναφορά προς τους ίδιους, σαν πρόσωπα, αλλά βάση τα χαρτοφυλάκια που διαχειρίζονται και με τα καθήκοντά τους, που αφορούν την προώθηση της οικονομίας και των επενδύσεων.

9. Για τον κ. **Stan Greenberg**, που αναφέρεται στη δημοσίευση της ιστοσελίδας «**Reporters United**» επιβεβαιώθηκε, ότι **δεν συνεργάστηκε ποτέ με την Edelman σε καμία δουλειά που να αφορά την Ελλάδα.** Ενώ όσον αφορά το από 23.06.2021 email εκπροσώπου της Edelman, που αναφέρεται στην απόφαση της ελληνικής κυβέρνησης να στηρίξει την ευρωπαϊκή Διακήρυξη για τα δικαιώματα της LGBTQ+ κοινότητας στην Ευρώπη, ουδεμία σχέση έχει με την επίμαχη Σύμβαση μεταξύ της Edelman και της Enterprise Greece.

Επιπλέον, αποδείχθηκε, ότι **δεν έχει καταβληθεί ακόμα κάποιο ποσό στην Edelman, όπως επίσης και ότι η Edelman κατέθεσε ηλεκτρονικά τη νόμιμη προσφορά της στο διαγωνισμό, χωρίς να έχει επαφές με κάποιον εκπρόσωπο της Ελληνικής Κυβέρνησης.**

Συνεπώς οι κατηγορίες του ΣΥΡΙΖΑ περί κατασπατάλησης δημοσίου χρήματος, ευτελισμού των θεσμών και χρησιμοποίηση της Enterprise Greece για προβολή της Ελληνικής Κυβέρνησης, κατέπεσαν εμφανώς από το ίδιο το περιεχόμενο της Σύμβασης, των

προσκομισθέντων εγγράφων στις εργασίες της Εξεταστικής Επιτροπής, αλλά και από τις καταθέσεις των μαρτύρων. Την ιδέα του έργου συνέλαβε η Enterprise Greece με δική της πρωτοβουλία, μέσα στα πλαίσια των λοιπών δραστηριοτήτων της. Ουδεμία συνεννόηση έγινε ποτέ με κάποιο μέλος της Ελληνικής Κυβέρνησης και ουδεμία ύποπτη συνδιαλλαγή έλαβε ποτέ χώρα.

## **V. ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΓΚΡΙΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΑΠΕΥΘΕΙΑΣ ΑΝΑΘΕΣΗΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ «ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΥ TRAVEL.GOV.GR» ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ «REPOSITION STRATEGY ΕΠΕ»**

### **1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ – ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ**

Ως είναι γνωστό, το έτος 2020 η Ελλάδα, όπως και οι άλλες χώρες του κόσμου, αντιμετώπισε μια πρωτόγνωρη κρίση δημόσιας υγείας, η οποία προκλήθηκε από την πανδημία του κορονοϊού. Στο πλαίσιο της λήψης μέτρων για την αντιμετώπιση της, από τις 23 Μαρτίου του 2020 και μέχρι τις 4 Μαΐου του 2020 υπήρξε καθολική απαγόρευση μετακίνησης των πολιτών, ενώ από τις 4 Μαΐου 2020 και εντεύθεν υπήρξε σταδιακή άρση των μετακινήσεων τόσο εντός της χώρας όσο και στις διασυνοριακές μετακινήσεις.

Για την ασφάλεια των διασυνοριακών μετακινήσεων των πολιτών και με γνώμονα την μείωση της διασποράς του κορωνοϊού COVID-19, η Ελλάδα ήταν η πρώτη χώρα στην Ε.Ε. που εισήγαγε την υποχρεωτική συμπλήρωση και έκδοση της αίτησης Passenger Location Form (PLF) από τους ταξιδιώτες που εισέρχονταν στον ελλαδικό χώρο. Το PLF ξεκίνησε επίσημα τη λειτουργία του την 1<sup>η</sup> Ιουλίου 2021 ως υποχρεωτική και δεσμευτική προϋπόθεση για όλους τους ταξιδιώτες.

Στο πλαίσιο της ανάληψης και της υλοποίησης της συγκεκριμένης δράσης, το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, με ίδια μέσα, ανέλαβε την τηλεπικοινωνιακή υποστήριξη των πολιτών επί ερωτημάτων και προβλημάτων που τυχόν ανέκυπταν. Ωστόσο, λόγω του ιδιαίτερου αυξημένου αριθμού τηλεφωνικών αιτημάτων των πολιτών καθώς και της άμεσης ανάγκης για τάχιστη ενημέρωση και χορήγηση οδηγιών για την ορθή συμπλήρωση και χρήση του PLF,



κρίθηκε απαραίτητη η επείγουσα ανάθεση, μετά από άτυπη έρευνα αγοράς, σε έμπειρο οικονομικό φορέα της υλοποίησης της ως άνω υπηρεσίας τηλεπικοινωνιακής υποστήριξης των πολιτών που έκαναν χρήση της πλατφόρμας travel.gov.gr.

Η ΕΔΥΤΕ Α.Ε., σε συνεργασία με το εποπτεύον Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης και στο πλαίσιο του τεχνικού δελτίου με τίτλο « Επιχορήγηση ης ΕΔΥΤΕ Α.Ε. και υποστήριξη Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης», λαμβάνοντας υπόψη τον εξαιρετικά επείγοντα χαρακτήρα, την πλέον συμφέρουσα προσφορά, βάσει της προαναφερθείσας, άτυπης έρευνας αγοράς και την αδήριτη ανάγκη για άμεση και ποιοτική υποστήριξη του Υπουργείου στον ιδιαίτερα μεγάλο όγκο των τηλεπικοινωνιακών αιτημάτων των πολιτών, προέκρινε με απόφαση του ΔΣ της την εταιρεία «Reposition Strategy», για την εκτέλεση του συγκεκριμένου έργου.

Η επιλεγείσα εταιρεία είναι μια εξειδικευμένη ανεξάρτητη εταιρεία, που ιδρύθηκε το έτος 2004 και δραστηριοποιείται στο χώρο της έρευνας, του marketing και της επικοινωνίας. Βάσει αυτής της εξειδίκευσης της, είχε συνάψει συναφείς συμβάσεις και είχε ολοκληρώσει επιτυχώς έργα με αναθέτουσες αρχές τόσο από το χώρο της Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ενδεικτικά αναφέρονται οι Δήμοι Αμαρουσίου και Αγράφων, καθώς και η Περιφέρεια Αττικής) όσο και από ιδιωτικές εταιρείες.

Ειδικότερα, στον τομέα της επικοινωνίας, η εταιρεία έχει προσφέρει υπηρεσίες εταιρικής επικοινωνίας, κοινωνικής επικοινωνίας, πολιτικής επικοινωνίας και επικοινωνίας δημοσίων υποθέσεων, ενώ διαθέτει πλήρως εξοπλισμένο call center πολλαπλών θέσεων, το οποίο λειτουργεί με σύστημα CATI και μπορεί να διεξάγει οποιοδήποτε είδος έργο έρευνας - επικοινωνίας, άρτια εκπαιδευμένους ερευνητές και επιτηρητές. Επιπλέον διαθέτει σύστημα

διασφάλισης ποιότητας σύμφωνα με τα πρότυπα ISO 9001 και ISO 9004.

Ενόψει των ανωτέρω, **το Δ.Σ. της ΕΔΥΤΕ Α.Ε.** με την υπ. Αριθμ. **10.07.2020** συνεδρίαση του αποφάσισε, κατ' εφαρμογή των οριζόμενων στην Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου *Κατεπείγοντα μέτρα για την αντιμετώπιση των συνεπειών του κινδύνου της διασποράς του COVID-19, τη στήριξη της κοινωνίας και της επιχειρηματικότητας και τη διασφάλιση της ομαλής λειτουργίας της αγοράς και της δημόσιας διοίκησης (Α' 68)*, τη διενέργεια της απευθείας ανάθεσης ως αναγκαστικά καταλληλότερης διαδικασίας για την παροχή των ανωτέρω υπηρεσιών λόγω και των επειγουσών συνθηκών από το άνοιγμα του τουρισμού στην Ελλάδα και την είσοδο εκατομμυρίων επισκεπτών.

Στη συνέχεια και κατόπιν της υπ' αριθμ. πρωτ. 8081/23.07.2020 πρόσκλησης εκδήλωσης Ενδιαφέροντος (με CPV 72253000 - 3 Γραμμή άμεσης βοήθειας και υπηρεσίες υποστήριξης), η ΕΔΥΤΕ Α.Ε. προχώρησε στην υπ' αρ. πρωτ. **9245/31.08.2020 απόφαση ανάθεσης** του έργου και τη σύναψη της υπ' αρ. πρωτ. **9248/31.08.2020 σύμβασης με την εταιρεία «Reporting Strategy»** με διάρκεια δύο (2) μήνες και συμβατικό ποσό 60.000,00 ευρώ πλέον ΦΠΑ, το οποίο επιβάρυνε τη χρήση του έτους 2020.

Λόγω, ωστόσο, της συνεχιζόμενης παράτασης της πανδημίας του COVID-19, αλλά και της συνεχιζόμενης αυξημένης ανάγκης για την τηλεπικοινωνιακή υποστήριξη των πολιτών που το χρησιμοποιούσαν (Passenger Location Form-PLF) και δεδομένης της ολοκλήρωσης της αρχικής σύμβασης της ΕΔΥΤΕ Α.Ε. με την εταιρεία «Reposition Strategy», η ως άνω Αναθέτουσα Αρχή προχώρησε, κατόπιν: α) της υπ' αριθμ. **05.11.2020 απόφασης του Δ.Σ. της ΕΔΥΤΕ Α.Ε.** και β) της υπ' αριθμ. 13165/25.11.2020 πρόσκλησης εκδήλωσης ενδιαφέροντος,

στη σύναψη της υπ' αρ. πρωτ. **362/18.01.2021 σύμβασης με όμοιο περιεχόμενο**, διάρκεια και συμβατικό τίμημα, με την ίδια εταιρεία, η οποία επιβάρυνε τη χρήση του έτους 2021.

Εντέλει, δεδομένου ότι εξακολουθούσαν να πληρούνται οι ανωτέρω ουσιαστικές προϋποθέσεις και ειδικότερα η απρόβλεπτη, μη αναμενόμενη και συνεχιζόμενη παράταση της πανδημίας του COVID-19, η παράταση των περιοριστικών μέτρων κατά τις διασυνοριακές μετακινήσεις πολιτών προς την Ελλάδα και η ανάγκη απομακρυσμένης παροχής υπηρεσιών σε πολίτες, κατόπιν: α) της από **23.04.2021 απόφασης του Δ.Σ. της ΕΔΥΤΕ Α.Ε.** και β) της υπ' αριθμ. 6045/11.05.2021 πρόσκλησης εκδήλωσης ενδιαφέροντος, η ΕΔΥΤΕ Α.Ε. προχώρησε στη σύναψη της υπ' αρ. πρωτ. **673/27.05.2021 Σύμβασης, με διάρκεια πέντε (5) μήνες** και συμβατικό ποσό 150.000,00 ευρώ πλέον ΦΠΑ, το οποίο επιβάρυνε τον προϋπολογισμό του έτους 2021.

## **2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΑΠΕΥΘΕΙΑΣ ΑΝΑΘΕΣΗΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ «ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΥ TRAVEL.GOV.GR» ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ «REPOSITION STRATEGY ΕΠΕ»**

1. Η από **11-03-2020 Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου – ΦΕΚ 55/Α΄/11-03-2020**

2. Η από **20-03-2020 Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου – ΦΕΚ 68/Α/20-03-2020**

Άρθρο τριακοστό τέταρτο

Ζητήματα δημοσίων συμβάσεων Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης

Η παρ. 1 του άρθρου 14 της από 11.03.2020 Πράξης Νομοθετικού Περιεχομένου αντικαθίσταται ως εξής:

«1. Για χρονικό διάστημα έξι (6) μηνών από την έναρξη ισχύος της παρούσας, λόγω του κινδύνου περαιτέρω διάδοσης κορωνοϊού COVID-19 και με σκοπό τη διασφάλιση της εύρυθμης και απρόσκοπτης λειτουργίας του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης και των εποπτευόμενων φορέων του, την αποτροπή ή ελαχιστοποίηση πραγματοποίησης συνεδριάσεων συλλογικών και μη οργάνων του δημόσιου τομέα, την εξ αποστάσεως εκτέλεση εργασίας δημόσιων υπαλλήλων και λειτουργών και την απομακρυσμένη παροχή υπηρεσιών σε πολίτες και επιχειρήσεις, το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης και οι εποπτευόμενοι φορείς του δύνανται, κατά παρέκκλιση όλων των κείμενων εθνικών διατάξεων περί δημοσίων συμβάσεων, να προσφεύγουν στη διαδικασία της απευθείας ανάθεσης για τη σύναψη συμβάσεων προμηθειών και παροχής υπηρεσιών με αντικείμενα ενδεικτικά τη συντήρηση υφιστάμενων κρίσιμων πληροφοριακών συστημάτων του δημόσιου και του ευρύτερου δημόσιου τομέα κατά την έννοια του άρθρου 3 του ν. 3979/2011 (Α` 138), την ανάπτυξη νέων μέσων Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (Τ.Π.Ε.), την ανάπτυξη και συντήρηση ιστοσελίδων, την παροχή υπηρεσιών πληροφορικής, τα έργα πληροφορικής, για τους ως άνω σκοπούς και ιδιαίτερα τη συνέχιση της εύρυθμης και απρόσκοπτης λειτουργίας του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης και των εποπτευόμενων φορέων του, την παροχή υπηρεσιών φύλαξης, καθαριότητας και απολύμανσης των κτιρίων του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης και των εποπτευόμενων φορέων του και την προμήθεια των σχετικών υλικών, καθώς και την προμήθεια φορητών υπολογιστών, σχετικών ηλεκτρονικών συσκευών και του απαραίτητου λογισμικού για την επίτευξη της εξ αποστάσεως παροχής εργασίας των υπαλλήλων και την παροχή υπηρεσιών για την εγκατάσταση και λειτουργία τους».

\*\*\* ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ: Κατά την παρ. 2 του άρθρου 27 Ν.4790/2021, ΦΕΚ Α 48/31.3.2021: " Η ισχύς του άρθρου τριακοστού τέταρτου της από 30.3.2020 Πράξης Νομοθετικού Περιεχομένου (Α` 75), η οποία

κυρώθηκε με το [άρθρο 1](#) του ν. [4684/2020 \(Α` 86\)](#), ως προς τη μετατροπή χρήσης κλινών για την καταπολέμηση της διασποράς του κορωνοϊού COVID-19, παρατείνεται από τη λήξη της έως την 30ή.6.2021."

3. **N. 4683/2020 (Α`83)** – Άρθρο 1 και **N. 4412/2016 (Α`147)** – Άρθρο 5

4. Το υπ' αριθμ. πρωτ. 32/07-07-2020 και με αριθμ. πρωτ. εισερχ. 7645/07-07-2020 έγγραφο του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης προς την ΕΔΥΤΕ Α.Ε. με θέμα εκτός των άλλων την υλοποίηση του έργου της τηλεπικοινωνιακής υποστήριξης του TRAVEL.GOV.GR.

5. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 7662/08-07-2020 Αίτηση Έγκρισης Δαπάνης, καταχωρητέα στο ΚΗΜΔΗΣ (20REQ007110673 2020-07-30).

6. Το υπ' αριθμ. 533/10-07-2020, με ΑΔΑ: 6091469HPX-Z7K Απόσπασμα Πρακτικού του Δ.Σ. της ΕΔΥΤΕ Α.Ε.

7. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 8081/ΑΣ/23-07-2020 Πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος για υποβολή προσφοράς στο πλαίσιο των αναγκών του έργου «Τηλεπικοινωνιακή Υποστήριξη του TRAVEL.GOV.GR».

8. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 8157/28-07-2020 Οικονομική Προσφορά της εταιρείας «REPOSITION STRATEGY ΕΠΕ», με τα χαρακτηριστικά του υποψηφίου αναδόχου και τον ενδεικτικό πίνακα ανάλογων έργων.

9. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 9205/ΑΣ/27-08-2020, με ΑΔΑ: ΩΖ5Ψ469HPX-900 Απόφαση ορισμού επιτροπής παραλαβής – παρακολούθησης της σύμβασης του έργου «Τηλεπικοινωνιακή Υποστήριξη του TRAVEL.GOV.GR».

10. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 9245/ΑΣ/31-08-2020, με ΑΔΑ: 9Ι2Υ469HPX-ΟΛΣ, καταχωρητέα στο ΚΗΜΔΗΣ: 20AWRD007242479 2020-08-31, Αποδοχή προσφοράς, στο πλαίσιο των αναγκών της ΕΔΥΤΕ Α.Ε. – Απόφαση απευθείας ανάθεσης.

11. Την υπ' αριθμ. 9248/31-08-2020 (20SYMV007316649 2020-09-15) Σύμβαση με αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών για την «Τηλεπικοινωνιακή Υποστήριξη του TRAVEL.GOV.GR», με

Αναθέτουσα Αρχή την «ΕΔΥΤΕ Α.Ε.» και Ανάδοχο την «REPOSITION STRATEGY ΕΠΕ».

12. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 12854/10-11-2020, με ΑΔΑ: 90Ω5469ΗΡΧ-ΗΧ9 Απόφαση αντικατάστασης μελών επιτροπής παρακολούθησης – παραλαβής.

13. Το υπ' αριθμ. πρωτ. 12864/11-11-2020, με ΑΔΑ: 6ΒΖΡ469ΗΡΧ-ΕΤΩ Πρακτικό Παραλαβής Νο1.

14. Το υπ' αριθμ. πρωτ. 13058/19-11-2020, με ΑΔΑ: Ψ7ΕΠ469ΗΡΧ-Ι16 Πρακτικό Παραλαβής Νο2 Οριστική Παραλαβή.

15. Το υπ' αριθμ. πρωτ. 4332/26-10-2020 και με αριθμ. πρωτ. εισερχ. 11850/26-10-2020 έγγραφο του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης προς την ΕΔΥΤΕ Α.Ε. με θέμα εκτός των άλλων την υλοποίηση του έργου της επέκτασης τηλεπικοινωνιακής υποστήριξης του TRAVEL.GOV.GR.

16. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 12777/05-11-2020 Αίτηση Έγκρισης Δαπάνης, καταχωρητέα στο ΚΗΜΔΗΣ (20REQ007643663 2020-11-13).

17. Το υπ' αριθμ. 550/05-11-2020, με ΑΔΑ: 9ΝΓΛ469ΗΡΧ-ΘΜΦ Απόσπασμα Πρακτικού του Δ.Σ. της ΕΔΥΤΕ Α.Ε.

18. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 13165/ΑΣ/25-11-2020 Πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος για υποβολή προσφοράς στο πλαίσιο των αναγκών για την επέκταση των παρεχόμενων υπηρεσιών του έργου «Τηλεπικοινωνιακή Υποστήριξη του TRAVEL.GOV.GR».

19. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 13472/01-12-2020 Οικονομική Προσφορά της εταιρείας «REPOSITION STRATEGY ΕΠΕ», με τα χαρακτηριστικά του υποψηφίου αναδόχου και τον ενδεικτικό πίνακα ανάλογων έργων.

20. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 13572/ΑΣ/03-12-2020, με ΑΔΑ: Ω0ΟΑ469ΗΡΧ-Υ9Ν, καταχωρητέα στο ΚΗΜΔΗΣ: 20ΑWRD007784641 2020-12-07, Αποδοχή προσφοράς, στο πλαίσιο των αναγκών της ΕΔΥΤΕ Α.Ε. – Απόφαση απευθείας ανάθεσης.

21. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 177/ΑΣ/05-01-2021, με ΑΔΑ: 6Ι4Ο469ΗΡΧ-67<sup>ο</sup> Απόφαση ορισμού επιτροπής παρακολούθησης - παραλαβής της

σύμβασης του έργου επέκταση των παρεχόμενων υπηρεσιών για την «Τηλεπικοινωνιακή Υποστήριξη του TRAVEL.GOV.GR».

22. Την υπ' αριθμ. 362/18-01-2021 (21SYMV008274225 2021-03-11) Σύμβαση με αντικείμενο την επέκταση των παρεχόμενων υπηρεσιών για την «Τηλεπικοινωνιακή Υποστήριξη του TRAVEL.GOV.GR», με Αναθέτουσα Αρχή την «ΕΔΥΤΕ Α.Ε.» και Ανάδοχο την «REPOSITION STRATEGY ΕΠΕ».

23. Το υπ' αριθμ. πρωτ. 1866/23-02-2021, με ΑΔΑ: Ω51Φ469ΗΡΧ-ΚΒΟ Πρακτικό Παραλαβής Νο1.

24. Το υπ' αριθμ. πρωτ. 4599/07-04-2021, με ΑΔΑ: 6ΨΩΥ469ΗΡΧ-Ο43 Πρακτικό Παραλαβής Νο2 Οριστική Παραλαβή.

25. Το υπ' αριθμ. πρωτ. 2460/21-04-2021 και με αριθμ. πρωτ. εισερχ. 5002/21-04-2021 έγγραφο του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης προς την ΕΔΥΤΕ Α.Ε. με θέμα εκτός των άλλων την υλοποίηση του έργου της επέκτασης τηλεπικοινωνιακής υποστήριξης του TRAVEL.GOV.GR.

26. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 5010/21-04-2021 Αίτηση Έγκρισης Δαπάνης, καταχωρητέα στο ΚΗΜΔΗΣ (21REQ008583336 2021-05-11).

27. Το υπ' αριθμ. 576/23-04-2021, με ΑΔΑ: ΩΔΠΟ469ΗΡΧ-6Ξ4 Απόσπασμα Πρακτικού του Δ.Σ. της ΕΔΥΤΕ Α.Ε.

28. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 5297/ΑΣ/29-04-2021, με ΑΔΑ: 6Ν28469ΗΡΧ-ΑΛΗ Απόφαση ορισμού επιτροπής παραλαβής – παρακολούθησης, εκτός των άλλων του έργου επέκταση των παρεχόμενων υπηρεσιών για την «Τηλεπικοινωνιακή Υποστήριξη του TRAVEL.GOV.GR».

29. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 6045/ΑΣ/11-05-2021 Πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος για υποβολή προσφοράς στο πλαίσιο των αναγκών για την επέκταση των παρεχόμενων υπηρεσιών του έργου «Τηλεπικοινωνιακή Υποστήριξη του TRAVEL.GOV.GR».

30. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 6247/18-05-2021 Οικονομική Προσφορά της εταιρείας «REPOSITION STRATEGY ΕΠΕ», με τα χαρακτηριστικά του υποψηφίου αναδόχου και τον ενδεικτικό πίνακα ανάλογων έργων.

31. Την υπ' αριθμ. πρωτ. 6283/ΑΣ/19-05-2021, με ΑΔΑ: ΩΞΣΔ469ΗΡΧ-03Ψ, καταχωρητέα στο ΚΗΜΔΗΣ: 21ΑWRD008635133 2021-05-20, Αποδοχή προσφοράς, στο πλαίσιο των αναγκών της ΕΔΥΤΕ Α.Ε. – Απόφαση απευθείας ανάθεσης.
32. Την υπ' αριθμ. 6473/27-05-2021 (21ΣΥΜV008697384 2021-06-01) Σύμβαση με αντικείμενο την επέκταση των παρεχόμενων υπηρεσιών για την «Τηλεπικοινωνιακή Υποστήριξη του TRAVEL.GOV.GR», με Αναθέτουσα Αρχή την «ΕΔΥΤΕ Α.Ε.» και Ανάδοχο την «REPOSITION STRATEGY ΕΠΕ».
33. Το υπ' αριθμ. πρωτ. 9003/07-07-2021, με ΑΔΑ: Ω81Ζ469ΗΡΧ-95Σ Πρακτικό Παραλαβής Νο1.
34. Το υπ' αριθμ. πρωτ. 9722/28-07-2021, με ΑΔΑ: ΨΞΞ2469ΗΡΧ-ΛΚΩ Πρακτικό Παραλαβής Νο2.
35. Το υπ' αριθμ. πρωτ. 11438/02-09-2021, με ΑΔΑ: ΩΞ8Ω469ΗΡΧ-ΡΒ5 Πρακτικό Παραλαβής Νο3.
36. Το υπ' αριθμ. πρωτ. 12678/29-09-2021, με ΑΔΑ: Ω26Υ469ΗΡΧ-ΖΔΒ Πρακτικό Παραλαβής Νο4.
37. Το Πρακτικό Παραλαβής Νο5 Οριστική Παραλαβή.

### **3. ΜΑΡΤΥΡΙΚΕΣ ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ – ΑΠΟΔΕΙΚΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ**

#### **α. Μάρτυρας κ. Στέφανος Κόλλιας**

Σύμφωνα με τον μάρτυρα κ. Στέφανο Κόλλια, Πρόεδρο του Εθνικού Δικτύου Υποδομών Τεχνολογίας και Έρευνας (ΕΔΥΤΕ), η ΕΔΥΤΕ

#### **ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Η ΕΔΥΤΕ είναι ο μεγαλύτερος τεχνολογικός φορέας της χώρας. Έχει ιδρυθεί το 1998. Από το 1998 μέχρι το 2019 η ΕΔΥΤΕ ήταν υπεύθυνη*



για τη γρήγορη δικτύωση, την παροχή υπηρεσιών σε όλους τους ακαδημαϊκούς και ερευνητικούς φορείς της χώρας. Μέσα στο πλαίσιο αυτό η ΕΔΥΤΕ έχει αναπτύξει πέντε data centers, δηλαδή κέντρα δεδομένων, έχει τον Εθνικό Υπερυπολογιστή, παρέχει υπηρεσίες σε όλα τα μέλη της ακαδημαϊκής και ερευνητικής κοινότητας. Επειδή ανήκε στο Υπουργείο Παιδείας και σε συνεργασία με το Υπουργείο Υγείας, τα νοσοκομεία της χώρας αποθηκεύουν τα δεδομένα τους σε εμάς. Έχει τις υποδομές όπου βασίζονται πάρα πολλά πράγματα που γίνονταν όλα αυτά τα χρόνια στη χώρα μας. Έχει αναπτύξει υπηρεσίες, οι οποίες χρησιμοποιούνται από όλους τους φορείς. Πιθανόν να γνωρίζετε το e:Presence, το ΑΠΕΛΛΑ. Όλες οι διαδικασίες που χρησιμοποιούνται από τα ερευνητικά και ακαδημαϊκά ιδρύματα, έχουν αναπτυχθεί από την ΕΔΥΤΕ. Δηλαδή, παρέχει υπηρεσίες που είναι ευσταθείς και υποστηρίζονται σε όλη αυτήν τη διάρκεια...

...

...Το 2019 με νομοθετική ρύθμιση, με Προεδρικό Διάταγμα η ΕΔΥΤΕ μεταφέρθηκε από το Υπουργείο Παιδείας στο Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, όπου πλέον εκτός από όλα τα άλλα που υπήρχαν και που συνεχίζονται να γίνονται, ανέλαβε και σαν τεχνικός σύμβουλος το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης. Σε αυτό το πλαίσιο το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης έχει τον στρατηγικό σχεδιασμό του και μας αναθέτει τις υλοποιήσεις έργων τα οποία αφορούν στον στρατηγικό σχεδιασμό. Για να καταλάβετε το gov.gr κόσμο ολόκληρο δουλεύει, τρέχει από τις υποδομές μας.

Θα έχετε ακούσει πολλές φορές τον Υπουργό να λέει ότι οι υπηρεσίες που παρέχονται από το gov.gr από πεντακόσιες έχουν φθάσει τις χίλιες τριακόσιες σήμερα. Πολύ μεγάλος αριθμός των υπηρεσιών υποστηρίζεται μέσω της ΕΔΥΤΕ.

Να σας πω χαρακτηριστικά παραδείγματα, γενικότερα που έχουν σχέση με τη διαλειτουργικότητα μεταξύ των βάσεων δεδομένων που υπάρχουν στο δημόσιο τομέα, με την υποστήριξη διαδικασιών όπως αυτό που λέμε αυθεντικοποίηση που έχει σχέση με την υπεύθυνη

δήλωση, την εξουσιοδότηση. Όλες αυτές έχουν βασιστεί σε έργα που έχουμε κάνει εμείς. Το τωρινό εθνικό μητρώο διαδικασιών, θα έχετε δει πιθανότατα το ψηφιακό πιστοποιητικό covid-19, το ευρωπαϊκό, το οποίο το υλοποιήσαμε για την Ελλάδα εμείς. Η ΕΔΥΤΕ έχει ένα ευρύ δίκτυο συνεργατών, υπηρεσιών, οικονομικούς φορείς της αγοράς, στους οποίους αναθέτει και επιβλέπει όσα έργα δεν μπορεί να κάνει μόνη της...

...

... Είμαστε ένας εποπτευόμενος φορέας του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης, όπως είναι η Κοινωνία της Πληροφορίας ΑΕ, όπως είναι η ΗΔΙΚΑ. Αυτοί οι φορείς βοηθούν το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης να υλοποιήσει έργα του ψηφιακού μετασχηματισμού της χώρας. Αυτός είναι και ο ρόλος της ΕΔΥΤΕ σε σχέση με το Υπουργείο. Είμαστε ένας ανεξάρτητος οργανισμός. Ελεγχόμαστε από το Ελεγκτικό Συνέδριο. Υποκείμεθα αυτόνομα σε έλεγχο. Οπότε είμαστε αυτόνομος οργανισμός, αλλά που συνεργαζόμαστε στενά με το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης. Δηλαδή, το έργο του ψηφιακού μετασχηματισμού σήμερα υλοποιείται με τη συνέργεια της ΕΔΥΤΕ, της ΚτΠ ΑΕ για τα μεγάλα έργα, της ΗΔΙΚΑ για τα έργα που έχουν σχέση με την υγεία και γι' αυτό είμαστε σε συνεχή συνεργασία με το Υπουργείο, με τις Γενικές Γραμματείες, είτε είναι η Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων, η Γενική Γραμματεία Απλούστευσης Διαδικασιών, οι οποίες καθορίζουν στρατηγικά έργα και μας ζητούν την υλοποίησή τους. Εμείς εξετάζουμε αν μπορούμε να τα κάνουμε μόνοι μας. Οπότε κάποια από αυτά τα υλοποιούμε μόνοι μας -και μεγάλο αριθμό έχουν υλοποιήσει μόνοι μας- και κάποια τα αναθέτουμε, όπως σας είπα, με βάση το δίκτυο συνεργατών, την εμπειρία της αγοράς που έχουμε αυτά τα χρόνια τα τεχνολογικά, σε επιμέρους φορείς. Άρα, από τα πεντακόσια φτάσαμε στα χίλια τριακόσια. Ένα μεγάλο μέρος έχει περάσει μέσα από την ΕΔΥΤΕ...

Ερωτηθείς από την κ. Παπακώστα για το αντικείμενο των τριών σχετικών συμβάσεων, ο μάρτυς κατέθεσε:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Μιλάμε για το καλοκαίρι του 2020. Η χώρα μας είχε μόλις βγει από την καραντίνα. Δηλαδή, αν θυμάστε, μέχρι το Μάιο, αν δεν κάνω λάθος, δεν επιτρεπόταν οποιαδήποτε μετακίνηση από το εξωτερικό προς την Ελλάδα. Οπότε, το καλοκαίρι αρχίζει η διαδικασία του να δεχόμαστε επισκέπτες από το εξωτερικό.*

*Το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης συμμετέχει σ' αυτό. Μία από τις πεντακόσιες, υπηρεσίες είναι το «travel.gov.gr». Το «travel.gov.gr» περιγράφει τον τρόπο με τον οποίον οι επισκέπτες έρχονται στην Ελλάδα. Τότε, νομίζω ήταν και πανευρωπαϊκό επίπεδο αυτή η συζήτηση, καθορίστηκε το PLF, το Passenger Location Form, το οποίο το γνωρίζουμε νομίζω οι περισσότεροι από εμάς που έχουμε ταξιδέψει. Η Ελλάδα μάλιστα ήταν από τις πρώτες χώρες στην Ευρώπη η οποία το ενστερνίστηκε και το χρησιμοποίησε...*

...

*...Με το PLF, στην ανάγκη οποιουδήποτε επισκέπτη να έρθει στη χώρα μας έπρεπε λίγες μέρες πριν –νομίζω ήταν δυο-τρεις μέρες πριν- να συμπληρώσει μία φόρμα η οποία έχει διάφορα στοιχεία. Νομίζω το ξέρετε, να μην μπω σε λεπτομέρειες. Η ιδέα τι είναι; Η ουσία είναι ότι έτσι η χώρα, εμείς δηλαδή η Ελλάδα, μπορεί να γνωρίζει από πού έρχεται ο πολίτης, πού θα μείνει, πού έμενε κλπ., τα οποία είναι πολύ σημαντικά στοιχεία για την αντιμετώπισή στο πλαίσιο της παρούσας...*

...

*... Την 1 Ιουλίου νομίζω του 2020 άρχισε να ισχύει PLF. Το PLF, είναι ένα σύστημα -είμαι υπεύθυνος στο Πολυτεχνείο και για την επικοινωνία ανθρώπου μηχανής- και σε οποιαδήποτε περίπτωση ένας χρήστης επικοινωνεί με ένα σύστημα, χρειάζεται υποστήριξη. Είναι δεδομένο*

αυτό. Όταν το Υπουργείο ανέβασε το PLF ξεκίνησε με ίδια μέσα να υποστηρίξει αυτή την ανάγκη...

...

... Την 1 Ιουλίου, λοιπόν, ανοίγει το PLF. Το Υπουργείο το παρακολουθεί αυτό. Βλέπει ότι αρχίζουν και υπάρχουν πάρα πολλά τηλεφωνήματα –και θα σας δώσω στοιχεία για να καταλάβετε το μέγεθος των τηλεφωνημάτων- για το πώς θα συμπληρώσει κανείς το PLF. Πραγματικά, άμα το έχετε κάνει θα δείτε ότι υπάρχουν κάποια θέματα που πραγματικά, όπως σε οποιοδήποτε σύστημα επικοινωνίας ανθρώπου-μηχανής, χρειάζεται υποστήριξη.

Η κλασική υποστήριξη τεχνικά γίνεται με κάποιο μηχανισμό call center. Αν θέλετε τεχνολογικά, όπως μπορεί να έχετε δει, δουλεύουμε προς το να γίνονται chat bots, αλλά αυτά βασίζονται στο ότι σ' αυτά εντάσσεται πληροφορία που έχει ήδη παραχθεί και την έχουμε για να τη βάλουμε σε ένα αυτόματο σύστημα απάντησης. Στην αρχή, λοιπόν, χρειάζεται να υπάρχει ένα call center για υποστήριξη ερωτημάτων σκεφτείτε απ' όλες τις χώρες. Ήταν κυρίως στα ελληνικά και στα αγγλικά, βέβαια, αλλά απ' όλες τις χώρες υπήρχαν ερωτήματα για το πώς θα συμπληρωθεί, ερωτήσεις, πότε πρέπει να το κάνω, τι πρέπει να γράψω κλπ.

Το Υπουργείο, λοιπόν, βλέπει αυτόν τον όγκο πια των τηλεφωνημάτων, μιλάμε τώρα για αρχές Ιουλίου, και αμέσως καταλαβαίνει ότι δεν μπορεί να το κάνει μόνο –θα αρχίσει, βέβαια, να το κάνει- και γι' αυτό απευθύνεται πλέον στην αγορά. Κάνει μια νομίζω άτυπη έρευνα αγοράς το Υπουργείο στη διάρκεια αυτή και παίρνει, απ' ό,τι έφτασε μετά σε μας, δυο-τρεις προσφορές από εταιρείες του χώρου οι οποίες διαθέτουν call center. Και παίρνει αυτές τις τρεις προσφορές. Αυτό, λοιπόν, γίνεται στην αρχή Ιουλίου αμέσως με την έναρξη του PLF. Σας είπα ότι η ανάγκη για να γίνει αυτό για μένα είναι εκ των ων ουκ άνευ. Οπότε, νομίζω πολύ καλά το Υπουργείο έκανε αυτή την προσπάθεια. Όπως είπαμε, η ΕΔΥΤΕ είναι ο φορέας ο οποίος υλοποιεί τις στρατηγικές επιλογές του Υπουργείου στην πράξη. Οπότε, απευθύνεται πλέον το Υπουργείο σε εμάς και μας λέει ότι κοιτάξτε θέλω να

υλοποιήσω αυτό, βοηθήστε με να το κάνω. Λίγο πολύ αυτή είναι η διαδικασία που ακολουθούμε. Δηλαδή, η επικοινωνία μας με το Υπουργείο είναι formal, δηλαδή είναι τυπική. Δεν έχουμε ότι μου είπε εμένα κάτι κλπ. Έρχονται, στον διευθύνοντα σύμβουλο φτάνουν τελικά, τα θέματα τα οποία το Υπουργείο μας ζητάει να επιλύσουμε. Αυτή τη στιγμή για να καταλάβετε η ΕΔΥΤΕ τρέχει -προχθές το είδα στην ενημέρωση που είχαμε- περίπου πενήντα έργα. Δεν είναι όλα για Υπουργείο. Είναι και δικά μας, γιατί συμμετέχουμε και σε ευρωπαϊκά έργα, συμμετέχουμε και σε ΕΣΠΑ, έχουμε από το ΠΔΕ διάφορα έργα. Απλώς να σας πω ότι η πληρωμή, το funding που έχουμε από το Υπουργείο για τα έργα που συσχετίζονται με covid προέρχεται από μία έκτακτη επιχορήγηση που δόθηκε το 2020 στους εποπτευόμενους φορείς του Υπουργείου. Για μας ήταν νομίζω 4.800.000 και δόθηκε σε τρεις δόσεις. Δόθηκε, δηλαδή, νομίζω τον Απρίλιο, τον Ιούλιο και τον Δεκέμβριο. Αυτά τα 4.800.000 είναι για διάφορα έργα που αφορούν στον covid. Οπότε, αυτά είναι, αν θέλετε, τα χρήματα με τα οποία εμείς υλοποιούμε έργα που έχουν σχέση με COVID...

Σύμφωνα με τον μάρτυρα, το Υπουργείο επιχείρησε στην αρχή με ίδια μέσα να αντιμετωπίσει το θέμα της τηλεφωνικής απάντησης ερωτημάτων, αλλά πολύ γρήγορα αντελήφθη ότι αυτό ήταν αδύνατο:

#### **ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

...Για να καταλάβετε, δηλαδή, το Σεπτέμβριο που άρχισε το έργο, είχαμε εξακόσιες κλήσεις την ημέρα και τον επόμενο Ιούλιο υπήρχαν χίλιες διακόσιες κλήσεις την ημέρα. Δηλαδή, το Υπουργείο δεν μπορούσε με τίποτα να το αντιμετωπίσει αυτό. Και σας είπα ότι η υποστήριξη των επισκεπτών για να έρθουν οπουδήποτε στην Ελλάδα, ήταν εξαιρετικά επείγουσα. Οπότε, το Υπουργείο νομίζω προσπάθησε να δει αμέσως

αν υπάρχει αγορά η οποία μπορεί να υποστηρίξει αυτό, πόσο κοστίζει κάτι τέτοιο ...

Ως προς τη διαδικασία επιλογής ο μάρτυς ανέφερε:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

...Το Υπουργείο μας είπε 'κοιτάξτε, έχω αυτό το έργο, το οποίο θέλω να το υλοποιήσετε'. Παράλληλα, μας γνωρίζει ότι έχει κάνει αυτή την προεργασία, την οποία ερχόμαστε εμείς σαν φορέας με μεγάλη εμπειρία... Για να καταλάβετε, έχουμε κι εμείς δικό μας call center. Οπότε, το Υπουργείο μας γνωστοποίησε αυτές τις προσφορές και εμείς αμέσως κάναμε έλεγχο των προσφορών που είχε. Γιατί το κάναμε; Γιατί είχαμε την εμπειρία. Να σας εξηγήσω ότι η ελάχιστη προσφορά που μας δόθηκε και που ήταν από την εταιρεία αυτή για την οποία μιλάμε - δόθηκε στο Υπουργείο και προσφέρθηκε σε εμάς- ήταν 30.000 το χρόνο και αφορούσε σε δέκα θέσεις εργασίας 12ώρου για όλες τις εργάσιμες ημέρες. Εμείς γνωρίζουμε πόσο πληρώνουμε. Έχουμε call center οι ίδιοι και υποστηρίζουμε όλες τις υπηρεσίες που σας είπα πριν. Γνωρίζω ότι σε εμάς κοστίζει ένας τηλεφωνητή την ώρα -με την ώρα πληρώνονται τα παιδιά- περίπου -ενδεικτικά θα πω- 10 ευρώ την ώρα. Οπότε, σκεφτείτε: Έχουμε δέκα θέσεις εργασίας, 10 ευρώ την ώρα, 100, επί δώδεκα ώρες είναι 1.200 ευρώ τη μέρα. Ο μήνας έχει είκοσι τρεις εργάσιμες. Αν πολλαπλασιάσετε το είκοσι τρία με το 1.200 βγαίνει 27.600. Η προσφορά που είχε πάρει το Υπουργείο ήταν 30.000 το μήνα. Εγώ θεωρώ ότι είναι μια πολύ καλή προσφορά. Δηλαδή, αν εγώ σαν ΕΔΥΤΕ και με την εμπειρία μου έδινα μια προσφορά γι' αυτό, θα ήταν λίγο παραπάνω.

*Άρα, το πρώτο ήταν ότι εμείς ελέγξαμε αν η προσφορά ήταν σωστή. Μετά ελέγξαμε αν η εταιρεία είχε την εμπειρία να το κάνει....*

Ο μάρτυρας τόνισε ρητά ότι το Υπουργείο δεν ήταν δυνατόν να του επιβάλει συγκεκριμένη επιλογή:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Ήταν μία άτυπη πληροφορία που είχε το Υπουργείο, την οποία εγώ έλαβα υπόψη μου. Αυτό μόνο...*

Επεσήμανε δε ότι η επιλογή της καταλληλότερης προσφοράς ήταν θέμα καθαρά του ΕΔΥΤΕ. Ως προς τη διαδικασία που ακολουθήθηκε κατέθεσε τα εξής:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Απλώς σκεφτείτε λίγο το επείγον του θέματος. Είμαστε τώρα ήδη στις 7 Ιουλίου. «Τρέχει» ήδη το Υπουργείο τις απαντήσεις μια εβδομάδα. Εμείς προσπαθούμε να το κάνουμε όσο γίνεται πιο γρήγορα, όπως κάνουμε σε όλα τα θέματα. Στις 10 του μηνός το περάσαμε από διοικητικό συμβούλιο, το οποίο σημαίνει ότι το έλεγξε το Τμήμα Προμηθειών μας, η νομική μας υπηρεσία και αξιολογήσαμε και τις προσφορές. Αυτό φτάνει σε εμένα -σαν εισήγηση προφανώς- από την υπηρεσία μας. Εγώ οποιοδήποτε θέμα φτάνει στο διοικητικό συμβούλιο το ελέγχω και ο ίδιος, με την εμπειρία μου, για να δω αν υπάρχει κάποιο πρόβλημα. Οπότε, σύμφωνα με όλη τη διαδικασία, όλα τα τμήματα αυτά έλεγξαν την οικονομική προσφορά που σας είπα. Ήταν συμφέρουσα και δεν υπήρχε κάποιο θέμα...*

...

...Το νομικό μας τμήμα μας είπε ότι το έργο είναι άμεσης ανάγκης, άρα, υπάγεται στην ΠΝΠ και μπορεί να γίνει με απευθείας ανάθεση. Παρ' όλα αυτά, εμείς ελέγξαμε την εφικτότητα της συγκεκριμένης εταιρείας να κάνει το έργο, την οποία σας δηλώνω ότι τη θεώρησα εφικτή και εγώ ο ίδιος και υπέγραψα το θέμα να έρθει στο ΔΣ. Άρα, η διαδικασία που ακολουθήθηκε είναι η ίδια, συν, πλην, δηλαδή κάποια έργα γίνονται με ανάθεση, κάποια έργα γίνονται με προσφορές, κάποια έργα γίνονται... Άρα, είναι η διαδικασία, μία από τις διαδικασίες που αφορούσε εκείνη την ώρα. Σας είπα το επείγον του θέματος, δηλαδή ο όγκος της υποστήριξης που χρειαζόταν ήταν πελώριος. Θα το δείτε ίσως από τα αποτελέσματα. Άμα, θέλετε, να σας δώσω τα νούμερα για όλους τους μήνες. Έχει φτάσει να είναι είκοσι επτά χιλιάδες τηλεφωνήματα σε κάποιον μήνα». «[...]η Σύμβαση έγινε για δύο μήνες. Κανείς δεν ήξερε τότε πώς ακριβώς θα εξελιχθεί η πανδημία, δηλαδή, για να καταλάβετε, έγινε μια Σύμβαση για δύο μήνες να δουν πώς πάει, να δει το Υπουργείο πώς πάνε τα πράγματα [...] [Η σύμβαση] ήταν 60.000 ευρώ, 30.000 ευρώ τον μήνα [...] μόλις τελείωσε η Σύμβαση, επειδή είδαν ότι πραγματικά τα τηλεφωνήματα είναι πάρα πολλά, μας ζητήθηκε να κάνουμε μια δεύτερη Σύμβαση για να συνεχίσει αυτή η δυνατότητα υποστήριξης των επισκεπτών. Την κάναμε και τελειώνοντας και η δεύτερη Σύμβαση μας ζητήθηκε, εν όψει και καλοκαιριού της επόμενης χρονιάς που συνεχιζόταν η πανδημία και κανείς δεν ήξερε εκ των προτέρων για πόσο σύμβαση να κάνει -γι' αυτό, κοιτάξτε, δύο μήνες, πάει το Υπουργείο δηλαδή σιγά-σιγά να δει πώς πάνε τα πράγματα- και τελικά κάνει την τρίτη που είναι για πέντε μήνες και καλύπτει το καλοκαίρι του 2021...

Ως προς τις συνέπειες που θα υπήρχαν αν δεν επιλεγόταν η διαδικασία του κατεπείγοντος ο κ. Κόλλιας ανέφερε πως:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**



... Θα είχαμε χάσει όλο τον χρόνο σίγουρα...

Ερωτηθείς για το αν υπήρξε κάποια συνδιαλλαγή:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

...Με ποιον να κάνω συνδιαλλαγή; Η Σύμβαση υλοποιήθηκε, μάλλον άρχισε να δουλεύει μετά από δυο μήνες λόγω των υπηρεσιών ...

...Παρ' όλο που εμείς πήραμε την απόφαση 10-7 και θέλαμε να είναι γρήγορη -όσο γίνεται- υπαγόμαστε στη διαδικασία του δημοσίου λογιστικού, δηλαδή πρέπει να κάνουμε την πρόσκληση της εταιρείας, η εταιρεία να απαντήσει, να κάνουμε αποδοχή, να ορίσουμε και τα λοιπά. Δηλαδή, είναι μια διαδικασία που παίρνει σε όλες τις συμβάσεις που έχουμε κάνει ενάμιση μήνα. Άρα, μιλάμε τώρα για μια Σύμβαση που έγινε τέλος Αυγούστου. Τι συνδιαλλαγή να κάνω, δηλαδή, με ποιον να κάνω συνδιαλλαγή, πριν από δυο μήνες;...

Για τη σχέση του με τον ιδιοκτήτη της REPOSITION STRATEGY ο μάρτυς ανέφερε πως:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

...Εγώ προφανώς δεν ήξερα τίποτα για το θέμα ποιος ήταν ο ιδιοκτήτης της REPOSITION STRATEGY, αν είχε άλλη εταιρεία. Εγώ το έμαθα προσωπικά από την Εξεταστική. Είναι προφανές ότι δεν μπορούσα να το ξέρω, ποτέ στη ζωή μου δεν έχει ασχοληθεί με κάτι παραπάνω...

Σε ερώτηση του κ. Κάτση για το αν αναθέτουσα αρχή ήταν η ΕΔΥΤΕ ή το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, ο μάρτυς κατέθεσε:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Ρητά σας το λέω είναι η ΕΔΥΤΕ για όλες τις συμβάσεις που κάναμε και τις τρεις Συμβάσεις και για τις οποίες είναι υπεύθυνη η ΕΔΥΤΕ είμαστε εμείς, προφανώς...*

Ως προς τους όρους της Πράξης Νομοθετικού Περιεχομένου βάσει της οποίας ελήφθη η απόφαση:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Το νομικό μου τμήμα μου είπε ότι μπορώ να προχωρήσω...*

*...*

*... Δεν μπορούμε να ξεπεράσουμε τα 214.000 ευρώ συνολικά σε μία εταιρία στον χρόνο...*

Κατέθεσε επίσης ότι ακολουθήθηκε η πράξη της απευθείας ανάθεσης στη βάση όσων ορίζει η ΠΝΠ, χωρίς να ληφθούν προσφορές:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Νομίζω ότι σας είπα το πρόβλημα με το PLF που το Υπουργείο άρχισε να λύνει με ίδια μέσα. Στο πλαίσιο αυτό το Υπουργείο μάζεψε τρεις προσφορές για να δει τι κοστίζει, αν υπάρχει αγορά. Αυτό το έκανε το Υπουργείο, δεν το έκανα εγώ. Δεν το κάναμε εμείς. Το Υπουργείο, λοιπόν, στις 7 Ιουλίου μας στέλνει το αίτημα για να υλοποιήσουμε την υπηρεσία και παράλληλα μας γνωστοποιεί ότι έχει κάνει αυτά τα*

πράγματα, αυτήν την προεργασία. Αυτό είναι όλο. Εμείς δεν χρειάστηκε να κάνουμε κάτι παραπάνω...

...

...το Υπουργείο πολύ σωστά σκέφθηκε πώς θα υποστηρίξει τους χρήστες να συμπληρώνουν την αίτηση η οποία είναι για πρώτη φορά σε όλη την Ευρώπη, από οποιαδήποτε χώρα του κόσμου έρχονται οι χρήστες και ρωτάνε ερωτήσεις. Όταν έρχονται χίλιες διακόσιες ερωτήσεις την ημέρα, το Υπουργείο δεν μπορεί να απαντήσει σε χίλιες διακόσιες ερωτήσεις. Νομίζω ότι είναι προφανές ότι χρειάζεται να ορίσεις μια υπηρεσία. Τί κάνει, λοιπόν, το Υπουργείο στην αρχή του Ιουλίου; Ψάχνει να βρει λίγο την αγορά, υπάρχουν; Ρωτάει, λοιπόν τρεις εταιρείες...

Ως προς τη διαδικασία που ακολουθήθηκε:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

...Το θέμα φτάνει στην ΕΔΥΤΕ στις 7 Ιουλίου. [...] Εμείς σαν ΕΔΥΤΕ δεν έχουμε γνώση καν του θέματος μέχρι τις 7 Ιουλίου. Το Υπουργείο προσπάθησε να λύσει το πρόβλημά του, είδε ότι δεν μπορούσε με ίδια μέσα και μας το αναθέτει εμάς [...] όπως γίνεται με όλα τα έργα με τα οποία επικοινωνεί το Υπουργείο με την ΕΔΥΤΕ [...] Από το γραφείο Υπουργού ή ανάλογα έρχεται ένα γράμμα, το οποίο γίνεται *reference* μέσα στη σύμβαση και το οποίο λέει «παρακαλώ, έχουμε αυτό το θέμα το στρατηγικό και θέλουμε να το υλοποιήσετε. Πείτε μας πώς θα το υλοποιήσετε». Η επικοινωνία με το Υπουργείο γίνεται έτσι...

Επεσήμανε ότι το σχετικό έγγραφο με ημερομηνία 7 Ιουλίου έρχεται από τον κ. Χαμπίδη στον κ. Σωτηρόπουλο.

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Το Υπουργείο το μόνο που μας είπε είναι: «Έχω αυτό το έργο, έχω αυτό το πρόβλημα που θέλω να λύσω. Εσύ είσαι ο φορέας που υλοποιείς τα έργα μου, μπορείς να μου το λύσεις;». Από κει και πέρα, το Υπουργείο λέει: «Εγώ έχω κάνει και μια προεργασία. Αυτή είναι. Θέλεις να την πάρεις υπόψη σου; Πάρτην. Δεν θέλεις; Μην την παίρνεις. Εμένα αυτός είναι ο ρόλος μου...*

*...*

*... Εγώ το πέρασα από νομική υπηρεσία, το πέρασα από το Τμήμα Προμηθειών μου, από το Τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης που ξέρει τα θέματα πώς υλοποιούνται. Εγώ ο ίδιος προσωπικά σας λέω ότι πριν έρθει στο Διοικητικό Συμβούλιο, έλεγξα ότι και το έργο ήταν σωστό, ότι ήταν δημοσίου συμφέροντος, συμφερότερη προσφορά, ότι ήταν πραγματικά το ποσό αυτό που αντιστοιχούσε στο έργο και ότι η εταιρεία είχε εμπειρία με βάση προηγούμενη εμπειρία για να το κάνει. Τι άλλο, λοιπόν; Εγώ αυτό είδα. Και, προσέξτε, είναι μια απευθείας ανάθεση που μας επιτρέπει ο νόμος. Εκ του αποτελέσματος, εγώ είμαι χαρούμενος, γιατί έγινε πολύ καλή δουλειά...*

Ως προς γιατί ζητήθηκε από την εταιρία προσφορά μετά την απόφαση του διοικητικού συμβουλίου στις 10 Ιουλίου, ο μάρτυς κατέθεσε:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Οτιδήποτε είχε γίνει πριν το έργο έρθει σε εμάς ως αναθέτουσα αρχή είναι απλώς για εμάς ένα βοηθητικό στοιχείο, δηλαδή μια ένδειξη του πόσο κοστίζει περίπου ένα τέτοιο έργο ή τι δίνουν οι εταιρείες της αγοράς, που έδωσαν στο Υπουργείο. Θα μπορούσε να μην υπάρχει. Το έργο αρχίζει και παίρνει υπόσταση νομική. Εμείς τι κάναμε στο*

*Διοικητικό Συμβούλιο; Δίνουμε την υποχρέωση στον Διευθύνοντα Σύμβουλο να προχωρήσει σε ό,τι διαδικασίες χρειάζονται, απαιτούνται, για τη νομική υλοποίηση αυτής της ανάθεσης. Ο Διευθύνων Σύμβουλος με το Νομικό μας Τμήμα αποφασίζουν ότι για να γίνει οποιαδήποτε ανάθεση, για να γίνει μια απευθείας ανάθεση, χρειάζεται εμείς να ζητήσουμε από το φορέα για τον οποίο αποφασίσαμε ότι θα υλοποιήσει το έργο την προσφορά του νομικά πλέον για εμάς, ως αναθέτουσα αρχή, όπως είπατε. Οπότε, ζητάμε αυτό και ο φορέας απαντά. Εμείς του κάνουμε αποδοχή της πρόσκλησης και ορίζουμε και την Επιτροπή Παρακολούθησης και Παραλαβής...*

Στο ερώτημα γιατί δεν αναφέρονται στο πρακτικό της 10<sup>ης</sup> Ιουλίου οι άλλες δύο προσφορές, ο μάρτυς κατέθεσε ότι βάσει της διαδικασίας που εφαρμόστηκε, δεν υπήρχε η σχετική ανάγκη.

Στην ερώτηση του κ. Κάτση για το αν υπήρξε παρέμβαση του Υπουργείου στην επιλογή της εταιρίας, ο μάρτυς κατέθεσε:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Το Υπουργείο, όπως σας το εξήγησα αναλυτικά πιο πριν, είχε αρχίσει τη διαδικασία και έκανε αυτήν την προεργασία. Το Υπουργείο έθεσε το πρόβλημα. Μάλιστα, είχε ορίσει και μια ένδειξη, των quality analysis. Αφ' ης στιγμής, δηλαδή, πήρε προσφορές για δέκα θέσεις εργασίας, είχε κάνει μια πρώτη εκτίμηση ότι χρειάζονται για αυτή τη δουλειά δέκα θέσεις εργασίας. Άρα, έρχεται ένα στρατηγικό θέμα και μας λέει εμάς στην ΕΔΥΤΕ, «κοιτάξτε, αυτό θέλω να το υλοποιήσετε». Δεν βλέπετε, λοιπόν, ότι υπάρχει μια συνέχεια αυτών των δύο; Δεν είναι ότι μόνοι μας αποφασίσαμε ότι θα κάνουμε ένα έργο...*

...

*...Είχε αρχίσει αυτή η συνέργεια. Το Υπουργείο προσπάθησε με δικά του, με ίδια μέσα να λύσει το θέμα, δηλαδή να υποστηρίξει το PLF. Στο*

πλαίσιο αυτό καταλαβαίνει, βλέποντας τον τεράστιο όγκο των τηλεφωνημάτων, και ψάχνει την αγορά να δει αν υπάρχουν εταιρείες και πόσο κοστίζουν περίπου. Και παίρνει μια ιδέα. Οπότε έχει αρχίσει τη διαδικασία να την κοιτάει. Αυτό όμως, από εκεί και πέρα είναι άσχετο, αλλά είναι πραγματικότητα. Δηλαδή εμείς αναφερόμαστε σε αυτό. Τις τρεις προσφορές τις πήρα, σας το είπα, από το Υπουργείο, μου τις δώσανε. Τις είδα. Έχει γίνει λοιπόν μια προεργασία από το Υπουργείο και είναι μια συνεργασία. Μίλησε με τις εταιρείες, τους είπε το πρόβλημα, οι εταιρείες του δώσανε, άρα έχει κάνει μια προεργασία γι' αυτό...

...

...Το Υπουργείο μίλησε. Έδωσε το πρόβλημα στις τρεις εταιρείες, όχι μόνο στην Repository. Και προφανώς έδωσε ότι αυτή είναι η φτηνότερη. Αυτό μας έδωσε. Άρα, είχε αρχίσει η συνεργασία. Δεν την πήρα εγώ τη Repository μόνος μου. Αυτό λέει εδώ πέρα, ότι ήταν μια συνεργασία που άρχισε, είχε αρχίσει κάπως η επικοινωνία. Άρα, εγώ έρχομαι απλώς και ελέγχω...

Για την απόφαση του ΔΣ για απευθείας ανάθεση ο κ. Κόλλιας επισήμανε πως:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

...Το διοικητικό συμβούλιο πήρε μια απόφαση για μια απ' ευθείας ανάθεση. Είναι στην ευχέρεια, σύμφωνα με την ΠΝΠ, λόγω του επείγοντος του θέματος και για αυτό κάναμε, μας βοήθησε, μας το είπε η νομική μας υπηρεσία ότι μπορούμε και πρέπει να κάνουμε απ' ευθείας ανάθεση και σας εξήγησα για ποιους λόγους ήταν αναγκαίο αυτό, δηλαδή για τη χώρα...

...

*...Εμείς υποκείμεθα σε έλεγχο του Ελεγκτικού Συνεδρίου, του δημόσιου λογιστικού. Δεν μπορούμε να ξεφύγουμε από τις διαδικασίες. Κάνουμε όσο αποτελεσματικά μπορούμε κάτι, αλλά σεβόμενοι τις διαδικασίες...*

*...*

*...Οι διαδικασίες, λοιπόν, έχουν τα χαρακτηριστικά που είπατε, ότι πρέπει να κάνουμε πρόσκληση σε μια εταιρεία, η αναθέτουσα αρχή για να μας κάνει την προσφορά της, να δεχτούμε την προσφορά της -είναι κατ' ανάθεση, απ' ευθείας ανάθεση- και μετά να πάμε να υπογράψουμε σύμβαση. Άρα, αυτά έχουν μια διαδικασία ελέγχου, νομικού ελέγχου της εταιρείας...*

*...*

*...Το διοικητικό συμβούλιο μπορούσε να κάνει την ανάθεση χωρίς καμιά... αναφορά σε άλλες προσφορές και για αυτό δεν το έκανε...*

Ως προς τα κριτήρια επιλογής της συγκεκριμένης εταιρίας:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Εγώ ο ίδιος μπήκα στο site εκείνο το βράδυ για να μπορέσω να πω το ok στο διοικητικό συμβούλιο. Μπήκα και τα είδα αυτό και σας λέω ότι ρώτησα αν είναι σωστή η προσφορά και σας είπα γιατί το ποσό που έστειλε η εταιρεία θεωρώ ότι ήταν σωστό για το ελληνικό δημόσιο. Πώς να το εξηγήσω, δηλαδή; Ήταν μια επιλογή που έγινε σύμφωνα με το νομοθετικό πλαίσιο της απ' ευθείας ανάθεσης, σύμφωνα με την οικονομικότερη προσφορά, την οποία την επαληθεύσαμε και την επαλήθευσα και προσωπικά και εγώ, με μια εταιρεία -υπάρχουν και άλλες- που μπορεί να κάνει το έργο...*

*...*

*...και εκ του αποτελέσματος έγινε πολύ καλά».*

Ο μάρτυς τόνισε επίσης ότι έκανε τεχνική έρευνα δεδομένου ότι δεν μπορεί να κάνει άλλου είδους έρευνα προσωπικά:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...σε όλη μου την καριέρα ελέγχω τεχνικά τις προσφορές που κρίνω. Το νομικό μου τμήμα τις κρίνει με το νομικό και έτσι βγαίνει η απόφαση. Δεν μπορώ να ξέρω τίποτε άλλο...*

Ενώ ως προς γιατί δεν επελέγη η λύση της εσωτερικής εκτέλεσης του έργου έναντι της ανάθεσής της:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...η ΕΔΥΤΕ πραγματικά τα τελευταία δύομισι χρόνια επεκτάθηκε με βάση πραγματικά τον ρόλο τον οποίο παίζει στη σημερινή συγκυρία. Από εκατό άτομα που ήμασταν, έχουμε φτάσει περίπου τα τρακόσια, στο σύνολο των συνεργατών. Το call center αφορά ένα τμήμα από αυτά, το οποίο... υποστηρίζει όλες τις υπηρεσίες που παρέχουν στο Υπουργείο Παιδείας. Μέχρι και το ΖΕΥΣ που είναι το σύστημα για online ψηφοφορίες το υποστηρίζει το call center...*

...

*... Η κρίση μας ήταν ότι δεν μπορούσαμε να αναλάβουμε αυτό το έργο.*



Ως προς τις επόμενες συμβάσεις, ο μάρτυς κατέθεσε:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Προφανώς, μας έγινε νέο αίτημα από το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης για τη δεύτερη. Ακολουθήθηκε ακριβώς η διαδικασία. Το ακολουθήσαμε, το αναλύσαμε, το περάσαμε από διοικητικό συμβούλιο, υλοποιήθηκε. Το τρίτο το ίδιο... ήρθε νέο αίτημα από το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης να λύσουμε το πρόβλημα για τους επόμενους δύο μήνες...*

*...*

*... Τελείωσε η προηγούμενη σύμβαση και γίνεται καινούργια, γι' αυτό κράτησε δύο μήνες πάλι ...*

*...*

*... Προφανώς και οι επόμενες είναι με ανάθεση σε μια εταιρεία με βάση, όπως έχουμε πει, την εμπειρία που έχουμε για το πόσο κοστίζει το έργο και τη δουλειά που έχει κάνει, η οποία δεν το είπατε ποτέ ότι αξιολογήθηκε η δουλειά. Έχει έχουμε πάρει παραδοτέα. Τρία πολύ έμπειρα μέλη της ΕΔΥΤΕ, ο διευθυντής της έρευνας και ανάπτυξης, ο διευθυντής της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης, Πάνος Λουριδάς και Σταύρος Καρούνος ήταν στην επιτροπή παραγωγής και παραλαβής...*

*...*

*... Παραδόθηκαν όλα τα αποτελέσματα που παρήχθησαν από το έργο, δηλαδή ποιες ερωτήσεις και ποια προβλήματα επιλύθηκαν, από πού και πώς παρουσιάστηκαν αυτά τα προβλήματα, που αυτά ιδίως από την πρώτη σύμβαση χρησιμοποιήθηκαν σαν βάση για να τρέξει μια δεύτερη σύμβαση, πάλι για δύο μήνες. Λόγω covid πάλι κανείς δεν ήξερε -σας θυμίζω- που είμαστε. Κανείς δεν ήξερε πόσο θα κρατήσει ο covid και τι θα γίνει. Δύο μήνες πάλι ήταν η δεύτερη σύμβαση. Και φτάνουμε πλέον*

στην τρίτη σύμβαση που είναι για καλοκαίρι, που έρχεται καλοκαίρι και εκεί πλέον γίνεται η προσπάθεια να γίνει αυτό που έγινε το φετινό καλοκαίρι, να βοηθήσουμε όσο γίνεται τον κόσμο να έρθει στην Ελλάδα...

Ερωτηθείς από τον κ. Μπιάγκη για το αν το ΕΔΥΤΕ απευθύνθηκε και σε άλλες εταιρίες εκτός των τριών, ο μάρτυς κατέθεσε:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

...Όταν έρχεται στην εταιρεία ένα αίτημα από το Υπουργείο, περνάει από τις επιμέρους διευθύνσεις που ασχολούνται με το θέμα. Αυτές είναι η Διεύθυνση Προμηθειών, η Νομική Υπηρεσία, η Διεύθυνση Έρευνας και Ανάπτυξης αν αφορά κάποιο θέμα που θέλει ανάπτυξη, η Διεύθυνση Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης αν αφορά κάποιο θέμα που αφορά την ηλεκτρονική διακυβέρνηση. Οπότε το θέμα ήρθε στις υπηρεσίες της ΕΔΥΤΕ, έγινε μια ανάλυση του, ο Διευθύνων Σύμβουλος με βάση την ανάλυση κάνει την εισήγησή του, έρχεται στο διοικητικό συμβούλιο, εγώ ελέγχω την ανάλυση και τη φέρνω στο διοικητικό συμβούλιο. Αυτή είναι η διαδικασία. Τώρα η εταιρεία όπως σας είπα έχει την εμπειρία -είναι η μεγαλύτερη και πρώτη τεχνολογική εταιρεία της χώρας- να μπορεί να κρίνει τη διαδικασία, πόσο κοστίζει και τι χρειάζεται για να υλοποιήσει μια εταιρεία ένα call center. Υπάρχουν πολλές εταιρείες που θα μπορούσε να απευθυνθεί. Ήδη από την συνεργασία ήρθε αυτή η προεργασία. Οπότε τα τμήματα που σας είπα εξέτασαν αυτήν τη διαδικασία και κατέληξαν σε αυτήν την εισήγηση...

...

...Όπως σας είπα όταν έρχεται ένα αίτημα σε εμάς κάνουμε ανάλυση αγοράς. Πώς κάνουμε ανάλυση αγοράς; Κοιτάμε όλους τους stakeholders που έχουμε, δηλαδή κοιτάμε τους ανθρώπους, τις εταιρείες, τους οργανισμούς που έχουμε, να πάρουμε, να καταλάβουμε

τι γίνεται. Ένας βασικός stakeholder είναι το Υπουργείο, προφανώς. Άρα από το Υπουργείο έχουμε ήδη ένα input. Οπότε μαζί με το input αυτό, με την εμπειρία που έχουμε από το call center, από τις υπηρεσίες που παρέχουμε, κ.λπ. -φαντάζομαι σε όλη την αγορά υπάρχουν πολλές εταιρείες που μπορούν να φτιάξουν ένα call center- κοιτάμε: Η εταιρεία αυτή έχει τη δυνατότητα να το κάνει; Το έχει. Η προσφορά της είναι συμβατή με αυτά που γνωρίζουμε; Το κάνουμε. Και με βάση αυτό επιλέξαμε αυτήν την εταιρεία. Αυτή είναι η τελική εισήγηση. Τώρα αν το παιδί στην προμήθεια, το οποίο μίλησε και με άλλους για προσφορές εκτός από αυτές τις προσφορές δεν μπορώ να σας το πω με σιγουριά. Αλλά δεν έχει και τόση σημασία. Μιλάμε για μια κατ' ευθείαν ανάθεση. Θα μπορούσε, όπως ειπώθηκε, να μην έχουν πάρει υπόψη μας καθόλου αυτή τη διαδικασία και να πάμε σε μία εταιρεία. Εμείς το κάναμε εξετάζοντας όλες τις πτυχές του προβλήματος...

...

...Μελετήσαμε τις τρεις προσφορές γιατί ήρθαν από έναν stakeholder μας ο οποίος είναι βασικός, το Υπουργείο. Αυτές κοιτάξαμε. Τώρα αν τα παιδιά που έκαναν την εισήγηση είχαν υπόψη τους και άλλες προσφορές... Εγώ, όμως, μιλώντας με την ομάδα ρώτησα πόσο κάνει σε μας αυτό και ελέγξαμε ότι πραγματικά η προσφορά αυτή εδώ είναι συμβατή με την αγορά. Ήταν η φθηνότερη προσφορά μπορούσαμε να πάρουμε. Αυτή ήταν η απόφαση. Μπορούσαμε να το κρίνουμε εμείς αυτό. Άρα, αυτό κάναμε. Τώρα, όπως λέτε, είναι μια κατευθείαν ανάθεση. Δηλαδή, θα μπορούσαμε να πάμε εμείς σε μια εταιρεία και να πούμε παίρνουμε αυτήν...

...

... Σ' εμάς όταν έφτασε το θέμα είχε και την αναφορά ότι έχουν ήδη παρθεί προσφορές από τον stakeholder μας, το Υπουργείο, το οποίο πήραμε υπόψη μας...

...

...λόγω του επείγοντος του θέματος έπρεπε να πάρουμε σε μια μέρα απόφαση, γιατί 7-8 του μηνός κάναμε το αίτημα πληρωμής...

Σχετικά με το αν ελήφθη υπόψη και άλλη παράμετρος στην επιλογή της εταιρίας με ποιοτικά χαρακτηριστικά, ο μάρτυς ήταν κατηγορηματικός:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*..Ναι, βέβαια. Υπήρχε το feasibility, δηλαδή κατά πόσο η εταιρεία ήταν ικανή να φτιάξει τέτοιο έργο. Κοιτάξαμε είχε κάνει άλλα έργα; Η εταιρεία είχε κάνει διάφορες. Αυτό ήταν ένα παράδειγμα νομίζω του δήμου που αναφέρθηκε πριν από τον συνάδελφο. Επίσης, νομίζω ότι η εταιρεία είχε νοικιάσει και θέσεις call center στην Περιφέρεια Αττικής. Οπότε, πραγματικά έδειξε ότι μπορούσε να το κάνει.*

*Άρα, έχουμε μία εταιρεία που μπορεί να το κάνει – μία εταιρεία, μπορεί να ήταν και άλλες- έχουμε μια εταιρεία που η προσφορά της είναι συμφέρουσα, έχουμε ένα επείγον θέμα το οποίο πρέπει να λύσουμε και παίρνουμε την απόφαση να το κάνουμε όσο γίνεται πιο γρήγορα...*

*...ο ρόλος μας αυτή τη στιγμή της ΕΔΥΤΕ με το Υπουργείο είναι να υποστηρίζουμε την υλοποίηση του ψηφιακού μετασχηματισμού. Άρα, το Υπουργείο κάνει τον στρατηγικό σχεδιασμό. Θα μπορούσε ίσως να υλοποιήσει κάποια έργα. Σας το είπα, όμως, και πριν. Από τις χίλιες τριακόσιες, από τις οκτακόσιες επιπλέον υπηρεσίες οι μισές έχουν περάσει από εμάς. Νομίζω σας το είπα στην αρχή έχω. Έχω την τιμή - προσωπικά δεν ήμουν από την αρχή εκεί- η ΕΔΥΤΕ –το λέει και ο Υπουργός- να είναι αυτή τη στιγμή ένα διαμάντι για τη χώρα και για τον δημόσιο τομέα. Δηλαδή, δουλεύει και παράγει.*

*Οπότε, το Υπουργείο τι λέει; «ΕΔΥΤΕ θέλω να κάνω αυτό. Μπορείς να το κάνεις μόνος σου; Θες να πας σε κάποιον άλλον να το κάνει; Κάντο. Εγώ έχω κάνει αυτή τη δουλειά». Αυτό υλοποιήσαμε, όπως κάνουμε σε όλα. Δηλαδή, δεν κάναμε κάποια άλλη διαδικασία. Απλώς, εδώ είχε γίνει αυτή η προεργασία από το Υπουργείο λόγω του επείγοντος.*

Σας είπα 1η Ιουλίου αρχίζει το PLF. Προφανώς το είχε καταλάβει το πρόβλημα, αρχίζει και βλέπει τα τηλέφωνα ότι είναι πάρα πολλά, οπότε κάτι πρέπει να κάνει. Λέει «Οπωσδήποτε πρέπει να κάνω κάτι. Να δω την αγορά». Και μετά λέει: «Πώς θα το υλοποιήσω αυτό; Ποιος μπορεί να παρακολουθεί για δύο, για τέσσερις, για εννέα μήνες την εταιρεία ότι δουλεύει καλά ότι δίνει τα παραδοτέα; Αυτός που έχει τεχνικές γνώσεις. Ποιος έχει τεχνικές γνώσεις; Έχει η ΕΔΥΤΕ. Της το δίνω..

Για το κατά πόσο η παρεχόμενη υπηρεσία ήταν αποτελεσματική:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

...Η δικιά μου άποψη, επειδή με ρωτήσατε και με βάση την εμπειρία μου όλα αυτά τα χρόνια, είναι ότι το έργο πολύ καλά δούλεψε. Δηλαδή, δούλεψε μια εταιρεία που μπορούσε να το κάνει στην ώρα της, έδωσε πολύ καλή προσφορά κατά τη γνώμη μου και υλοποίησε το έργο με πολύ καλά αποτελέσματα. Δηλαδή, πείτε ότι ήμουν ένας αξιολογητής εκ των υστέρων -δεν μιλάμε τώρα για τις νομικές διαδικασίες, που όμως νομίζω ότι έγιναν- νομίζω από τεχνική άποψη δεν έχω τίποτα να σας πω. Νομίζω ότι πήγε πολύ καλά το έργο. Δηλαδή, για τη χώρα μας δούλεψε πολύ καλά. Άμα δείτε είναι πάνω από εκατό χιλιάδες οι κλήσεις που απάντησε στους εννιά μήνες αυτούς η εταιρεία σε ένα σύνολο PLF's που είναι περίπου δεκαεπτά εκατομμύρια μέχρι σήμερα. Δηλαδή, σκεφτείτε ότι εκατό χιλιάδες άτομα χρειάστηκαν την υποστήριξη αυτή και αυτά τα άτομα ήρθαν στην Ελλάδα. Δηλαδή, εκ του αποτελέσματος, είμαι πολύ θετικός γι' αυτό το έργο που έγινε. Δηλαδή evaluator να ήμουνα, θα έβλεπα πολύ καλή υλοποίηση και αποτελέσματα...

Ερωτηθείς από τον κ. Χατζηγιαννάκη το πώς έγινε η εκτίμηση για τον απαιτούμενο όγκο εργασίας, ο μάρτυς κατέθεσε:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Η απάντησή μου, από τη γνώση που έχω, είναι ότι προφανώς το Υπουργείο, βλέποντας αυτό, είχε και πρόβλεψη ότι «με ίδια μέσα θα προσπαθήσω...*

*...*

*... Μπαίνοντας, όμως, την 1η Ιουλίου, βλέπει ότι τα τηλεφωνήματα είναι πολλά. Το πιστοποιεί αυτό. Δεν γίνεται από τη μια μέρα στην άλλη, ξέρετε. Δεν μπορείς να κάνεις μία διορθωτική κίνηση πριν αρχίσει να δουλεύει το PLF...*

Ως προς τον λόγο που το Υπουργείο προέβη σε έρευνα αγοράς:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Όχι [για το] αν υπάρχουν call centers [αλλά για το] αν υπάρχουν εταιρείες που είναι έτοιμες να δώσουν αύριο μια πρόταση για το call center, αν υπάρχουν εταιρείες που λένε ότι «εγώ μπορώ αυτή τη στιγμή...*

*...*

*...Να καταλάβει: Υπάρχουν οικονομικοί φορείς που μπορούν να το αναλάβουν αυτό; Πόσο κοστίζει αυτό; Να έχει έναν μπούσουλα...*

*...*

*... Εγώ δεν μπορώ να είμαι στο μυαλό του Υπουργείου ακριβώς τι έκανε εκείνη τη στιγμή, δηλαδή από τη 1 μέχρι τις 2. Αυτό που ξέρω είναι ότι το Υπουργείο προσπάθησε να μαζέψει τα βασικά στοιχεία σε σχέση με το αίτημα που ήθελε να εκπληρώσει και μόλις είχε αυτήν την εικόνα, μας το στέλνει, μας το δίνει. Αυτή είναι η κατανόηση μου...*

Ως προς την αιτιολόγηση του κατεπείγοντος χαρακτήρα, ο μάρτυς κατέθεσε:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...1η Ιουλίου βγαίνει στον αέρα το PLF. Σε όλο τον κόσμο θέλουν - σκεφτείτε και μόνο την Ευρώπη- οι επισκέπτες να έρθουν στην Ελλάδα και θέλουν να συμπληρώσουν το PLF, καινούργια φόρμα. Και εσείς αν μπείτε μέσα, θα δείτε ότι υπάρχουν προβληματάκια. Αρχίζουν και φτάνουν στο Υπουργείο πολλά τηλεφωνήματα. Σας λέω ειλικρινά ότι είναι πάρα πολλά. Το Υπουργείο, προφανώς, προσπαθεί εκ των ενόντων να απαντήσει σε διάφορα από αυτά, αλλά καταλαβαίνει πολύ έντονα την ανάγκη και παίρνει τις αποφάσεις αυτές...*

...

*... το κατεπείγον της σύμβασης είναι κατεπείγον. Μακάρι εγώ να ήμουν ένας ιδιωτικός φορέας και να μπορούσα να υπογράψω μία σύμβαση την επόμενη ημέρα. Δεν είμαι όμως. Είμαι ένας δημόσιος φορέας και άρα σέβομαι όλες τις διαδικασίες του δημοσίου. Μου παίρνει αυτό ενάμιση μήνα. Αυτό κάνω...*

Ως προς τις επόμενες συμβάσεις, ο μάρτυς ανέφερε πως:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...το Υπουργείο ορίζει τι θέλει από εμάς. Μας λέει, λοιπόν, «εγώ θέλω να με υποστηρίξεις για δύο μήνες». Το Υπουργείο, φαντάζομαι, δεν ήξερε πώς θα εξελιχθεί η κατάσταση. Και τη δεύτερη φορά πάλι για δύο μήνες μας είπε. Την τρίτη φορά που ήταν πλέον να πάμε στην καλοκαιρινή περίοδο με του 2021, εκεί μας είπε...*

...

... Η πρώτη σύμβαση υπογράφηκε, όπως είπαμε, τέλος Αυγούστου, η δεύτερη σύμβαση ήταν στα τέλη Δεκεμβρίου νομίζω και η τρίτη νομίζω ότι ήταν στα τέλη Απριλίου...

...

...Τελειώνει η μία Σύμβαση τέλος Οκτωβρίου, 5 Νοεμβρίου έρχεται το νέο αίτημα...

...

...Αντίστοιχα, τελειώνει η Σύμβαση τέλος Φεβρουαρίου –αν δεν κάνω λάθος- και έρχεται αμέσως το αίτημα στο Υπουργείο στις 5, 6, 7 του μηνός «κάντε...». Άρα, έχουμε επείγοντα θέματα...

...

... Εγώ σας λέω εκ των πραγμάτων ότι και στις τρεις περιπτώσεις η διαγωνιστική διαδικασία κράτησε περίπου ενάμιση μήνα...

Κατά τον μάρτυρα, αν δεν προκρινόταν η διαδικασία του κατεπείγοντος θα χρειαζόνταν:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

...τουλάχιστον τρεις μήνες παραπάνω από τη διαδικασία που λέμε τώρα...

Σχετικά με το οικονομικό αντίτιμο της ανάθεσης:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

...Το πρώτο 60άρι ήταν στο 2020 ...

...

...Το δεύτερο 60άρι και το 150 είναι στο 2021, όπου δεν ξεπερνάμε το μέγιστο, 214.000...

...



*...η νομική μου υπηρεσία εμένα μου είχε πει ότι το πρώτο 60άρι αφορά το 2020, το δεύτερο 210.000 αφορά το 2021, οπότε δεν έχουμε ξεπεράσει το όριο της ευρωπαϊκής νομοθεσίας, μπορούμε να το κάνουμε και έτσι το κάναμε...*

Ως προς τα τηλέφωνα που έγιναν κατά το εννιάμηνο των συμβάσεων, ο μάρτυς κατέθεσε:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Νομίζω ότι με μια πρόχειρη άθροιση που έκανα, ήταν περίπου πάνω από 100.000 : Σε έναν μήνα υπήρχαν είκοσι τρεις χιλιάδες τηλέφωνα, ας πούμε, έτσι; Ο μήνας έχει είκοσι τρεις μέρες εργάσιμες. Άρα, έχει περίπου χίλια τηλέφωνα την ημέρα, έχει δέκα θέσεις εργασίας. Άρα, περίπου κάθε θέση εργασίας είχε εκατό τηλέφωνα την ημέρα. Άρα, σε δώδεκα ώρες είχε εκατό τηλέφωνα. Κάθε τηλέφωνο έχει μέσο όρο διάρκειας περίπου επτά λεπτά. Άρα, άμα θέλετε να κάνετε τον πολλαπλασιασμό, εκατό τηλέφωνα επί επτά λεπτά, είναι επτακόσια λεπτά. Άρα, δηλαδή, μπορείτε να δείτε ότι είναι γεμάτο το δωδεκάωρο...*

Ως προς την εκτίμηση του κόστους ανά τηλεφώνημα, ο μάρτυς εκτίμησε ότι ανέρχεται σε 2,7 ευρώ το τηλεφώνημα, 3,5 με τον ΦΠΑ και επισήμανε:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Υπάρχουν δύο θέματα εδώ. Το πρώτο είναι αν τους ανθρώπους που πληρώσαμε, δηλαδή το κόστος μας, ήταν συμβατό με αυτό που λέτε. Με αυτό που σας είπα πριν, οι άνθρωποι δούλευαν πάνω από δέκα*

*ώρες τη μέρα, δηλαδή τουλάχιστον. Ανάλογα με τον μήνα, άλλοτε ξεπερνούσαν και τις δώδεκα ώρες, άλλοτε... Άρα, όσον αφορά την απόδοση, ήταν πολύ σωστό...*

*...*

*...το οικονομικό ... κυρίως καλύπτει τους ανθρώπους που απαντούσαν τα τηλέφωνα, δηλαδή θυμάστε τι σας είπα; Τα 27.600 από τα 30.000 αφορούσαν μισθό των ανθρώπων αυτών. Αυτοί οι άνθρωποι, λοιπόν, έκαναν τη δουλειά τους και για να την κάνουν αυτή τη δουλειά, δούλευαν πάνω από δέκα ώρες την ημέρα...αυτό που σας είπα είναι με τα νούμερα που ξέρω ότι δουλεύουν στην αγορά, δηλαδή 8,5 δίνουμε εμείς που είμαστε μακροχρόνιες συμβάσεις, τα 10 ευρώ την ώρα είναι κάτι που θεωρώ ότι έτσι δουλεύουν. Οπότε, γενικά νομίζω ότι έγινε πολύ καλή διαχείριση των χρημάτων...*

Ερωτηθείς από τον κ. Ραγκούση για το αν ο μάρτυς γνώριζε τη Reposition Strategy πριν από τον Ιούλιο που έγινε η πρώτη ανάθεση στην εταιρία, ο κ. Κόλλιας κατέθεσε:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Δεν την γνώριζα μέχρι να έρθει στο Διοικητικό Συμβούλιο... οποιαδήποτε εταιρεία και αν επιλεγόταν, πιθανότατα δεν θα την ήξερα, δεν θα την ξέραμε, γιατί θα τη βρίσκαμε εκείνη την ώρα που δημιουργήθηκε το πρόβλημα...*

Στο ερώτημα γιατί η προσφορά έπεται της ανάθεσης:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Σαν Διοικητικό Συμβούλιο πήραμε την απόφαση να εξεταστεί η δυνατότητα να κάνει η Reposition Strategy αυτό το έργο. Εμείς σαν Διοικητικό Συμβούλιο δίνουμε στον Διευθύνοντα Σύμβουλο την εντολή να κάνει όλες τις απαραίτητες ενέργειες, για να δει αν πραγματικά έχει τα νομικά στοιχεία...*

Επισήμανε πως στο Πρακτικό αναφέρεται ότι:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...[Το ΔΣ της ΕΔΥΤΕ] παρέχει εξουσιοδότηση προς τον Διευθύνοντα Σύμβουλο για τη διεκπεραίωση όλων των αναγκαίων ενεργειών για την ως άνω ανάθεση και την υπογραφή της σχετικής σύμβασης...*

...

*...Λέμε στον Διευθύνοντα Σύμβουλο, προχώρησε στις διαδικασίες. Πολλές φορές έχω δει στη ζωή μου ότι μια εταιρεία δεν καλύπτει κάποιες νομικές διαδικασίες και μπορεί να σταματήσει, να μην γίνει. Εγώ αυτό γνωρίζω και νομίζω ότι ισχύει...*

...

*...Στις 17 Ιουλίου στείλαμε την απόφαση ανάληψη υποχρέωσης στο ΓΕΜΗ για να γίνει αυτή η διαδικασία. Στις 23 Ιουλίου, αφού πήραμε το okay στέλνουμε στην εταιρεία για να μας κάνει την πρόσκληση και όπως λέτε στις 28 Ιουλίου γενικά μας στέλνει όλα τα χαρτιά...*

Ως προς τη διαδικασία της ανάθεσης:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Δεν σας είπα ποτέ ότι το Υπουργείο μας όρισε ή μας έδωσε τη λίστα, για να πάρουμε αυτήν που μας είπε. Εμείς είμαστε ο πρώτος τεχνολογικός φορέας της χώρας. Μπορείτε να το καταλάβετε, κύριε Βουλευτά; Έχουμε τη δυνατότητα και έχουμε τρέξει πεντακόσια έργα και*

μπορούμε να καταλάβουμε εάν μια εταιρεία είναι ικανή να το κάνει, εάν η προσφορά της είναι η καλύτερη και να αποφασίσουμε γι' αυτό. Μπορούσα να το κάνω για οποιαδήποτε εταιρεία ερχόταν. Δεν έχει σημασία. Απλώς, πήρα υπόψη μου ότι ο stakeholder μου, μου είπε «έχω κάνει αυτή τη διαδικασία, εάν θέλεις, χρησιμοποίησέ την». Μπορούμε να βγάλουμε οποιοδήποτε συμπέρασμα, εάν κάνουμε έναν αυθαίρετο συλλογισμό. Σας λέω, όμως, ότι είμαστε μια εταιρεία που δουλεύει τεχνολογικά και έχει την εμπειρία να κρίνει. Δεν μπορεί εμένα να μου επιβάλει κανείς «θα πάρεις αυτήν». Γιατί να το κάνω; Σας λέω ότι είμαστε ένας ανεξάρτητος οργανισμός και συνεργαζόμαστε με το Υπουργείο για το καλό της χώρας, ειλικρινά σας το λέω. Εγώ προσωπικά δεν είμαι εκεί για άλλο λόγο. Με πήραν, γιατί έχω την εμπειρία από το Πολυτεχνείο. Γι' αυτό μου έκαναν την πρόταση και την αποδέχθηκα. Δεν έχω ειλικρινά κανέναν άλλο λόγο να το κάνω αυτό. Σας λέω με ειλικρίνεια για αυτό το θέμα που λέτε ότι οποιαδήποτε άλλη εταιρεία και αν ερχόταν, που δεν την ήξερα, γιατί η αγορά έχει πολλές μικρές εταιρείες που κάνουν ειδικά θέματα, όχι τόσο τεχνολογικά που τις βλέπω μπροστά μου στην έρευνα, τις οποίες δεν τις γνωρίζω. Τις μαθαίνω, λοιπόν, τις κοιτάζω, ελέγχω εάν μου κάνει, εάν μπορεί να κάνει τη δουλειά της, εάν η προσφορά που έκανε είναι συμφέρουσα, εάν χάνονται λεφτά του δημοσίου -αυτό που αναφέρατε-, εάν μειώνεται η ποιότητα του αποτελέσματος επιλέγοντάς την. Ε, με κανένα από αυτά τα κριτήρια δεν γινόταν value lated. Με αυτήν τη λογική εγώ συναίνεσα να πάμε σε αυτήν την εταιρεία. Εκ του αποτελέσματος, μπορώ να πω ότι δούλεψε καλά αυτή η εταιρεία. Δεν έχω κάτι άλλο να σας πω. Η διαδικασία ήταν απευθείας ανάθεση λόγω των συνθηκών. Δεν είναι ότι εμείς το κάνουμε πάντα αυτό. Λόγω των συνθηκών πήγαμε σε απευθείας ανάθεση. Το ότι είχαμε και ένα μπούσουλα που μας είπε το Υπουργείο ότι «εγώ μίλησα με τρεις εταιρείες, ήταν βοηθητικό», δεν είχε τίποτα παραπάνω...

Ως προς το αν ζήτησε προσφορές από άλλες εταιρίες:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Αυτό θα το ζητούσα, όπως ξέρετε, εάν έκανα μια διαδικασία ανοικτή διαγωνιστική. Εδώ έχουμε μια απευθείας ανάθεση που έρχεται λόγω κατεπείγοντος του θέματος...*

Σχετικά με το αν έχει τελειώσει η ανάγκη της παρεχόμενης υπηρεσίας, ο μάρτυς κατέθεσε:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Θυμηθείτε λίγο πώς πάει η πανδημία. Δηλαδή, όπως βλέπετε, οι συμβάσεις ήταν δίμηνες καταρχήν, πεντάμηνες όταν έπιανε το καλοκαίρι και τώρα έχουμε φτάσει...*

*...*

*...Εδώ μπαίνουν και τα δικά μου. Δεν το ξέρω τι θα αποφασίσει το Υπουργείο, γιατί δεν μπορώ να ξέρω τη στρατηγική του Υπουργείου, αλλά το PLF πια έχει γίνει γνωστό στον κόσμο. Δηλαδή από εδώ και πέρα πιστεύω ότι δεν υπάρχει τόση ανάγκη για να έχουμε αυτό, να συνεχίσει αυτή η διαδικασία. Αλλά δεν το αποκλείω. Δηλαδή, αν θέλετε από τη δικιά μου άποψη ως καθηγητής του Πολυτεχνείου, είμαστε σιγά σιγά σε ένα στάδιο που μπορούμε να πάμε στο να φτιάχνουμε chatbots. Επειδή ασχολούμαι με την τεχνητή νοημοσύνη, έχουμε πια την πληροφορία που βγήκε από αυτή τη σύμβαση, δηλαδή ποιες είναι οι πιθανές απαντήσεις, ποια προβλήματα έχουμε, από πού έρχονται οι κλήσεις, τα χαρακτηριστικά της κάθε κλήση και τα λοιπά, τα οποία πραγματικά είναι γνώση που βγήκε από αυτές τις συμβάσεις και μπορούμε άμα θέλουμε -δεν είναι δικό μου θέμα αυτό γιατί εγώ μπορώ να το κάνω ερευνητικά άμα θέλω- πραγματικά να τα χρησιμοποιήσουμε για να φτιάξουμε πιο ευφυή πολιτική για τη συνέχεια. Αυτή είναι πάντως*

μια δικιά μου άποψη, επειδή με ρωτήσατε και προσωπικά. Δεν ξέρω το Υπουργείο τι θα αποφασίσει, είναι θέμα του Υπουργείου, οπότε δεν μπορώ να το πω εγώ. Πάντως πραγματικά, όπως γνωρίζετε και εσείς, πια ο κόσμος έχει γνωρίσει μετά από έναν-ενάμισι χρόνο πώς δουλεύει το PLF, οπότε η ανάγκη για υποστήριξη είναι μικρότερη...

Ερωτηθείς από τον κ. Ξανθόπουλο για τον λόγο που ο όγκος των τηλεφωνημάτων δεν κατανεμήθηκε με ίσο τρόπο ανά μήνα, ο μάρτυς κατέθεσε:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

«Όταν σχεδιάζουμε μια εφαρμογή, εκτιμώ ότι πρέπει η εφαρμογή αυτή να δουλεύει ανεξάρτητα με το... Κάνουμε μια εκτίμηση γενικά. Όπως βλέπετε, σε κάποιες περιπτώσεις - αναφέρατε διάφορες - ήταν δέκα χιλιάδες οι κλήσεις τον μήνα, είχαν φτάσει τις είκοσι επτά χιλιάδες και τους δύο μήνες του χειμώνα ήταν στις τρεις χιλιάδες πεντακόσιες...

...

...Εμείς σχεδιάζουμε δέκα θέσεις εργασίας. Αυτός είναι ο σχεδιασμός μας. Έχουμε δέκα θέσεις εργασίας όλο το δωδεκάωρο. Άρα λέμε ότι με αυτές δέκα θέσεις εργασίας πρέπει αφενός, να μειώσουμε το *waiting time* [...] Και αφετέρου, να μπορούμε να απαντάμε στον κόσμο που ρωτάει από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου όσο γίνεται πιο γρήγορα. Άρα αυτό εκ των προτέρων δεν μπορεί να το γνωρίζεις. Δηλαδή, σκεφτείτε λίγο, το πρώτο διάστημα ειδικά ήταν *on the spot*, δηλαδή ήταν η μέση τιμή, γιατί ήταν Σεπτέμβριος και Οκτώβριος, δεκατέσσερις χιλιάδες, ξέρω εγώ, τον πρώτο μήνα, δέκα ή εννιάμισι τον άλλον. Κάτι τέτοιο. Αν πάρετε αυτό, είναι πραγματικά ο μέσος όρος οι δύο μήνες αυτοί, που είναι ο μέσος όρος γενικά της απόκρισης.

Ήταν λίγο μικρότερος τον Φλεβάρη-Μάρτη, αλλά ήταν πολύ περισσότερος, διπλάσιος σχεδόν είχε φτάσει, τους επόμενους τέσσερις

μήνες. Άρα είναι κάτι που αυτό είναι εκ του αποτελέσματος. Εσύ κάνεις τον σχεδιασμό και λες: Θέλω να είμαι σε θέση να αντιμετωπίσω κάθε ένα από αυτά. Δεν ξέρω εκ των προτέρων πότε θα γίνει, πού θα γίνει. Έχω μια εκτίμηση, αλλά αυτό τι σημαίνει; Εγώ κάνω μια σύμβαση εκ των προτέρων. Θα πεις, θα μειώσω τον αριθμό των θέσεων, θα πάρεις τέτοια; Αφού βλέπεις ότι κάτι δούλεψε με τις δέκα θέσεις καλά τους δύο πρώτους μήνες. Το συνεχίζεις και μετά, που περιμένεις παραπάνω, δεν το αλλάζεις αυτό. Έτσι κάνουμε σχεδίαση των εφαρμογών, νομίζω σε όλη την τεχνολογία. Δηλαδή, κάνουμε μια εκτίμηση ότι για να παρέχουμε τις υπηρεσίες ανελλιπώς, πόσες θέσεις εργασίας πρέπει να έχω εγώ; Ε αυτό έγινε από τη σύμβαση αυτή σε όλα τα διαστήματα. Οπότε ήταν ο μέσος όρος, λίγο πολύ, σε αυτό που δούλεψε, αυτό που λέτε. Αν πάρετε τον μέσο όρο, θα δείτε ότι είμαστε, πραγματικά, εκεί στη μέση, που είναι το ποσό που σας είπα στην αρχή. Επειδή με απασχόλησε και εμένα, γι' αυτό το κοίταξα... πραγματικά η απόκριση των τηλεφωνητών ήταν ό,τι έπρεπε. Αυτό το έχω ελέγξει και μόνος μου..

Ερωτηθείς από τον κ. Νικολακόπουλο για το κατά πόσο, σύμφωνα με τη νομική υπηρεσία του ΕΔΥΤΕ, η διαδικασία που ακολουθήθηκε ήταν σύννομη:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

...ακολουθήσαμε τις διατάξεις των πράξεων νομοθετικού περιεχομένου και ειδικά που αναφέρουν ότι οι εποπτευόμενους φορείς του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης, δηλαδή που ένας από αυτούς είναι η ΕΔΥΤΕ, μπορεί να χρησιμοποιήσει αυτό, για να κάνει επείγουσες εργασίες. Εγώ αυτό προσπάθησα να πω σήμερα, ότι, πραγματικά, ήταν μια επείγουσα υπηρεσία. Και η ΕΔΥΤΕ προσπαθεί να ανταποκριθεί με τον καλύτερο τρόπο σε κάποια θέματα που παρουσιάζονται στη χώρα μας. Δηλαδή, εμένα δεν με αφορά τώρα ότι με βοήθησε κάπως το

Υπουργείο Ψηφιακής της Διακυβέρνησης, επειδή μίλησε με μία, δύο εταιρείες. Εγώ προσπάθησα να κάνουμε τη διαδικασία ΕΔΥΤΕ με τον καλύτερο τρόπο, ακολουθώντας όλες τις νόμιμες υπηρεσίες. Και γι' αυτό το κάναμε. Δηλαδή, θα μπορούσαμε να γίνει κάτι κατ' ανάθεση, αλλά, όπως βλέπετε, και προσπαθήσαμε να αποτυπώσουμε όλες τις διαδικασίες, ό,τι κάναμε. Δηλαδή ότι πήραμε υπόψη μας αυτό που είπε το Υπουργείο, πήραμε υπόψη μας...

...

...Το Υπουργείο είχε βγάλει... Προσέξτε, τις δέκα θέσεις δεν τις βγάλαμε εμείς. Τις είχε βγάλει το Υπουργείο σαν θέμα. Οπότε το δέχτηκα αυτό. Μου δένει μετά... Σας εξήγησα τους χρόνους κ.λπ., οπότε επιβεβαιώσαμε, επαληθεύσαμε και θεωρήσαμε ότι, πραγματικά, κάνουμε μια πολύ καλή σύμφωνη με τον νόμο ανάθεση...

Επιπλέον, ο μάρτυς προσέθεσε ότι σύμφωνα με τη νομική υπηρεσία η διαδικασία ήταν σύννομη και σε ό,τι αφορά τα ανώτατα ποσά που προβλέπει ο ν. 4416.

Σχετικά με το ύψος των άλλων προσφορών, ο μάρτυς κατέθεσε:

...Αλλά η μία ήταν η MEDIATEL και η άλλη ήταν η ACTION 2WORK. Μπορώ να σας πω και τα ακριβή νούμερα. Νομίζω ήταν 37, 49, 55. Δεν θυμάμαι τα δεκαδικά...Ήταν προφανές ασυμφορότερη. Δηλαδή έβγαινε...

...

...Και σας το είπα ότι εγώ, εμείς σαν ΕΔΥΤΕ μπορούσαμε να το επιβεβαιώσουμε αυτό, γιατί έχουμε τη γνώση πόσο κοστίζει επειδή πληρώνουμε παιδιά, σε μας δηλαδή, που κάνουν υποστήριξη των υπηρεσιών μας. Ε, δίνουμε τουλάχιστον 8,5 με 10 ευρώ την ώρα. Ε, σας είπα οι ώρες που έχουν δηλώσει υπερκαλύπτει το νούμερο που ζήτησαν. Δηλαδή, τι άλλο να πω; Εγώ θεωρώ ότι έκανα κάτι και εγώ το



υποστήριξα, δηλαδή η υπηρεσία, που ήταν πλήρως νόμιμο και προς το συμφέρον του κράτους...

Ως προς το αν υπήρξε κάτι το ιδιαίτερο στη συγκεκριμένη απευθείας ανάθεση σε σύγκριση με άλλες που έχει διενεργήσει ο φορέας:

**ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΟΛΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

...Όχι... έχουμε εμπλακεί σε πεντακόσιες υπηρεσίες. Το *travel.gov.gr* είναι μία από αυτές. Το *PLF* είναι κάτω από το *gov.gr* και η υποστήριξη του *PLF* είναι ένα επιπλέον θεματάκι, δηλαδή σημαντικότερο, αλλά ένα θέμα. Δηλαδή, σας λέω η μεγάλη εικόνα είναι ότι τρέχουμε αυτήν τη στιγμή πενήντα έργα. Δηλαδή, αυτό ήταν για μας ένα έργο, το οποίο είχε τον ρόλο του -για αυτό το κάναμε-, αλλά ήταν σε συνήθη διαδικασία. Δεν έκανα κάτι άλλο. Απλώς επιβεβαίωσα και εγώ σαν Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου για το φέρω, να το αποδεχτώ στο Διοικητικό Συμβούλιο, ότι ήταν σύμφωνο με τις τεχνικές γνώσεις που είχα. Τις νομικές γνώσεις μου τις έδωσε η Νομική Υπηρεσία...

Για το ίδιο αντικείμενο η εξεταστική κάλεσε και εξέτασε, ως μάρτυρα, τον **Γενικό Διευθυντή της Opinion Poll και πολιτικό αναλυτή κ. Ζαχαρία Ζούπη**. Ως προκύπτει από τα με ημερομηνία 16-12-2021 Πρακτικά της Ειδικής Κοινοβουλευτικής Επιτροπής και αναφορικά με την εταιρεία Reposition Strategy, ο κ Ζούπης ανέφερε πως η εταιρεία Reposition δεν είναι θυγατρική ούτε της Opinion Poll ούτε ανήκει σε κάποιον όμιλο, ούτε έχει κοινά συμφέροντα ή κοινό πεδίο δραστηριοτήτων. Η Reposition Strategy είναι πολύ πιο παλιά εταιρεία από την Opinion Poll με παρουσία στην αγορά 17-18 χρόνια. Έχουν ανατεθεί σε αυτήν εκατοντάδες δουλειές από το δημόσιο, από ευρύτερο δημόσιο, από δήμους, από ιδιωτικό τομέα κ.λπ. Μεταξύ

άλλων δραστηριοποιείται ως σύμβουλος επιχειρήσεων για τεχνικά προγράμματα, σύμβουλος ωρίμανσης έργων, υλοποίησης ευρωπαϊκών προγραμμάτων κ.λπ. Αντιθέτως, η Opinion Poll, είναι μία αμιγώς εταιρεία ερευνών και πολιτικής επικοινωνίας. Αρμόδιος στην Opinion Poll είναι ο ίδιος.

Σε ερώτηση του κ. Ραγκούση αναφορικά με το γεγονός ότι η Reposition Strategy ανέλαβε με απευθείας ανάθεση έργο από το Δημόσιο ο μάρτυρας απάντησε τα κάτωθι:

**ΖΑΧΑΡΙΑΣ ΖΟΥΠΗΣ (Μάρτυς):**

*...Νομίζω ότι κάνετε ένα θεμελιακό λάθος συλλογιστικής. Τόσο ο κ. Μαύρος, όσο και ο κ. Χατζηπαντελής κατέθεσαν ότι επιτρέπεται ένας ιδιοκτήτης εταιρείας δημοσκοπήσεων να έχει άλλη εταιρεία και να παίρνει δουλειές. Την πήρες άνθρωπε νόμιμα? Και αφού την πήρες την υλοποίησες με βάση τις προδιαγραφές του έργου?...*

...

*...Από αυτά που άκουσα εγώ από την ΕΔΥΤΕ και από αυτά που είχα δει σε όλο το διάστημα...δύο όροφοι είμαστε...Προφανώς μιλάμε με τον κ. Διαμαντή...*

...

*...Χρειάστηκε περίπου ενάμισης χρόνος δουλειάς δεκάδων ανθρώπων, πρωί απόγευμα...Απ' ότι καταλαβαίνετε είμαστε σε μια καθημερινή επαφή. Εγώ δεν έχω διαπιστώσει – δεν είμαι νομικός – να βγαίνει τόσο αβίαστα, όσο το βγάζετε εσείς, ότι όλα ήταν παράνομα στον τρόπο που ανατέθηκε η δουλειά ή που υλοποιήθηκε. Νομίζω όλα ήταν νόμιμα.*

Αναφορικά με το αντικείμενο των δύο εταιρειών ανέφερε χαρακτηριστικά:

**ΖΑΧΑΡΙΑΣ ΖΟΥΠΗΣ (Μάρτυς):**

*...Καμία σχέση. Η Reposition Strategy έχει ένα εντελώς άλλο και πολύ ευρύ αντικείμενο σε επίπεδο προετοιμασίας έργων, ωρίμανσης έργων, πόρων, τεχνικών δελτίων. Εμείς (αναφερόμενος στην Opinion) έρευνες κάνουμε... Δεν πουλάμε κοινά πακέτα υπηρεσιών Είναι άσχετα.*

Ως προς το θέμα του υποτιθέμενου ζητήματος δεοντολογίας ως προς το ίδιο πρόσωπο του ιδιοκτήτη των δύο εταιρειών υπογράμμισε:

**ΖΑΧΑΡΙΑΣ ΖΟΥΠΗΣ (Μάρτυς):**

*...Αν αύριο ο κ. Διαμαντής αποφασίσει να ανοίξει επιπλοβομηχανία και το Εξωτερικών θέλει να αλλάξει πέντε γραφεία...πάλι θα δημιουργηθεί σκάνδαλο;...*

Σε επίμονες ερωτήσεις των Βουλευτών του ΣΥΡΙΖΑ για το αν συνίσταται λόγος ακυρότητας από τη συμμετοχή του ίδιου φυσικού προσώπου σε δύο μονοπρόσωπες ΕΠΕ, ο μάρτυρας απάντησε ευθαρσώς ότι η σύμβαση υπογράφηκε μετά από σύμφωνη γνώμη των νομικών υπηρεσιών της ΕΔΥΤΕ με φορείς του Δημοσίου, δεν είδαν κάτι παράνομο. Επανάλαβε δε ότι είναι Διευθύνων Σύμβουλος, Γενικός Διευθυντής της Opinion Poll και δεν είναι ο Διευθύνων της Reposition Strategy.

**ΖΑΧΑΡΙΑΣ ΖΟΥΠΗΣ (Μάρτυς):**

*...Με σαφήνεια υπάρχει κοινός ιδιοκτήτης. Το έργο αυτό ήταν έργο το οποίο δεν στηρίχθηκε σε εργαζόμενους από τους ερευνητές μας, γιατί ήθελε ανθρώπους διαφόρων δεξιοτήτων. Για παράδειγμα έδιναν*

απαντήσεις σε τέσσερις γλώσσες τα παιδιά. Έπρεπε να έχουν ένα επίπεδο και μορφωτικό και από άποψη χρήσης ξένων γλωσσών που να μπορούν να απαντούν. Γιατί έπαιρναν κατά ριπάς, ειδικά την καλοκαιρινή περίοδο ή σε περιόδους αιχμής...

...

...Δεν υπάρχουν κοινοί εργαζόμενοι. Με την ΕΔΥΤΕ ένα έργο έγινε, αυτό το περίφημο με την ενημέρωση της τουριστικής περιόδου και της άλλης περιόδου για την συμπλήρωση των απαραίτητων χαρτιών μόνο covid...

...

...Δεν μπορώ να ξέρω πότε υπογράφηκε η σύμβαση. Δεν έχω διαβάσει τα πρακτικά...δεν έχω πληροφοριακό υλικό...δεν έχω τα διοικητικά συμβούλια. Εγώ ξέρω ότι η Reposition Strategy ξεκίνησε την εργασία όταν είχαν λήξει όλα τα τυπικά και τα λοιπά. Αυτό ξέρω...Δεν έχω διαβάσει τα πρακτικά του ΔΣ του ΕΔΥΤΕ.

Σε ερωτήσεις του βουλευτή του ΣΥΡΙΖΑ κ. Κάτση, αναφορικά με την αμφισβήτηση της ύπαρξης του σχετικού τηλεφωνικού αριθμού και κατά συνέπεια της εν γένει πραγμάτωσης του έργου:

**ΖΑΧΑΡΙΑΣ ΖΟΥΠΗΣ (Μάρτυς):**

...ένας αριθμός που τον έβρισκαν όχι Έλληνες πολίτες, κυρίως αλλοδαποί, από άλλα μέρη και έπαιρναν. Για αυτό ήταν προσωπικό σε τέσσερις γλώσσες...

...

...προφανώς υπήρχε τηλέφωνο, αλλά δεν το θυμάμαι τώρα. Έπαιρνε η μισή οικουμένη...

...

...υλοποιήθηκε ένα έργο επί μήνες, γιατί πήραν χιλιάδες άνθρωποι τηλέφωνο...πάρθηκαν άπειρα τηλέφωνα όταν απαντούσαν άνθρωποι σε τέσσερις γλώσσες, όταν υπήρχαν μέρες γιατί οι κλήσεις δεν ήταν πενήντα τη μέρα, υπήρχαν μέρες που υπήρχε τρέλα...

...

...εγώ ξέρω ότι πάνω από εκατό χιλιάδες άνθρωποι βρήκαν το τηλέφωνο και πήραν και εξυπηρετήσαμε την τουριστική δραστηριότητα με αυτόν τον τρόπο...που έπαιρναν τηλέφωνο, που το ήξεραν...το αποτέλεσμα είναι εκατοντάδες κλήσεις των οποίων το αποτύπωμα υπάρχει αν μη τι άλλο...πήραν άπειροι άνθρωποι.

Στην αναφορά του Βουλευτή κ. Τσίπρα ότι στην ανάληψη του έργου υφίσταται σύγκρουση συμφερόντων και ότι υπάρχουν καταγγελίες για αντίστοιχες περιπτώσεις και στο παρελθόν, ο μάρτυρας τόνισε χαρακτηριστικά ότι

#### **ΖΑΧΑΡΙΑΣ ΖΟΥΠΗΣ (Μάρτυς):**

...δεν υφίσταται σύγκρουση συμφερόντων. Αλίμονο να μην κάνω έρευνα για Δήμο που η *Reposition Strategy* έχει αναλάβει έργο. Συγκρίνετε ασύμβατα πράγματα. Όλες οι καταγγελίες έχουν αναιρεθεί. Είναι στον αέρα...

#### **4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΗ**

1. Η **ΕΔΥΤΕ** είναι νομικό πρόσωπο που εποπτεύεται από το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης και υπόκειται στον έλεγχο του Ελεγκτικού Συνεδρίου. Έχει **σημαντική συνεισφορά στην υλοποίηση έργων ψηφιακού μετασχηματισμού της χώρας, έργα**

που είτε υλοποιεί, εφόσον δύναται, είτε τα αναθέτει, με βάση το δίκτυο συνεργατών και την εμπειρία της αγοράς, μετά από έρευνα, σε άλλους φορείς ή ιδιώτες.

2. Ως προς την υλοποίηση του προς διερεύνηση έργου, το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης επιχείρησε στην αρχή με ίδια μέσα να αντιμετωπίσει το ζήτημα της τηλεφωνικής απάντησης ερωτημάτων, αλλά πολύ γρήγορα αντελήφθη ότι αυτό ήταν αδύνατο. **Αδυνατώντας η ΕΔΥΤΕ να αναλάβει το συγκεκριμένο έργο, λόγω της πληθώρας των εφαρμογών στις οποίες δραστηριοποιείται, προέκρινε την υλοποίηση του από την Reposition Strategy.**

3. Η έρευνα και η επιλογή της καταλληλότερης προσφοράς για την υλοποίηση του έργου έγινε από το ΕΔΥΤΕ, χωρίς καμία παρέμβαση από το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης.

4. **Στηριζόμενο στον κατεπείγοντα χαρακτήρα του έργου το νομικό τμήμα της ΕΔΥΤΕ γνωμοδότησε ότι το έργο μπορούσε να υλοποιηθεί με απευθείας ανάθεση.** Χωρίς αυτή τη διαδικασία θα είχε χαθεί πολύτιμος χρόνος ακυρώνοντας την αποτελεσματικότητα και τη χρησιμότητα του έργου. Ως προς τα ποσά της απευθείας ανάθεσης για τις τρεις συμβάσεις, σύμφωνα με τη νομική υπηρεσία της ΕΔΥΤΕ, αυτά ήταν σύννομα, καθώς δεν υπερέβησαν το όριο της ευρωπαϊκής νομοθεσίας ανά έτος.

5. Η εταιρεία **Reposition Strategy** δεν είναι θυγατρική της εταιρείας **Opinion Poll**. Συνεπώς, δεν υφίσταται σύγκρουση συμφερόντων στα έργα που αναλαμβάνουν η **Reposition Strategy** και η **Opinion Poll**. Οι δύο εταιρείες δεν έχουν κοινά πακέτα υπηρεσιών ούτε κοινό πεδίο δραστηριοτήτων.

6. Το ζήτημα που ετέθη περί ακυρότητας λόγω της συμμετοχής του ίδιου φυσικού προσώπου σε δύο μονοπρόσωπες Ε.Π.Ε. το ζήτημα αυτό δεν αφορούσε την Αναθέτουσα Αρχή, καθόσον δεν ελέγχεται από την ΕΔΥΤΕ ή από οποιονδήποτε φορέα, διότι δεν αποτελεί δικαιολογητικό κατακύρωσης. Σε κάθε δε περίπτωση ακολουθήθηκε εν προκειμένω η από 20-03-2020 Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου – ΦΕΚ 68/Α/20-03-2020 και ιδίως το άρθρο τριακοστό τέταρτο αυτής, λόγω του κατεπείγοντος που δημιούργησε η πανδημία του κορωνοϊού, κατά παρέκκλιση της κείμενης νομοθεσίας, η οποία ήταν επιτρεπτή και κρίθηκε απολύτως συνταγματική.

## VI. ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ OPINION POLL

### 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ

Με το το υπ. αριθ. πρωτ. 226/2.6.2021 αίτημα που κατατέθηκε στον Πρόεδρο της Ειδικής Μόνιμης Επιτροπής Θεσμών και Διαφάνειας της Βουλής, με κοινοποίηση στον Πρόεδρο της Βουλής, Βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ, μέλη της σχετικής επιτροπής ζητούσαν τη σύγκληση της Επιτροπής Θεσμών και Διαφάνειας της Βουλής, για τον έλεγχο της δημοσκόπησης που διενήργησε η εταιρεία δημοσκοπήσεων Opinion Poll και δημοσίευσε στις 31 Μαΐου 2021. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας η δημοσκόπηση έδειξε ότι στην πρόθεση ψήφου, αυξήθηκε το ποσοστό της ΝΔ σε 37,3% (από 36,2% τον Απρίλιο) ενώ μειώθηκε το ποσοστό του ΣΥΡΙΖΑ σε 19,9% ( από 20,2% τον Απρίλιο).

Σύμφωνα με το περιεχόμενο του αιτήματος, από τις δημοσιεύσεις της επίμαχης δημοσκόπησης δεν προκύπτει ο εντολέας της (εταιρεία δημοσκόπησης) ή εάν πρόκειται για τακτική κυλιόμενη δημοσκόπηση, ενώ αρκετά ευρήματά της είναι σε έντονη αντίθεση με τα αντίστοιχα της δημοσκόπησης του τακτικού χειμερινού Ευρωβαρόμετρου 2020-2021. Οι Βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ ζητούσαν επίσης να διευκρινισθεί *εάν παραβιάσθηκαν σε σχέση με τη δημοσκόπηση αυτή άλλες προβλέψεις του νόμου, όπως ενδεικτικά, η υποχρέωση κοινοποίησης των στοιχείων ταυτότητας της δημοσκόπησης στο Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης.*

Στο πλαίσιο αυτό ζητήθηκε να περιέλθουν σε γνώση των μελών της Ειδικής Μόνιμης Επιτροπής Θεσμών και Διαφάνειας τα κατά τα ανωτέρω προβλεπόμενα από τον νόμο στοιχεία της προαναφερθείσας έρευνας, ιδίως δε τα πρωτογενή δεδομένα και η μέθοδος στάθμισης και να συγκληθεί η Επιτροπή βάσει του άρθρου 43<sup>A</sup> Κανονισμού της Βουλής για να εξετάσει τα στοιχεία αυτά, την



ύπαρξη ευθυνών σε περίπτωση υπαίτιας παραβίασης του νόμου και να συζητήσει, γενικότερα, το μείζον για την δημοκρατία θέμα της αντικειμενικότητας των ερευνών κοινής γνώμης. Τέλος, ζητήθηκε να κληθεί στη σχετική συνεδρίαση και ο Πρόεδρος του ΕΣΡ για να ενημερώσει την Επιτροπή για τις σχετικές ενέργειες αρμοδιότητας του.

Την 8<sup>η</sup> Ιουλίου 2021, ο Πρόεδρος της Επιτροπής κ. Αθανάσιος Μπούρας, Γ' Αντιπρόεδρος της Βουλής, έθεσε, προ της έναρξης της συνεδρίασης το εν λόγω ζήτημα. Μετά από σχετική συζήτηση, απερρίφθη το σχετικό αίτημα για την συγκρότηση της Ειδικής Μόνιμης Επιτροπής Θεσμών και Διαφάνειας για τον έλεγχο της ανωτέρω δημοσκοπήσης, καθώς, από τις ρυθμίσεις του Ν. 3603/2007, προέκυψε ότι ποτέ η Επιτροπή δεν παρεμβαίνει σε ενδιάμεσο στάδιο της ελεγκτικής διαδικασίας.

Ειδικότερα, προέκυψε ότι η Ελεγκτική Εταιρεία Δημοσκοπήσεων και Ερευνών Κοινής Γνώμης συστάθηκε τον Δεκέμβριο του 2008 με σκοπό τον έλεγχο αξιοπιστίας των δημοσκοπήσεων και ερευνών κοινής γνώμης που αναθέτουν φορείς του Δημοσίου και του ευρύτερου Δημοσίου τομέα, τα πολιτικά κόμματα ή συνδυασμοί, καθώς και επιχειρήσεις μέσω ενημέρωσης. Είναι δε ο φορέας αυτός, σε πρώτο χρόνο τουλάχιστον, αποκλειστικά αρμόδιος για την άσκηση του ελέγχου. Ο έλεγχος διενεργείται από Επιτροπές Ελέγχου, που συστήνονται σύμφωνα με την παράγραφο 1 του άρθρου 17 του καταστατικού της Εταιρείας. Ασκείται δε κατόπιν εγγράφου αιτήσεως παντός έχοντος έννομο συμφέρον.

Σύμφωνα επίσης με το άρθρο 11 του Κανονισμού Λειτουργίας των Επιτροπών Ελέγχου, εφόσον ορισμένη Επιτροπή, από αυτές που προβλέπονται, διαπιστώσει παράβαση των επιστημονικών μεθόδων έρευνας και αγοράς, ο διαχειριστής ελεγκτικής διαβιβάζει το πόρισμα της Επιτροπής στο Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης.

Το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης, εφόσον λάβει τέτοιο πόρισμα, δημιουργεί φάκελο προκειμένου να κριθεί εάν επιβληθούν

στον φορέα που διενήργησε την έρευνα οι προβλεπόμενες στην παράγραφο 6 του άρθρου 5 κυρώσεις του νόμου 3603/2007.

Στην πρόταση για την σύσταση Εξεταστικής Επιτροπής που κατέθεσε στις 11 Οκτωβρίου 2021 η Κοινοβουλευτική Ομάδα του ΣΥΡΙΖΑ, ζητά, μεταξύ άλλων, να διερευνηθεί κάθε σπατάλη δημόσιου χρήματος από την Κυβέρνηση προς την εταιρεία ερευνών κοινής γνώμης OPINION POLL, με τον ισχυρισμό ότι διενεργεί δημοσκοπήσεις πέραν κάθε δεοντολογίας με μόνο στόχο την εξυπηρέτηση των πολιτικών στόχων της Κυβέρνησης και τη χειραγωγή των πολιτών. Επιπλέον, ζητά να διερευνηθεί πιθανή ύπαρξη άλλων εταιρειών δημοσκοπήσεων των οποίων οι ιδιοκτήτες διατηρούν παράλληλη δραστηριότητα μέσω της οποίας άμεσα ή έμμεσα λαμβάνουν χρηματοδότηση από το Ελληνικό Δημόσιο και τον ευρύτερο δημόσιο τομέα.

## **2.ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ**

### **1. Ν. 3603/2007 (ΦΕΚ Α΄ 188/08-08-2007)**

Ρύθμιση θεμάτων δημοσκοπήσεων

Άρθρο 1

Πεδίο εφαρμογής

1. Στις διατάξεις του παρόντος νόμου υπάγονται οι δημοσκοπήσεις, οι οποίες διενεργούνται από οποιονδήποτε φορέα ή επιχείρηση για τη διερεύνηση των τάσεων της κοινής γνώμης και έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με κοινοβουλευτικές εκλογές, δημοψηφίσματα, εκλογές για την ανάδειξη αντιπροσώπων στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, νομαρχιακές, δημοτικές και κοινοτικές εκλογές, ανεξαρτήτως του χρόνου διενέργειάς τους. Αν οι ως άνω δημοσκοπήσεις δεν δημοσιοποιούνται στον έντυπο

ή ηλεκτρονικό τύπο, διενεργούνται χωρίς να υπάγονται στις διατάξεις του παρόντος νόμου.

2. Στις ανωτέρω δημοσκοπήσεις, που διενεργούνται με ή χωρίς τη χρήση κάλπης, περιλαμβάνονται, ιδίως, εκείνες οι οποίες αναφέρονται σε πολιτικά κόμματα, συνδυασμούς, πολιτικά πρόσωπα και υποψηφίους, και με τις οποίες καταγράφεται η πρόθεση ψήφου ή η δήλωση της δοθείσας ψήφου κατά την έξοδο των εκλογέων από τα εκλογικά καταστήματα (exit poll). Στις δημοσκοπήσεις αυτές περιλαμβάνονται και εκείνες που μπορούν να επηρεάσουν την ψήφο των εκλογέων.

3. Ως δημοσκόπηση, για τις ανάγκες του παρόντος νόμου, νοείται η έρευνα, με την οποία καταγράφονται οι τάσεις ή οι απόψεις του κοινού και έχουν ως αντικείμενο τα θέματα των παραγράφων 1 και 2. Η συλλογή των στοιχείων της δημοσκόπησης γίνεται μέσω συνεντεύξεων που διενεργούνται δια ζώσης ή τηλεφωνικώς, καθώς και μέσω του διαδικτύου, με τη χρήση έντυπου ή ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου.

## Άρθρο 2

### Στοιχεία δημοσκόπησης

1. Τα ελάχιστα στοιχεία που απαιτούνται για τη δημοσκόπηση είναι:

- α) το δείγμα,
- β) η μέθοδος συλλογής στοιχείων,
- γ) ο τρόπος καταγραφής της πρόθεσης ή της δήλωσης της δοθείσας ψήφου (exit poll),
- δ) το ερωτηματολόγιο,
- ε) η ταυτότητα της δημοσκόπησης.

2. Ως δείγμα νοείται η αντιπροσωπευτική ομάδα πληθυσμού, η οποία επιλέγεται με χρήση στατιστικά αποδεκτών δειγματοληπτικών μεθόδων, ώστε τα συμπεράσματα, που θα εξαχθούν, να μπορούν να γενικευθούν στο σύνολο του πληθυσμού.

3. Ως μέθοδος συλλογής στοιχείων νοείται ο τρόπος της συστηματικής συλλογής και αντικειμενικής καταγραφής και ανάλυσης, σύμφωνα με τους αναγνωρισμένους επιστημονικούς κανόνες, των απόψεων ενός

επιλεγμένου αντιπροσωπευτικού δείγματος, καθώς και η επεξεργασία των στοιχείων, η οποία οδηγεί στην εξαγωγή συμπερασμάτων, που αφορούν στο σύνολο του αντιπροσωπευόμενου πληθυσμού.

4. Ως τρόπος καταγραφής της πρόθεσης ψήφου ή της δήλωσης της δοθείσας ψήφου νοείται η μέθοδος με την οποία αποτυπώνεται η δήλωση πρόθεσης ψήφου ή η δοθείσα ψήφος του ερωτώμενου. Η δήλωση πρόθεσης ψήφου ή η δήλωση της δοθείσας ψήφου καταγράφεται με τις επιστημονικά αποδεκτές μεθόδους, όπως αυτές αναφέρονται στους κανόνες του Διεθνούς Κώδικα Δεοντολογίας για την Πρακτική της Έρευνας Αγοράς και της Κοινωνικής Έρευνας (International Code of Marketing and Social Research Practice), του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Κοινής Γνώμης και Έρευνας Αγοράς (ICC/ESOMAR) και του κώδικα δεοντολογίας του Συλλόγου Εταιρειών Δημοσκοπήσης και Έρευνας Αγοράς (Σ.Ε.Δ.Ε.Α.), όπως εκάστοτε ισχύουν.

5. Ως ερωτηματολόγιο νοείται το σύνολο των ερωτήσεων, καθώς και η σειρά αυτών, όπως αυτές ακριβώς διατυπώνονται στους συμμετέχοντες στη δημοσκόπηση.

6. Ως ταυτότητα δημοσκόπησης νοούνται τα στοιχεία της, όπως αυτά ορίζονται στο άρθρο 4 του παρόντος, καθώς και ο αριθμός εγγραφής των φορέων και επιχειρήσεων στο Μητρώο του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης (Ε.Σ.Ρ.), εφόσον πρόκειται για δημοσκόπηση που έχει ανατεθεί από φορέα του Δημοσίου ή του ευρύτερου δημόσιου τομέα, όπως εκάστοτε ορίζεται, από τα πολιτικά κόμματα ή συνδυασμούς, καθώς και από επιχειρήσεις μέσω ενημέρωσης.

### Άρθρο 3

Υποχρεώσεις των φορέων και επιχειρήσεων δημοσκοπήσεων κατά τη διενέργεια αυτών

1. Οι φορείς ή οι επιχειρήσεις δημοσκοπήσεων οφείλουν να διασφαλίζουν την αμερόληπτη, αξιόπιστη και χωρίς επιρροές διεξαγωγή των δημοσκοπήσεων και εξαγωγή των αποτελεσμάτων τους.

2. Οι φορείς ή οι επιχειρήσεις δημοσκοπήσεων είναι υπεύθυνοι για την επιλογή και την εκπαίδευση των προσώπων που πραγματοποιούν τη δημοσκόπηση, τον έλεγχο των στοιχείων και την εντός συγκεκριμένων χρονικών ορίων διεξαγωγή της, προκειμένου να διασφαλίζεται η ορθή επεξεργασία των στοιχείων και η ομοιογένεια των αποτελεσμάτων της δημοσκόπησης. Ειδικότερα, η εκπαίδευση των προσώπων που πραγματοποιούν την έρευνα πεδίου υπόκειται στον Ποιοτικό Έλεγχο Συλλογής Στοιχείων (Π.Ε.Σ.Σ.) του Σ.Ε.Δ.Ε.Α. και στο σύστημα Ποιοτικού Ελέγχου των Ερευνητών (Interviewers Quality Control Scheme) του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Κοινής Γνώμης και Ερευνας Αγοράς (ICC/ESOMAR).

3. Η επιλογή και η κατανομή του δείγματος γίνεται με βάση τις παραδεκτές, κατά τους κανόνες της στατιστικής επιστήμης, μεθόδους δειγματοληψίας και τα επίσημα δημογραφικά στοιχεία, όπως αυτά που τηρεί η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος (Ε.Σ.Υ.Ε.) και το Υπουργείο Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης (Υπουργείο ΕΣ.Δ.ΔΑ).

4. Η συγκέντρωση, καταγραφή, επεξεργασία, διατήρηση, διάδοση ή δημοσιοποίηση από τον διενεργούντα τη δημοσκόπηση ή και από τα μέσα ενημέρωσης στοιχείων που αφορούν ευαίσθητα ή μη προσωπικά δεδομένα υπόκεινται στις διατάξεις του ν. 2472/1997 (ΦΕΚ 50 Α'), όπως ισχύει. Οι φορείς ή οι επιχειρήσεις δημοσκοπήσεως υποχρεούνται να τηρούν όλα τα στοιχεία της δημοσκόπησης για ένα (1) τουλάχιστον έτος.

5. Στο ερωτηματολόγιο των δημοσκοπήσεων δεν επιτρέπεται να περιλαμβάνονται ερωτήσεις που περιέχουν μειωτικούς για την προσωπικότητα και την αξιοπρέπεια χαρακτηρισμούς για πρόσωπα ή φορείς, για τους οποίους ερωτώνται τα μέλη του αντιπροσωπευτικού δείγματος.

6. Για τη συγχώνευση αποτελεσμάτων διαφορετικών εκλογικών δημοσκοπήσεων ή και τη με συγκριτικό τρόπο δημοσιοποίηση αποτελεσμάτων δημοσκοπήσεων, που πραγματοποιούνται με

διαφορετικές μεθόδους συλλογής στοιχείων, πρέπει να αναφέρεται σαφώς το πρόσωπο που τις πραγματοποίησε, η διαδικασία με την οποία προέκυψαν τα αποτελέσματα, καθώς και οι μεθοδολογικοί περιορισμοί της σύγκρισης.

7. Στη δημοσκόπηση πρέπει να γίνεται μεία εάν αυτή διενεργήθηκε με τη χρήση κάλπης ή όχι. Δημοσκοπήσεις οι οποίες διερευνούν την πρόθεση ψήφου με πανελλαδική αντιπροσώπευση, πρέπει να έχουν συνολικό δείγμα ίσο ή μεγαλύτερο των χιλίων (1.000) ατόμων. Υποαναλύσεις σε βάσεις κάτω των εκατό (100) ατόμων θεωρούνται ενδεικτικές. Απαγορεύεται η υποανάλυση βάσεων κάτω των εξήντα (60) ατόμων.

8. Κατά τα λοιπά, ως προς τις δημοσκοπήσεις του παρόντος νόμου, εφαρμόζονται οι κανόνες του Διεθνούς Κώδικα Δεοντολογίας για την Πρακτική της Έρευνας Αγοράς και της Κοινωνικής Έρευνας (International Code of Marketing and Social Research Practice), του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Κοινής Γνώμης και Έρευνας Αγοράς (ICC/ESOMAR) και του κώδικα δεοντολογίας του Συλλόγου Εταιρειών Δημοσκόπησης και Έρευνας Αγοράς (Σ.Ε.Δ.Ε.Α), όπως εκάστοτε ισχύουν.

#### Άρθρο 4

##### Δημοσιοποίηση δημοσκοπήσεων

1. Η δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων των δημοσκοπήσεων πρέπει να συνοδεύεται από τα ακόλουθα στοιχεία:

- α) την επωνυμία του διενεργήσαντος τη δημοσκόπηση,
- β) την επωνυμία ή το όνομα του εντολέα της δημοσκόπησης,
- γ) το σκοπό της δημοσκόπησης,
- δ) τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του δείγματος,
- ε) το μέγεθος του δείγματος και τη γεωγραφική του κάλυψη,
- στ) το χρονικό διάστημα και το έτος συλλογής των στοιχείων,
- ζ) τη μέθοδο δειγματοληψίας,
- η) τη μέθοδο συλλογής των στοιχείων,

θ) το τυπικό στατιστικό σφάλμα σε σχέση με τα αποτελέσματα της δημοσκόπησης,

ι) τις ελάχιστες βάσεις του δείγματος σε σχέση με τον αριθμό των ερωτώμενων,

ια) τις παραμέτρους της στατιστικής στάθμισης του δείγματος,

ιβ) την πλήρη διατύπωση των ερωτήσεων που δημοσιοποιούνται και

ιγ) το συμπέρασμα, δηλαδή τη θέση του φορέα ή της επιχείρησης δημοσκόπησης επί των αποτελεσμάτων της.

2. Κατά τη δημοσιοποίηση αποτελεσμάτων δημοσκοπήσεων από τα έντυπα μέσα ενημέρωσης αναφέρονται τα στοιχεία της παραγράφου 1.

Τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης, κατά τη δημοσιοποίηση της δημοσκόπησης, πρέπει να αναφέρουν υποχρεωτικά τα στοιχεία α', β', ε', στ', θ' και ι' της παραγράφου 1. Ειδικώς, τα στοιχεία ιβ' και ιγ' της παραγράφου 1 αναφέρονται κατά τη δημοσιοποίηση αποτελεσμάτων από τα έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης, εφόσον είναι εφικτό. Σε αντίθετη περίπτωση, η διατύπωση της ερώτησης ή του συμπεράσματος του φορέα ή της επιχείρησης δημοσκόπησης επί των αποτελεσμάτων της που θα δημοσιοποιηθούν πρέπει να συμφωνείται με τον φορέα ή την επιχείρηση δημοσκόπησης.

3. Κατά τη δημοσιοποίηση των δημοσκοπήσεων πρέπει να γίνεται μνεία αν αυτή διενεργήθηκε με τη χρήση κάλπης ή όχι και αν αυτή θεωρείται ενδεικτική ή όχι, κατά την έννοια της παραγράφου 7 του άρθρου 3 του παρόντος.

4. Δημοσκοπήσεις οι οποίες δεν πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 2 δεν δημοσιοποιούνται.

5. Η δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων των δημοσκοπήσεων πρέπει να γίνεται κατά τρόπο αντικειμενικό. Απαγορεύεται η αποσπασματική αναφορά στα αποτελέσματα μιας δημοσκόπησης, ιδίως κατά τρόπο που να παραπλανά τον πολίτη σε σχέση με τα αποτελέσματα της. Τα αποτελέσματα της δημοσκόπησης πρέπει να διακρίνονται σαφώς από τυχόν εκτιμήσεις ή αναλύσεις του φορέα ή της επιχείρησης δημοσκόπησης ή του μέσου ενημέρωσης. Ο φορέας ή η επιχείρηση

δημοσκόπησης ή το μέσο ενημέρωσης οφείλουν να περιγράφουν συνοπτικά τη μέθοδο που εφαρμόστηκε για την εκτίμηση των αποτελεσμάτων.

6. Η σύγκριση αποτελεσμάτων διαφορετικών δημοσκοπήσεων πρέπει να συνοδεύεται από την επισήμανση των διαφορών τους (όπως μεθοδολογία, χρόνος διεξαγωγής που είναι δυνατόν να επηρεάζει τα αποτελέσματα της δημοσκόπησης).

7. Ο φορέας ή η επιχείρηση δημοσκόπησης οφείλει να κοινοποιεί τα στοιχεία ταυτότητας της δημοσκόπησης, ταυτοχρόνως, στον εντολέα και στο Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης.

8. Πέραν των ανωτέρω υποχρεωτικά δημοσιοποιούμενων στοιχείων και των αποτελεσμάτων της δημοσκόπησης, ο φορέας ή η επιχείρηση δημοσκόπησης οφείλει, κατόπιν αιτήματος της Μόνιμης Επιτροπής Θεσμών και Διαφάνειας της Βουλής, να παρέχει σε αυτήν συμπληρωματικές πληροφορίες σχετικά με:

α. το κόστος διενέργειας της δημοσκόπησης και τον τρόπο κάλυψης του,

β. τον τρόπο ελέγχου της ακρίβειας των στοιχείων και

γ. τις σταθμισμένες και μη βάσεις ποσοστών.

9. Απαγορεύεται σε οποιονδήποτε η αναφορά αποτελεσμάτων δημοσκόπησης πριν τη δημοσιοποίησή της.

10. Η επιχείρηση μέσων ενημέρωσης και ο φορέας ή η επιχείρηση δημοσκόπησης οφείλουν, πριν τη δημοσιοποίηση των στοιχείων της δημοσκόπησης, να συμφωνήσουν για τα στοιχεία της δημοσκόπησης που θα δημοσιοποιηθούν, προκειμένου να μην διαστρεβλωθούν ή με οποιονδήποτε τρόπο παραποιηθούν.

11. Σε περίπτωση δημοσίευσης ή μετάδοσης αποτελεσμάτων δημοσκόπησης από έντυπα ή ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης, χωρίς τη σύμφωνη γνώμη του φορέα ή της επιχείρησης δημοσκόπησης ως προς το περιεχόμενό τους, ο φορέας ή η επιχείρηση δημοσκόπησης δικαιούται να ζητήσει τη δημοσίευση ή μετάδοση ανακοίνωσης με



διευκρινίσεις ή διορθώσεις ως προς τη δημοσιοποιηθείσα δημοσκόπηση.

Η διευκρίνιση ή η διόρθωση πρέπει να δημοσιευθεί δωρεάν την επόμενη ημέρα από την υποβολή του σχετικού αιτήματος, στο ίδιο σημείο και με τους ίδιους τυπογραφικούς χαρακτήρες στο έντυπο ή να μεταδοθεί την ίδια ώρα και στην ίδια εκπομπή, κατά τις οποίες δημοσιεύθηκαν ή μεταδόθηκαν αντίστοιχα τα ελλιπή ή εσφαλμένα αποτελέσματα.

12. Τυχόν αναδημοσιοποίηση, εν όλω ή εν μέρει, της δημοσκόπησης πρέπει απαραίτητα να συνοδεύεται από την αναφορά της ταυτότητας της δημοσκόπησης, όπως καθορίζεται ανωτέρω.

13. Η παράβαση των διατάξεων του παρόντος άρθρου επισύρει από το Ε.Σ.Ρ., εις βάρος των ηλεκτρονικών μέσων ενημέρωσης, τις κυρώσεις που προβλέπονται στη διάταξη του άρθρου 12 του ν. 2644/1998 (ΦΕΚ 223 Α'), όπως ισχύει.

#### Άρθρο 5

##### Μητρώο Φορέων και Επιχειρήσεων Δημοσκοπήσεων

1. Στο Τμήμα Ελέγχου και Διαφάνειας του Ε.Σ.Ρ. τηρείται Μητρώο Φορέων και Επιχειρήσεων Δημοσκοπήσεων.

2. Κάθε φορέας ή επιχείρηση δημοσκόπησης της ημεδαπής πρέπει να είναι εγγεγραμμένος στο Μητρώο αυτό, προκειμένου να έχει τη δυνατότητα να αναλαμβάνει δημοσκοπήσεις ή κάθε άλλη έρευνα ή μέτρηση της κοινής γνώμης, πλην των αναφερομένων στο άρθρο 11 του ν. 2328/1995 (ΦΕΚ 159 Α'), όπως ισχύει, για λογαριασμό των φορέων του Δημοσίου ή του ευρύτερου δημόσιου τομέα, όπως αυτός ορίζεται κάθε φορά, καθώς και των πολιτικών κομμάτων ή συνδυασμών.

3. Οι φορείς ή οι επιχειρήσεις που εγγράφονται στο Μητρώο πρέπει να αποδέχονται εγγράφως την τήρηση των επιστημονικών μεθόδων έρευνας της αγοράς του Διεθνούς Κώδικα Δεοντολογίας για την Πρακτική της Έρευνας Αγοράς και της Κοινωνικής Έρευνας (International Code of Marketing and Social Research Practice), του

Ευρωπαϊκού Οργανισμού Κοινής Γνώμης και Έρευνας Αγοράς (ICC/ESOMAR) και του Συλλόγου Εταιρειών Δημοσκοπήσης και Έρευνας Αγοράς (Σ.Ε.Δ.Ε.Α.), καθώς και τον έλεγχο της γνησιότητας και πληρότητας των στοιχείων, σύμφωνα με τις διατάξεις του παρόντος, εφόσον αυτό τους ζητηθεί.

4. Ο έλεγχος αυτός αφορά στις δημοσκοπήσεις του παρόντος που αναθέτουν οι φορείς του Δημοσίου ή του ευρύτερου δημόσιου τομέα, όπως αυτός ορίζεται κάθε φορά, τα πολιτικά κόμματα ή συνδυασμοί και οι επιχειρήσεις μέσων ενημέρωσης, καθώς και σε κάθε άλλη έρευνα ή δημοσκόπηση που διενεργείται για λογαριασμό των φορέων του Δημοσίου ή του ευρύτερου δημόσιου τομέα, όπως αυτός ορίζεται κάθε φορά, επιφυλασσομένης της εφαρμογής του άρθρου 11 του ν. 2328/1995 (ΦΕΚ 159 Α'), όπως ισχύει.

5. α) Ο έλεγχος αυτός διενεργείται από αστική εταιρία μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, στην οποία μετέχουν ως μέλη ο Σ.Ε.Δ.Ε.Α νομίμως εκπροσωπούμενος, εκπρόσωπος άλλης αντιπροσωπευτικής οργάνωσης, της οποίας ο φορέας ή η επιχείρηση δημοσκοπήσης είναι μέλος, καθώς και εκπρόσωπος των φορέων ή των επιχειρήσεων δημοσκοπήσης, σε περίπτωση που δεν συμμετέχουν ως μέλη συλλογικού φορέα. Η αποδοχή της δήλωσης βουλήσεως μεμονωμένου φορέα ή επιχείρησης δημοσκοπήσης, προκειμένου να καταστεί μέλος της, είναι υποχρεωτική για την εταιρία.

β) Για το σκοπό αυτόν συνιστάται αστική μη κερδοσκοπική εταιρία, σκοπός της οποίας είναι ο έλεγχος της αξιοπιστίας των ανωτέρω δημοσκοπήσεων, σύμφωνα με τις διατάξεις του παρόντος νόμου.

γ) Στο πλαίσιο του ανωτέρω σκοπού, η εταιρία μπορεί να συγκροτεί επιτροπές και να προβαίνει σε κάθε άλλη ενέργεια ή δραστηριότητα αναγκαία για την επίτευξη του σκοπού της.

δ) Οι αποφάσεις που αναφέρονται στον έλεγχο λαμβάνονται κατά πλειοψηφία.

ε) Για το σκοπό αυτόν, οι φορείς ή οι επιχειρήσεις δημοσκοπήσεων υποβάλλουν προς έλεγχο, την επόμενη ημέρα από τη δημοσιοποίηση

της, όλα τα στοιχεία της δημοσκόπησης που διενήργησαν προς την αστική μη κερδοσκοπική εταιρία. Τα πορίσματα ελέγχου της εταιρίας διαβιβάζονται προς το Ε.Σ.Ρ..

στ) Η εταιρία διέπεται από τις διατάξεις του παρόντος, του καταστατικού της και συμπληρωματικώς από τις διατάξεις του Αστικού Κώδικα.

6. Το Ε.Σ.Ρ. αποφασίζει την προσωρινή διαγραφή από έναν (1) έως δώδεκα (12) μήνες, αναλόγως της βαρύτητας της παράβασης, και σε περίπτωση υποτροπής δύναται να επιβάλλει την οριστική διαγραφή του φορέα ή της επιχείρησης από το Μητρώο.

#### Άρθρο 6

##### Διαφάνεια επιχειρήσεων δημοσκοπήσεων

1. Οι επιχειρήσεις δημοσκοπήσεων υποχρεούνται να δηλώνουν την εταιρική ή μετοχική τους σύνθεση, καθώς και κάθε μεταβολή αυτής στο Τμήμα Ελέγχου Διαφάνειας του Ε.Σ.Ρ., με την κατάθεση των αναγκαίων αποδεικτικών στοιχείων. Ειδικά, για τις αλλοδαπές επιχειρήσεις δημοσκοπήσεων απαιτείται η κατάθεση υπεύθυνης δήλωσης του άρθρου 8 του ν. 1599/1986 (ΦΕΚ 75 Α'), για την εταιρική ή μετοχική τους σύνθεση.

2. α) Οι φορείς του Δημοσίου και ευρύτερου δημόσιου τομέα, όπως εκάστοτε ορίζεται, υποχρεούνται να αναρτούν στη σελίδα τους στο διαδίκτυο τις επιχειρήσεις δημοσκοπήσεων, το θέμα της δημοσκόπησης, κάθε άλλη έρευνα ή μέτρηση ή άλλη υπηρεσία ή έργο που ανέθεσαν σε φορείς ή επιχειρήσεις δημοσκοπήσεων, καθώς και το ύψος της αμοιβής τους, τηρουμένων των διατάξεων του ν. 2472/1997, όπως ισχύει.

β) Στο τέλος κάθε τριμήνου οι φορείς του Δημοσίου και ευρύτερου δημόσιου τομέα, όπως εκάστοτε ορίζεται, υποχρεούνται να αποστέλλουν τις ανωτέρω συγκεντρωτικές καταστάσεις που αφορούν στο προηγούμενο τρίμηνο προς τη Γενική Γραμματεία Επικοινωνίας - Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης (Γ.Γ.Ε. - Γ.Γ.Ε.), οι οποίες αναρτώνται

στη σελίδα της στο διαδίκτυο, τηρουμένων των διατάξεων του ν. 2472/1997, όπως ισχύει.

γ) Οι ανωτέρω καταστάσεις αποστέλλονται στο τέλος κάθε έτους από τη Γ.Γ.Ε. - Γ.Γ.Ε. στη Μόνιμη Επιτροπή Θεσμών και Διαφάνειας της Βουλής.

3. Οι φορείς ή οι επιχειρήσεις δημοσκοπήσεων οφείλουν να αναρτούν στη σελίδα τους στο διαδίκτυο όλα τα στοιχεία της δημοσκόπησης της παραγράφου 1 του άρθρου 4 του παρόντος, τηρουμένων των διατάξεων του ν. 2472/1997, όπως ισχύει.

#### Άρθρο 7

Διενέργεια και δημοσιοποίηση δημοσκοπήσεων κατά την προεκλογική περίοδο

1. «α. Μία (1) ημέρα πριν από τη διενέργεια των βουλευτικών εκλογών και έως τη 19η ώρα της ημέρας της ψηφοφορίας, απαγορεύεται η δημοσιοποίηση δημοσκοπήσεων για την πρόθεση ψήφου των εκλογέων και η καθ' οιονδήποτε τρόπο μετάδοση αποτελεσμάτων των δημοσκοπήσεων, καθώς και η καθ' οιονδήποτε τρόπο μετάδοση και αναμετάδοσή τους από τα μέσα ενημέρωσης, με οποιονδήποτε τρόπο και αν διανέμονται ή εκπέμπουν.»

\*\*\* Το εδάφιο α', όπως είχε τροποποιηθεί με την παρ. 1 του άρθρου 16 Ν.4255/2014 (ΦΕΚ Α' 89), αντικαταστάθηκε ως άνω με το άρθρο 32 παρ.1 Ν.4315/2014, ΦΕΚ Α 269/24.12.2014.

«β. Με την επιφύλαξη του προηγούμενου εδαφίου, μία (1) ημέρα πριν από τη διενέργεια των βουλευτικών εκλογών και μέχρι τη 19η ώρα της ημέρας της ψηφοφορίας, απαγορεύεται στους δημόσιους και ιδιωτικούς ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς ελεύθερης λήψης, στους φορείς παροχής συνδρομητικών ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών υπηρεσιών, σε κάθε είδους εφημερίδα και περιοδικό, καθώς και στα πολιτικά κόμματα και στους υποψηφίους, η καθ' οιονδήποτε τρόπο δημοσιοποίηση ή μετάδοση ή αναμετάδοση οποιασδήποτε έρευνας γνώμης, με οποιονδήποτε τρόπο και αν διενεργείται, σχετικά με τις πολιτικές τάσεις, απόψεις και προτιμήσεις

της κοινής γνώμης, για πολιτικά κόμματα, πολιτικές θέσεις και πρόσωπα ή άλλα οικονομικά και κοινωνικά ζητήματα.»

\*\*\* Το εδάφιο β' αντικαταστάθηκε ως άνω με το άρθρο 32 παρ.2 Ν.4315/2014, ΦΕΚ Α 269/24.12.2014.

"γ. Μία (1) ημέρα πριν από τη διενέργεια των εκλογών για την ανάδειξη των μελών του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και έως τη 19η ώρα της ημέρας της ψηφοφορίας, απαγορεύεται η δημοσιοποίηση δημοσκοπήσεων για την πρόθεση ψήφου των εκλογέων και η καθ' οιονδήποτε τρόπο μετάδοση αποτελεσμάτων των δημοσκοπήσεων, καθώς και η καθ' οιονδήποτε τρόπο μετάδοση και αναμετάδοσή τους από τα μέσα ενημέρωσης, με οποιονδήποτε τρόπο και αν διανέμονται ή εκπέμπουν.

δ. Με την επιφύλαξη του προηγούμενου εδαφίου, μία (1) ημέρα πριν από τη διενέργεια των εκλογών για την ανάδειξη των μελών του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και μέχρι τη 19η ώρα της ημέρας της ψηφοφορίας, απαγορεύεται στους δημόσιους και ιδιωτικούς ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς ελεύθερης λήψης, στους φορείς παροχής συνδρομητικών ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών υπηρεσιών, σε κάθε είδους εφημερίδα και περιοδικό, καθώς και στα πολιτικά κόμματα και στους υποψηφίους, η καθ' οιονδήποτε τρόπο δημοσιοποίηση ή μετάδοση ή αναμετάδοση οποιασδήποτε έρευνας γνώμης, με οποιονδήποτε τρόπο και αν διενεργείται, σχετικά με τις πολιτικές τάσεις, απόψεις και προτιμήσεις της κοινής γνώμης, για πολιτικά κόμματα, πολιτικές θέσεις και πρόσωπα ή άλλα οικονομικά και κοινωνικά ζητήματα".

\*\*\*Τα εντός " " εδάφια γ' και δ' προστέθηκαν με την παρ. 2 του άρθρου 16 του Ν.4255/2014 (ΦΕΚ Α` 89/11.04.2014)

\*\*\* ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ: Με το άρθρο 13 Ν.3783/2009, ΦΕΚ Α` 136/7.8.2009. το άρθρο 14 Ν.3688/2008, ΦΕΚ Α 163/5.8.2008 (με την παρ.1 του οποίου ορίζεται ότι: "1. Η παράγραφος 1 του άρθρου 7 του ν. 3603/2007 (ΦΕΚ188 Α`) εφαρμόζεται μόνον όσον αφορά στην απαγόρευση δημοσιοποίησης δημοσκοπήσεων ή οποιασδήποτε

έρευνας γνώμης, με οποιονδήποτε τρόπο και αν διενεργείται, ή μετάδοσης καθ' οιονδήποτε τρόπο και αναμετάδοσης των αποτελεσμάτων τους από τα μέσα ενημέρωσης, με οποιονδήποτε τρόπο και αν διανέμονται ή εκπέμπουν, από τα πολιτικά κόμματα και υποψήφιους σχετικά με την πρόθεση ψήφου των εκλογέων για τους υποψήφιους βουλευτές κατά τη διενέργεια των βουλευτικών εκλογών.") ΚΑΤΑΡΓΗΘΗΚΕ και το άρθρο 7 Ν.3603/2007 επανήλθε σε ισχύ από 7.8.2009.

"ε. Μία (1) ημέρα πριν από τη διενέργεια του δημοψηφίσματος και έως τη 19η ώρα της ημέρας της ψηφοφορίας, απαγορεύεται η δημοσιοποίηση δημοσκοπήσεων για την πρόθεση ψήφου των εκλογέων και η καθ' οιονδήποτε τρόπο μετάδοση αποτελεσμάτων των δημοσκοπήσεων, καθώς και η καθ' οιονδήποτε τρόπο μετάδοση και αναμετάδοσή τους από τα μέσα ενημέρωσης, με οποιονδήποτε τρόπο και αν διανέμονται ή εκπέμπουν.

στ. Με την επιφύλαξη του προηγούμενου εδαφίου, μία (1) ημέρα πριν από τη διενέργεια του δημοψηφίσματος και μέχρι τη 19η ώρα της ημέρας της ψηφοφορίας, απαγορεύεται στους δημόσιους και ιδιωτικούς ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς ελεύθερης λήψης, στους φορείς παροχής συνδρομητικών ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών υπηρεσιών, σε κάθε είδους εφημερίδα και περιοδικό, καθώς και στα πολιτικά κόμματα και στους μετέχοντες στις Επιτροπές Υποστήριξης του ν. 4023/2011 (Α` 220), η καθ' οιονδήποτε τρόπο δημοσιοποίηση ή μετάδοση ή αναμετάδοση οποιασδήποτε έρευνας γνώμης, με οποιονδήποτε τρόπο και αν διενεργείται, σχετικά με τις πολιτικές τάσεις, απόψεις και προτιμήσεις της κοινής γνώμης, για πολιτικά κόμματα, πολιτικές θέσεις και πρόσωπα ή άλλα οικονομικά και κοινωνικά ζητήματα".

\*\*\*Τα εντός " " εδάφια ε και στ προστέθηκαν ως άνω με το άρθρο 2 της από 28.6.2015 ΠΝΠ (ΦΕΚ Α` 64/28.06.2015)

2. Τα αποτελέσματα των δημοσκοπήσεων, που διενεργούνται κατά την έξοδο των εκλογέων από τα εκλογικά καταστήματα κατά την ημέρα της

ψηφοφορίας, απαγορεύεται να δημοσιοποιούνται ή να μεταδίδονται καθ' οιονδήποτε τρόπο πριν την 19.00 ώρα της ημέρας αυτής.

3. Στη σύνθεση του αντιπροσωπευτικού δείγματος πρέπει να μετέχουν μόνο άτομα με ενεργό δικαίωμα ψήφου.

4. Το χρονικό διάστημα μεταξύ της έναρξης συλλογής των στοιχείων και της ημερομηνίας δημοσιοποίησης των αποτελεσμάτων της δημοσκόπησης δεν μπορεί να υπερβαίνει τις δεκαπέντε (15) ημέρες.

5. Οι παραβάτες των διατάξεων των προηγούμενων παραγράφων τιμωρούνται με φυλάκιση τουλάχιστον έξι (6) μηνών, η οποία δεν είναι δεκτική μετατροπής ή αναστολής και χρηματική ποινή από τριάντα χιλιάδες (30.000) ευρώ έως τριακόσιες χιλιάδες (300.000) ευρώ.

#### Άρθρο 8

##### Τελικές - μεταβατικές διατάξεις

1. α) Η έναρξη τήρησης του προβλεπόμενου στο Ε.Σ.Ρ. από τη διάταξη του άρθρου 5 του παρόντος Μητρώου αρχίζει δεκαπέντε (15) ημέρες μετά την έναρξη ισχύος του παρόντος νόμου.

β) Μέχρι τη σύσταση της προβλεπόμενης στην παράγραφο 5 του άρθρου 5 του παρόντος αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρείας, το Ε.Σ.Ρ. ασκεί την κυρωτική του αρμοδιότητα έναντι των επιχειρήσεων ή φορέων δημοσκόπησης, κατόπιν σχετικού ελέγχου, ο οποίος διενεργείται από τις υπηρεσίες του.

2. Οι διατάξεις του παρόντος δεν θίγουν τη διάταξη του άρθρου 11 του ν. 2328/1995, όπως ισχύει.

3. Κάθε άλλη αντίθετη διάταξη προς τις διατάξεις του παρόντος καταργείται.

## **2. ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ**

Η Γενική Συνέλευση της εταιρείας με την «ΕΛΕΓΚΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ» αποφάσισε κατά την συνεδρίαση της 14 Φεβρουάριου 2008 την σύσταση Επιτροπής Ελέγχου, σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 5 περίπτωση γ του Ν 3603/2007 και το άρθρο 17.1 του καταστατικού της.

Κατά την έκτακτη Γενική Συνέλευση της 15 Δεκεμβρίου 2008 ψηφίστηκε ομόφωνα ο παρόν Κανονισμός Λειτουργίας της Επιτροπής Ελέγχου.

#### 1. Σύσταση

Συνίσταται δια του παρόντος Επιτροπή Ελέγχου (εφεξής «η Επιτροπή») σύμφωνα με όσα ορίζονται στο άρθρο 5 παράγραφος 5 περίπτωση γ του Ν 3603/2007 και στο άρθρο 17 του Καταστατικού της εταιρείας. Η Επιτροπή απαρτίζεται από πέντε έως εννέα μέλη και τον νομικό σύμβουλο. Ένα μέλος ορίζεται πρόεδρος.

#### 2. Σκοπός

Η Επιτροπή επιλαμβάνεται του προβλεπόμενου στο νόμο ελέγχου δημοσκοπήσεων και ερευνών αγοράς (άρθρο 5 παρ. 4 του Ν 3603/2007) σύμφωνα με τις γενικές αρχές της έρευνας αγοράς και τους εκάστοτε ισχύοντες κώδικες δεοντολογίας της ESOMAR και του ΣΕΔΕΑ.

#### 3. Διάρκεια θητείας – 3. Διορισμός - Παραίτηση

Η θητεία των μελών ορίζεται διετής με δυνατότητα ανανέωσης. Τα μέλη της Επιτροπής ορίζονται με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεων η οποία λαμβάνεται με απόλυτη πλειοψηφία των παρισταμένων μελών, που δεν μπορούν να εκπροσωπούν λιγότερο του 51% του κεφαλαίου της εταιρείας. Τα μέλη της Επιτροπής παραιτούνται ελεύθερα με δήλωση που απευθύνουν στον Διαχειριστή της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεων. Σε περίπτωση παραίτησεως του Προέδρου της Επιτροπής, ο Διαχειριστής της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεως συγκαλεί, εντός δύο ημερών από την παραλαβή της δηλώσεως παραίτησεως, Γ.Σ. η οποία ορίζει νέο Πρόεδρο.

#### 4. Λειτουργία της Επιτροπής

Η Επιτροπή λειτουργεί σε ομάδες και σε εξαιρετικές περιπτώσεις, εφόσον κριθεί αναγκαίο από τον Πρόεδρό της, σε ολομέλεια. Κάθε ομάδα απαρτίζεται από τρία τουλάχιστον μέλη, τα οποία ορίζονται με απόφαση του Προέδρου της Επιτροπής. Ένα μέλος της ομάδας ορίζεται Γραμματέας.



## 5. Εκπροσώπηση

Η Επιτροπή εκπροσωπείται δια του Προέδρου της.

## 6. Αίτηση ελέγχου

Ο έλεγχος διενεργείται κατόπιν εγγράφου αιτήσεως παντός τρίτου έχοντος έννομο συμφέρον ή με πρωτοβουλία της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεων.

### 6.1 Περιεχόμενο Αίτησης

Η αίτηση ελέγχου πρέπει να περιέχει τα ακόλουθα στοιχεία:

1. Πλήρη στοιχεία του αιτούντος και συγκεκριμένα το ονοματεπώνυμο (για τα φυσικά πρόσωπα) ή την πλήρη επωνυμία (για τα νομικά πρόσωπα), την διεύθυνση κατοικίας για τα φυσικά πρόσωπα και την έδρα για τα νομικά πρόσωπα, τα τηλέφωνα επικοινωνίας, την ηλεκτρονική διεύθυνση εφόσον υπάρχει, τον ΑΦΜ και την Δ.Ο.Υ., τα στοιχεία ταυτότητας για τα φυσικά πρόσωπα και ΑΡΜΑΕ (για τις ανώνυμες εταιρείες.)
2. Τα στοιχεία της έρευνας για την οποία ζητά να διενεργηθεί έλεγχος.
3. Τα στοιχεία της επιχείρησης ή του φορέα που διενήργησε την έρευνα
4. Το φορέα (έντυπο ή ηλεκτρονικό ΜΜΕ) που δημοσιοποίησε την έρευνα
5. Την ημερομηνία δημοσίευσης ή ανακοίνωσης των αποτελεσμάτων της έρευνας.
6. Τους λόγους για τους οποίους ο αιτών ζητά να διενεργηθεί έλεγχος.
7. Προθεσμία για την υποβολή της αίτησης ελέγχου Το αίτημα ελέγχου υποβάλλεται εντός 10 εργάσιμων ημερών από την ημέρα που δημοσιεύθηκε η έρευνα ή δημοσιοποιήθηκαν τα αποτελέσματά της. Εκπρόθεσμα αιτήματα εξετάζονται μόνο εφόσον ο αιτών επικαλείται συγκεκριμένους λόγους για 3 τους οποίους δεν μπόρεσε να υποβάλει το αίτημα ελέγχου εμπρόθεσμα και οι λόγοι κριθούν βάσιμοι κατά τα κατωτέρω αναφερόμενα.

### 6.2 Εξέταση της αίτησης ελέγχου

Ο Διαχειριστής της ΕΛΕΓΚΤΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ από κοινού με τον Πρόεδρο της Επιτροπής εξετάζουν, σε πρώτο και τελευταίο βαθμό,

τα αιτήματα ελέγχου και απορρίπτον όσα είναι α) εκπρόθεσμα, β) αναπιολόγητα ή δεν εμπίπτον στις διατάξεις του άρθρου 1 του Ν 3603/2007, με αιπιολογημένη απόφαση που κοινοποιείται στον αιτούντα. Η εξέταση των αιτημάτων γίνεται εντός προθεσμίας 10 ημερών από την υποβολή τους.

### 6.3 Καταβολή ελάχιστης αμοιβής - Σύναψη συμβάσεως – Υπολογισμός Αμοιβής

Ο αιτών, το αίτημα του οποίου είναι αιπιολογημένο, υπεβλήθη εμπρόθεσμα και πληροί τις προϋποθέσεις του νόμου, οφείλει να προκαταβάλει στην ΕΛΕΓΚΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ το ποσό των 500,00 ευρώ, το οποίο συνιστά την ελάχιστη ορισθείσα αμοιβή για την διενέργεια του αιτούμενου έλεγχου από την Επιτροπή Ελέγχου.

Η Επιτροπή Ελέγχου οφείλει να υποβάλει στην Ελεγκτική Δημοσκοπήσεων, μη δεσμευτικό, προϋπολογισμό του κόστους του ελέγχου με βάση τα στοιχεία που υποβάλει ο αιτών. Η συνολική αμοιβή της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεων υπολογίζεται με βάση το χρόνο απασχόλησης των μελών της Επιτροπής και του Νομικού Συμβούλου στο πλαίσιο του συγκεκριμένου ελέγχου. Συγκεκριμένα πολλαπλασιάζονται οι ώρες απασχόλησης εκάστου μέλους της Επιτροπής και του Νομικού Συμβούλου επί το ύψος της ωριαίας αμοιβής τους, όπως αυτή προσδιορίζεται στην σχετική σύμβαση.

Εφόσον το κόστος του ελέγχου υπερβεί τον προϋπολογισμό ισχύουν τα εξής:

\*Υπέρβαση του κόστους έως 20% καταβάλλεται από τον αιτούντα ο οποίος οφείλει να αποδεχθεί την υπέρβαση αυτή εγγράφως.

\*Υπέρβαση του κόστους μεγαλύτερη του 20% πρέπει να τύχει της εγκρίσεως του Πρόεδρου της Επιτροπής και του αιτούντος.

Η Επιτροπή οφείλει επίσης 4 να αιπιολογήσει, εγγράφως, προς τον Πρόεδρο της Επιτροπής τους λόγους για τους οποίους συντελέσθηκε η υπέρβαση. Πριν την έναρξη του ελέγχου καταρτίζεται τριμερής σύμβαση μεταξύ του αιτούντος, της ΕΛΕΓΚΤΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ και της ελεγχόμενης εταιρείας με την οποία ο αιτών και η ελεγχόμενη

εταιρεία αναλαμβάνουν την υποχρέωση να καταβάλουν τα έξοδα του ελέγχου σύμφωνα με όσα ορίζονται στο άρθρο 17.5 του Καταστατικού της ΕΛΕΓΚΤΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ. Ο καταρτισθείς προϋπολογισμός επισυνάπτεται στην σύμβαση ως παράρτημα Α και αποτελεί αναπόσπαστο μέρος αυτής. Σε περίπτωση που η ελεγχόμενη εταιρεία αρνείται να υπογράψει την σύμβαση, η Ελεγκτική Δημοσκοπήσεων ενημερώνει εγγράφως το ΕΣΡ, σε περίπτωση που αρνείται ο αιτών, το αίτημα απορρίπτεται.

Η αμοιβή της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεων καταβάλλεται από τον αιτούντα πριν την παράδοση σε αυτόν του πορίσματος του ελέγχου.

Το αίτημα ελέγχου υποβάλλεται εντός 10 εργάσιμων ημερών από την ημέρα που δημοσιεύθηκε η έρευνα ή δημοσιοποιήθηκαν τα αποτελέσματά της. Εκπρόθεσμα αιτήματα εξετάζονται μόνο εφόσον ο αιτών επικαλείται συγκεκριμένους λόγους για τους οποίους δεν μπόρεσε να υποβάλει το αίτημα ελέγχου εμπρόθεσμα και οι λόγοι κριθούν βάσιμοι κατά τα κατωτέρω αναφερόμενα. Διαβίβαση του αιτήματος Ελέγχου – Συγκρότηση ομάδας ελέγχου. Αμέσως μετά την υπογραφή της προαναφερόμενης συμβάσεως και την καταβολή του ποσού των 500,00 ευρώ στο ταμείο της ΕΛΕΓΚΤΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ, ο Διαχειριστής της εταιρείας ενημερώνει τον Πρόεδρο της Επιτροπής προκειμένου ο τελευταίος να ορίσει ομάδα ελέγχου. Η σύνθεση της ομάδας ελέγχου γνωστοποιείται εγγράφως στον αιτούντα και την ελεγχόμενη εταιρεία εντός προθεσμίας 10 ημερών από την σύστασή της.

7. Διαβίβαση του αιτήματος Ελέγχου – Συγκρότηση ομάδας ελέγχου

Αμέσως μετά την υπογραφή της προαναφερόμενης συμβάσεως και την καταβολή του ποσού των 500,00 ευρώ στο ταμείο της ΕΛΕΓΚΤΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ, ο Διαχειριστής της εταιρείας ενημερώνει τον Πρόεδρο της Επιτροπής προκειμένου ο τελευταίος να ορίσει ομάδα ελέγχου. Η σύνθεση της ομάδας ελέγχου γνωστοποιείται εγγράφως στον αιτούντα και την ελεγχόμενη εταιρεία εντός προθεσμίας 10

ημερών από την σύστασή της. .

#### 8.Εξαίρεση μελών

Η ελεγχόμενη εταιρεία δικαιούται να ζητήσει την εξαίρεση ενός μέλους της Επιτροπής ή της ομάδας που έχει οριστεί α) για το οποίο έχει βάσιμη υποψία μεροληψίας ή β) το οποίο έχει αντιτιθέμενα συμφέροντα με την ελεγχόμενη εταιρεία. Η αίτηση εξαιρέσεως πρέπει να είναι αιτιολογημένη και υποβάλλεται, εντός 10 ημερών από την λήψη του εγγράφου γνωστοποίησης, από την ελεγχόμενη εταιρεία στην Ελεγκτική Δημοσκοπήσεων. Η αίτηση κρίνεται σε πρώτο και τελευταίο βαθμό από τον Διαχειριστή της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεων και τον Πρόεδρο της Επιτροπής εντός προθεσμίας 10 ημερών από την υποβολή της. Η αποδοχή και κυρίως η απόρριψη του σχετικού αιτήματος πρέπει να είναι αιτιολογημένη

9.Αρμοδιότητες του Προέδρου της Επιτροπής και του Νομικού Συμβούλου

Ο Πρόεδρος της Επιτροπής :

\*Αξιολογεί και ιεραρχεί, από κοινού με τα μέλη της Επιτροπής τα αιτήματα ελέγχου ανάλογα με το βαθμό επείγοντος και την βαρύτητα του αιτήματος.

\*Συγκροτεί ομάδες ελέγχου κατανέμοντας τις εργασίες ελέγχους ισομερώς μεταξύ των μελών της Επιτροπής.

\*Ενημερώνεται από τα μέλη κάθε ομάδας για την πορεία των ελέγχων που τους έχουν ανατεθεί.

\*Παρέχει προς τον Διαχειριστή της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεων τις αναγκαίες πληροφορίες και διευκρινίσεις όποτε αυτό του ζητηθεί σύμφωνα με όσα ορίζονται στον παρόντα κανονισμό λειτουργίας.

\*Εξετάζει από κοινού με τον Διαχειριστή της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεων τα αιτήματα ελέγχου και εξαιρέσεως κατά τα ανωτέρω αναφερόμενα.

\*Παραλαμβάνει τα πορίσματα του ελέγχου και τα σχετικά έγγραφα από τις ομάδες ελέγχου.

\*Εγκρίνει τον προϋπολογισμό και τις τυχόν υπερβάσεις αυτού σύμφωνα με τα προαναφερόμενα.

Ο Νομικός Σύμβουλος συμβουλεύει την Επιτροπή, στο πλαίσιο διενεργούμενου ελέγχου, για θέματα απορρήτου, προστασίας των προσωπικών δεδομένων ή για όποιο άλλο ζήτημα τυχόν προκύψει κατά τις εργασίες της επιτροπής.

#### 10. Αρμοδιότητες της ομάδας ελέγχου

Έκαστη ομάδα ελέγχου διενεργεί τους ανατεθειμένους σε αυτή ελέγχους γνησιότητας και πληρότητας των στοιχείων συγκεκριμένων δημοσκοπήσεων. Ο έλεγχος διενεργείται στα γραφεία της ελεγχόμενης εταιρείας, παρουσία στελεχών της. Η ομάδα ελέγχου ζητά από την ελεγχόμενη εταιρεία τα στοιχεία που αναφέρονται στο παράρτημα Α του παρόντος καθώς και όποιο άλλο στοιχείο ή διευκρίνιση κριθούν απαραίτητα για την διενέργεια του ελέγχου. Ο Γραμματέας της ομάδας καταγράφει τα βήματα του ελέγχου, τις διαπιστώσεις του ελέγχου, τις τυχόν παρατηρήσεις ή θέσεις της ελεγχόμενης εταιρείας και λαμβάνει αντίγραφα των εγγράφων που πιστοποιούν, κατά την άποψη της ομάδας, την παραβίαση των επιστημονικών 6 μεθόδων έρευνας αγοράς του Διεθνούς Κώδικα Δεοντολογίας για την Πρακτική της Έρευνας Αγοράς και της Κοινωνικής Έρευνας του ICC/ESOMAR και του ΣΕΔΕΑ. Μετά την ολοκλήρωση του ελέγχου, η ομάδα ενημερώνει τον Πρόεδρο της Επιτροπής Επιτροπής στον Διαχειριστή της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεων και την ελεγχόμενη εταιρεία. Τα έγγραφα που συνοδεύουν το πόρισμα παραδίδονται από τον Πρόεδρο της Επιτροπής στον Διαχειριστή της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεων σε σφραγισμένο φάκελο και τίθενται, σφραγισμένα, στο φάκελο της έρευνας..

#### 11. Πόρισμα.

Το πόρισμα συντάσσεται εγγράφως και συνοδεύεται από τα αναγκαία, κατά περίπτωση έγγραφα, ήτοι τα πρακτικά του ελέγχου και τα στοιχεία που τυχόν έχουν ληφθεί από την εταιρεία. Το πόρισμα του

ελέγχου παραδίδεται από τον Πρόεδρο της Επιτροπής στον Διαχειριστή της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεων και την ελεγχόμενη εταιρεία. Τα έγγραφα που συνοδεύουν το πόρισμα παραδίδονται από τον Πρόεδρο της Επιτροπής στον Διαχειριστή της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεων σε σφραγισμένο φάκελο και τίθενται, σφραγισμένα, στο φάκελο της έρευνας..

Εφόσον η Επιτροπή διαπιστώνει παράβαση των επιστημονικών μεθόδων έρευνας αγοράς του Διεθνούς Κώδικα Δεοντολογίας για την Πρακτική της Ερευνάς Αγοράς και της Κοινωνικής Έρευνας του ICC/ESOMAR και του ΣΕΔΕΑ, ο Διαχειριστής της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεων διαβιβάζει το πόρισμα στο Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης .

#### 12.Γνωστοποίηση Πορίσματος στα εμπλεκόμενα μέρη

Το πόρισμα του ελέγχου γνωστοποιείται στον αιτούντα και την ελεγχόμενη εταιρεία. Στην περίπτωση που διαπιστώνεται παράβαση το πόρισμα γνωστοποιείται στον αιτούντα μετά την διαβίβασή του στο Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης.

#### 13.Εχεμύθεια μελών της Επιτροπής

Τα μέλη της Επιτροπής τηρούν, καθ' όλη της διάρκεια της θητείας τους και για πέντε έτη μετά την για οποιοδήποτε λόγο αποχώρησή τους από την Επιτροπή, εμπιστευτικά τα στοιχεία των οποίων έλαβαν γνώση κατά την διενέργεια ελέγχου.

#### 14.Παράδοση εγγράφων

Τα πρακτικά του ελέγχου και λοιπά έγγραφα που βρίσκονται στην κατοχή των μελών της Επιτροπής παραδίδονται σφραγισμένα από τον Πρόεδρο της Επιτροπής στον Διαχειριστή της Εταιρείας προς φύλαξη σύμφωνα με τα προαναφερόμενα. Τα μέλη της Επιτροπής απαγορεύεται να κρατούν αντίγραφα των εγγράφων αυτών.

#### Παράρτημα Α

1.Στοιχεία που υποβάλουν οι εταιρείες Δημοσκοπήσεων στην Ελεγκτική Δημοσκοπήσεων σύμφωνα με το άρθρο 5 παρ. 5α του Ν 3605/2007. Οι εταιρείες που υπάγονται στο πεδίο εφαρμογής του Ν

3603/2007 υποβάλουν στην Ελεγκτική Δημοσκοπήσεων την επομένη ημέρα από την δημοσίευση της δημοσκόπησης τα στοιχεία της δημοσκόπησης όπως αυτά ορίζονται στο άρθρο 2 παρ. 1 του ίδιου νόμου.

## 2.Μορφή υποβολής των στοιχείων

Τα στοιχεία υποβάλλονται σε ηλεκτρονική μορφή ή έντυπη μορφή. Στο συνοδευτικό έγγραφο που η εταιρεία αποστέλλει στην Ελεγκτική Δημοσκοπήσεων πρέπει να μνημονεύονται τα στοιχεία του φορέα (έντυπο ή ηλεκτρονικό ΜΜΕ) που δημοσιοποίησε την έρευνα και την ημερομηνία δημοσίευσης ή ανακοίνωσης των αποτελεσμάτων της έρευνας.

## 3. ΜΑΡΤΥΡΙΚΕΣ ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ – ΑΠΟΔΕΙΚΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

### α. Μάρτυρας κ. Θεόδωρος Χατζηπαντελής

Σύμφωνα με τον μάρτυρα κ. **Θεόδωρο Χατζηπαντελή, Πρόεδρο της Ελεγκτικής Αρχής Δημοσκοπήσεων**, εφόσον ζητηθεί από οποιοδήποτε φορέα ή νομικό ή φυσικό πρόσωπο να διενεργηθεί έλεγχος σε κάποια δημοσκοπική εταιρεία, η Αρχή έχει την υποχρέωση να συστήσει σχετική επιτροπή για να διερευνήσει την υπόθεση. Η βασική υποχρέωση εξαντλείται στο να ελέγξει η Αρχή, αν μία έρευνα η οποία έχει δημοσιοποιηθεί, είναι συμβατή με αυτά τα οποία λέει και γενικά με τις επιστημονικές αρχές.

Σε ερώτηση της Βουλευτού της Νέας Δημοκρατίας κ. Παπακώστα, για το αν διενεργείται έλεγχος σε όλες τις δημοσκοπήσεις που λαμβάνουν χώρα, ο μάρτυρας απάντησε, ότι δεν είναι δυνατόν να γίνεται έλεγχος όλων των δημοσκοπήσεων, για οποιοδήποτε θέμα και αυτές αν γίνονται. Όταν κάποιος θέλει να γίνει έλεγχος μιας έρευνας, χωρίς να

υπάρχει κανενός είδους περιορισμός σε αυτό, οποιοσδήποτε και να είναι, εφόσον προσφεύγει στην Επιτροπή και ζητά να γίνει έλεγχος αυτής της έρευνας, η Ελεγκτική Αρχή προχωρά στον ανάλογο έλεγχο. **Ο έλεγχος θα προχωρήσει μόνο κατόπιν κάποιας προσφυγής, όχι αυτεπαγγέλτως από την ίδια την Αρχή ή αυτομάτως για όλες τις δημοσκοπικές εταιρείες.** Συμπλήρωσε ακόμη, πως αν διαπιστωθεί η οποιαδήποτε παράβαση, η Αρχή δεν επιλαμβάνεται των όποιων κυρώσεων, παρά μόνον αποστέλλει το πόρισμα, αναλόγως με το που ανήκει η εταιρεία, αν επί παραδείγματι πρόκειται για μία εταιρεία που είναι στο μητρώο του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης, ενημερώνεται το ΕΣΡ και αυτό κινεί και κάνει τις διαδικασίες που ορίζει σχετικά. Αν πρόκειται για μέλος της ΣΕΔΕΑ, προφανώς ενημερώνεται και η ΣΕΔΕΑ.

Σχετικά με το αν έχουν γίνει τα τελευταία τέσσερα χρόνια, έλεγχοι της Αρχής, κατόπιν καταγγελιών, ο μάρτυρας απάντησε πως υπήρξαν μερικοί, λιγότεροι από δέκα όλη αυτή την περίοδο. Στη συνέχεια, τα πορίσματα των ελέγχων μεταβιβάστηκαν στο ΕΣΡ.

Αναφορικά με την δημοσκοπική εταιρεία Opinion Poll, σύμφωνα με τα λεγόμενα του μάρτυρα, δεν υπήρξε, τουλάχιστον τα τελευταία δυόμισι χρόνια, καμία απολύτως καταγγελία, για την εν λόγω δημοσκοπική εταιρεία ή για κάποια δημοσκόπηση που διενήργησε. Όπως τονίστηκε αρκετές φορές από τον μάρτυρα, εφόσον είχε υπάρξει καταγγελία προς την συγκεκριμένη δημοσκοπική εταιρεία, θα διενεργούνταν έλεγχος για την σχετική μέτρηση/ δημοσκόπηση την οποία θα είχε κάνει.

Σε ερώτηση του Βουλευτή του ΣΥΡΙΖΑ κ. Ραγκούση, για το αν θα έπρεπε να εξεταστεί ένα διαφορετικό θεσμικό πλαίσιο, πιο επαρκές που να δίνει περισσότερη διαφάνεια στο κομμάτι των δημοσκοπήσεων, ο κ. Χατζηπαντελής επισήμανε πως υπάρχει η δυνατότητα βελτιωτικών ρυθμίσεων, κάποιες από τις οποίες μπορεί να προτείνει και η ίδια η Αρχή προς αυτή την κατεύθυνση.



Στο κρίσιμο ζήτημα της ενδεχόμενης επιρροής της κοινής γνώμης από το αποτέλεσμα των δημοσκοπήσεων, ιδίως εκείνων που αφορούν σε πολιτικά θέματα (π.χ. εκλογές), ο μάρτυς ανέφερε:

**ΘΕΟΔΩΡΟΣ ΧΑΤΖΗΠΑΝΤΕΛΗΣ (Μάρτυς):**

*...Δηλαδή, επειδή κάποιος βλέπει ότι ο τάδε θα είναι πρώτος, το δείνα κόμμα θα κερδίσει, ο τάδε θα βγει δήμαρχος, δεν σημαίνει ότι παρασέρνεται και το κάνει. Γι' αυτό, λοιπόν, παγκοσμίως και στα συνέδρια που γίνονται της πολιτικής επιστήμης βλέπουμε ότι η επίδραση των ερευνών στην προσωπική μας συμπεριφορά, του καθενός και της καθεμιάς μας, είναι πολύ μικρή.*

*Μάλιστα κατά τη γνώμη του International Political Science Association, της IPSA, δηλαδή, που είναι η παγκόσμια εταιρεία πολιτικής επιστήμης. Έχει κατ' επανάληψη συζητηθεί στα διεθνή συνέδρια αυτό το πράγμα κι έχουμε βρει ότι η επίδρασή είναι ελάχιστη έως μηδενική. Όχι μόνο δεν καθορίζει... στον καθένα και την καθεμιά μας το ότι διαβάζουμε μια έρευνα και βλέπουμε ένα πράγμα λίγο του αλλάζει το αποτέλεσμα. Κατά μέσο όρο δε μηδέν.*

*Άρα, λοιπόν, τουλάχιστον από αυτήν την άποψη ως πολίτες, ως δημοκράτες σε αυτήν τη χώρα και στον κόσμο, δηλαδή, είμαστε μάλλον σίγουροι ότι το να βγάλει κανείς μια δημοσκόπηση και να την κατασκευάσει δεν θα τον οδηγήσει στην επιτυχία. Πιθανόν να τον οδηγήσει στο να ξοδέψει τα λεφτά του, αλλά στην επιτυχία δεν θα τον οδηγήσει. Αυτό για μένα προσωπικά, αν μου το επιτρέπετε, είναι κάτι ευτυχές.*

*Δηλαδή χαίρομαι πάρα πολύ που δεν είναι τέτοια η επίδραση των ερευνών. Αλλά βέβαια φυσικά διαμορφώνουν ένα κλίμα, βλέπουμε διάφορα πράγματα, δημιουργούν αντικείμενο συζήτησης στα μέσα ενημέρωσης. Αλλά κάνοντας μια έρευνα και βγάζοντας ένα ψεύτικο αποτέλεσμα, δεν κερδίζεις.*

Συμπλήρωσε λέγοντας πως:

**ΘΕΟΔΩΡΟΣ ΧΑΤΖΗΠΑΝΤΕΛΗΣ (Μάρτυς):**

*...δεν μπορεί μια έρευνα που θα κατασκευάσει κάποιος μόνη της να επιδράσει επί της κοινής γνώμης. Μετράμε και την ατομική συμπεριφορά, βλέπουμε τι συμβαίνει διεθνώς όχι μόνο στην Ελλάδα, και βλέπουμε ότι η επίδραση που ασκείται από τα μέσα ενημέρωσης ακόμα και από τα κοινωνικά δίκτυα είναι πάρα πολύ μικρή, σε σχέση με το αποτέλεσμα...*

Αναφερόμενος στον έλεγχο που μπορεί να διενεργήσει η Αρχή, ο μάρτυς επεσήμανε, πως, εκείνο το οποίο ελέγχει, αφορά το αν είναι επιστημονικά άρτια αυτή η έρευνα, σύμφωνη με αυτά τα οποία δηλώνει. Από το νόμο άλλωστε, υποχρεούται να υπάρχει μία ταυτότητα της έρευνας, έτσι ώστε ο κάθε πολίτης που βλέπει μία έρευνα δημοσιοποιημένη ή την ακούει στο ραδιόφωνο ή την βλέπει στην τηλεόραση, να βλέπει μία ταυτότητα και να καταλαβαίνει τι συμβαίνει. Πιο συγκεκριμένα, υπογράμμισε πως οι εταιρείες υποχρεούνται να διατηρούν αρχείο που αφορά την εκάστοτε δημοσκόπηση, εάν αυτό πρόκειται για τηλεφωνική έρευνα – ακουστικό αρχείο, αν πρόκειται για έρευνα στο διαδίκτυο-ηλεκτρονικό αρχείο και τέλος αρχείο απαντήσεων σε ερωτηματολόγια, αν αφορά τέτοια έρευνα.

Ερωτώμενος αν τα πολιτικά κόμματα μπορούν να εργαλειοποιήσουν έρευνες, ο μάρτυς απάντησε πως μπορεί να προκύψει η ευρεία διάδοση ενός αποτελέσματος έρευνας, εάν αυτό επρόκειτο να είναι προς όφελος του εν λόγω κόμματος.

Στην ερώτηση του Βουλευτή του ΣΥΡΙΖΑ κ. Κόκκαλη, για το αν διερευνάται η μεροληπτικότητα της δημοσκοπήσης από την Αρχή, ο μάρτυς ήταν σαφής ξεκαθαρίζοντας πως ελέγχεται η ακρίβεια και η ορθή προσαρμογή προς τους κανόνες δεοντολογίας, όσον αφορά τη διενέργεια, το ερωτηματολόγιο, κ.λπ. Τα υπόλοιπα θέματα, το αν δηλαδή μεροληπτεί επίτηδες κάποιος για κάτι ή αν προκαλείται κάτι, δεν μπορεί να ελεγχθεί και σύμφωνα με την γνώμη του, δεν μπορεί κανείς να το ελέγξει στην πραγματικότητα.

Πρόσθεσε ακόμα, πως αν κάποια εταιρία ενεργεί πέραν κάθε δεοντολογίας, είναι βέβαιο ότι πρέπει να είναι καταδικαστέα και θα έχει πολύ σοβαρά προβλήματα στη λειτουργία της από εκεί και μετά. Συνεπώς, αν συμβαίνει κάτι τέτοιο, αυτό μπορεί να ελεγχθεί, κατόπιν φυσικά κάποιας καταγγελίας.

## **β. Μάρτυρας κ. Αθανάσιος Κουτρομάνος**

Σύμφωνα με τη μαρτυρία του **Προέδρου του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης κ. Αθανάσιο Κουτρομάνο:**

### **ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΚΟΥΤΡΟΜΑΝΟΣ (Μάρτυς)**

*...επί των ημερών μου, επί πέντε περίπου έτη που είμαι στο ΕΣΡ, δεν υπήρξε καταγγελία...*

Σε ερωτήσεις που υποβλήθηκε ο μάρτυρας ως προς τις ελεγκτικές και εποπτικές αρμοδιότητες του ΕΣΡ επί διενεργούμενων δημοσκοπήσεων προέκυψε ότι μόλις συστάθηκε η προβλεπόμενη εκ του νόμου αστική μη κερδοσκοπική Εταιρεία ελέγχου των δημοσκοπήσεων καταργήθηκε η μεταβατική ελεγκτική αρμοδιότητα του ΕΣΡ.

Η ελεγκτική εταιρεία, εάν κατά τον διενεργηθέντα έλεγχο διαπιστώσει παραβάσεις και παρατυπίες, υποχρεούται να προσκομίσει το καταδικαστικό πόρισμά της στο ΕΣΡ το οποίο επιβάλλει κυρώσεις. Αντίθετος ισχυρισμός περί μη άσκησης εποπτείας δεν μπορεί να γίνει αποδεκτός, διότι εποπτεία, υπό την έννοια του Δημοσίου Δικαίου, δεν υφίσταται. **Συνεπώς, η κατηγορία και η διαπίστωση που διακινείται από το ΣΥΡΙΖΑ, ότι το ΕΣΡ δεν ασκεί τον εποπτικό του έργο, είναι ανυπόστατη καθώς το ΕΣΡ δεν έχει τέτοια αρμοδιότητα.** Η μόνη εκ του Νόμου υποχρέωση του ΕΣΡ είναι η τήρηση Μητρώου Φορέων και Επιχειρήσεων Δημοσκοπήσεων στο οποίο κάθε φορέας ή επιχείρηση δημοσκόπησης της ημεδαπής πρέπει να είναι εγγεγραμμένος στο Μητρώο αυτό προκειμένου να έχει τη δυνατότητα να αναλαμβάνει δημοσκοπήσεις ή κάθε άλλη έρευνα ή μέτρηση της κοινής γνώμης.

#### **γ. Μάρτυρας κ. Δημήτριος Μαύρος**

Σύμφωνα με τον κ. **Δημήτριο Μαύρο, Αντιπρόεδρο της Συλλόγου Εταιρειών Δημοσκόπησης και Έρευνας Αγοράς (ΣΕΔΕΑ),**

#### **ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΑΥΡΟΣ (Μάρτυς):**

*...η Ελλάδα έχει ένα από τα πιο αυστηρά πλαίσια παγκοσμίως, που διέπει την λειτουργία των εταιρειών δημοσκοπήσεων..*

Αρμόδιοι φορείς για την διενέργεια των ελέγχων είναι (εσωτερικά) ο ίδιος ο ΣΕΔΕΑ, ο ΠΕΣΣ (Ποιοτικός Έλεγχος Συλλογής Στοιχείων), ο οποίος ελέγχει αν έχουν υλοποιηθεί όλα τα ερωτηματολόγια, αν έχουν

τηρηθεί οι προδιαγραφές που έχει δώσει η εταιρεία ότι θα τηρήσει στον πελάτη. Διευκρίνισε ότι:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΑΥΡΟΣ (Μάρτυς):**

*...Οι εξωτερικοί έλεγχοι διενεργούνται από την Ελεγκτική Δημοσκοπήσεων και το ΕΣΡ και κάθε εταιρεία μέλος του ΣΕΔΕΑ, ελέγχεται δύο φορές το χρόνο, εκ των οποίων η μία είναι απροειδοποίητη, από ελεγκτή, ο οποίος προέρχεται από ανεξάρτητη εταιρεία...*

Στο κατά πόσο υπάρχουν περιορισμοί στην ανάληψη δημοσίων έργων από μία εταιρεία δημοσκοπήσεων, ο μάρτυρας κατέθεσε ρητά και κατηγορηματικά ότι δεν απαγορεύεται από την κείμενη νομοθεσία, μια δημοσκοπική εταιρεία, ή μια θυγατρική αυτής, να παίρνει έργο από το δημόσιο τομέα. Συμπλήρωσε μάλιστα ότι στη χώρα μας οι μέσοι όροι είναι πολύ χαμηλότεροι σε σύγκριση με την ανάληψη έργων του Δημοσίου σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες σε αναλογία περίπου 5 προς 9 (Ελλάδα προς άλλες χώρες – μέλη της ΕΕ).

Τόνισε επιπλέον, ότι το σύνολο των εγγεγραμμένων μελών στο ΣΕΔΕΑ είναι είκοσι μία εταιρείες ανεξαρτήτως δημοσκοπήσεων, εκ των οποίων όλες (και όχι μία ή δύο) έχουν συναλλαγές με το Δημόσιο σημειώνοντας ότι:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΑΥΡΟΣ (Μάρτυς):**

*...αυτό που έγινε με την Opinion Poll δεν ήταν κατ' εξαίρεση ούτε κάτι που συνέβη για πρώτη φορά στην ελληνική πραγματικότητα...*

**Απεναντίας τόνισε ότι είναι διεθνής πρακτική και δεν αντιβαίνει σε τίποτα να υπάρχουν αναθέσεις ή κρατικές εργασίες σε εταιρείες του κλάδου των δημοσκοπήσεων, αποκαλύπτοντας ότι γίνονταν κρατικές αναθέσεις από διάφορους κρατικούς φορείς επί ΣΥΡΙΖΑ.**

Στο ερώτημα για το αν είχε δημοσιευθεί η ταυτότητα της έρευνας της Opinion Poll ο μάρτυρας κατέθεσε ότι:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΑΥΡΟΣ (Μάρτυς):**

*...στο site που λέγεται «Μανιφέστο» είχε δημοσιευθεί ταυτότητα της επίμαχης έρευνας της Opinion Poll για την οποία εγκαλείται η εταιρεία από τον ΣΥΡΙΖΑ...*

Συνεπώς, σύμφωνα με τον μάρτυρα, τουλάχιστον σε ένα μέσο είχε δημοσιευθεί ταυτότητα και σε κάθε περίπτωση, όπως ανέφερε:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΑΥΡΟΣ (Μάρτυς):**

*...δεν ευθύνεται μια εταιρεία δημοσκοπήσεων, αν κάποια από τα μέσα ενημέρωσης δεν αναφερθούν στην ταυτότητα και στο δείγμα και απλά βάλουν το τελικό αποτέλεσμα...*

Σύμφωνα με τον κ. Μαύρο η συγκεκριμένη έρευνα:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΑΥΡΟΣ (Μάρτυς):**

*...ελέγχθηκε μέχρι του σημείου των σταθμίσεων και στο κομμάτι συλλογής στοιχείων η εταιρεία ήταν σωστή...*

ενώ η γενική εικόνα του για την Opinion Poll είναι ότι πρόκειται για μια «απολύτως «ορατή» εταιρεία του κλάδου των δημοσκοπήσεων κοινής γνώμης.

Όσον αφορά το πλαίσιο διενέργειας μίας δημοσκόπησης, ο μάρτυρας το περιέγραψε καταθέτοντας ότι:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΑΥΡΟΣ (Μάρτυς):**

*...οι διενεργούντες μία δημοσκόπηση, ελέγχονται από supervisors, από ελεγκτές και από supervisors που κάνουν και συνακρόαση και ταυτόχρονη παρακολούθηση της οθόνης, για να μπορούν να βλέπουν τι λέει ο ερωτώμενος και τι γράφει ο ερευνητής...*

και συνεπώς προέκυψε ότι οι έλεγχοι δεν μόνο αριθμητικοί αλλά και ποιοτικοί.

Ο μάρτυς υπήρξε κατηγορηματικός στο ότι:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΑΥΡΟΣ (Μάρτυς):**

*...δεν έχει αποδειχθεί ποτέ τίποτα και εκ των έσω ότι οι εταιρείες τουλάχιστον που είναι στο ΣΕΔΕΑ δεν έχουν καμία διάθεση, δεν έχουν κίνητρο, να μπουν στη διαδικασία να χειραγωγήσουν κανέναν...*

συμπληρώνοντας πως:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΑΥΡΟΣ (Μάρτυς):**

*...δεν έχει υποπέσει στην αντίληψή μου ότι υπήρξε πουθενά δόλος προσπάθειας πραγματικής χειραγώγησης...*

Ο μάρτυρας υπήρξε ιδιαίτερα κατατοπιστικός όσον αφορά το πλαίσιο ελέγχου που εκτελεί ο ΠΕΣΣ, καταθέτοντας ότι ο τελευταίος ελέγχει κατά πόσο οι προδιαγραφές της έρευνας, σε σχέση με αυτό το οποίο υλοποιήθηκε, αν είναι σωστές, αν ανταποκρίνονται και δεν υπάρχουν σφάλματα στον αριθμό ερωτηματολογίων και τον τρόπο διενέργειας των συνεντεύξεων.

Συμπλήρωσε ακόμη ότι δεν υπήρχε τέτοιο σφάλμα στην έρευνα της Opinion Poll και μάλιστα ότι υπάρχει βεβαίωση ότι ελέγχθηκε από τον ΠΕΣΣ και ήταν σωστή.

Στο κρίσιμο ερώτημα για το αν Opinion Poll διενεργούσε δημοσκοπήσεις με αντιδεοντολογικό τρόπο, προκειμένου να παρέχει πολιτικά οφέλη στην κυβέρνηση ο κ. Μαύρος ήταν απολύτως σαφής:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΑΥΡΟΣ (Μάρτυς):**

*...δεν έχει πέσει στην αντίληψή μου, ότι η «Opinion Poll» διενεργεί δημοσκοπήσεις πέραν κάθε δεοντολογίας προκειμένου να παρέχει πολιτικά οφέλη στην Κυβέρνηση και να χειραγωγήσει κακώς, με τρόπους οι οποίοι δεν είναι σύνομοι, την κοινή γνώμη...*



Υποστήριξε ότι, την ίδια περίοδο, και άλλες δημοσκοπικές εταιρείες έβγαζαν παραπλήσια ποσοστά και στη Νέα Δημοκρατία και στον ΣΥΡΙΖΑ διευκρινίζοντας πως:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΑΥΡΟΣ (Μάρτυς):**

*...το γεγονός ότι δεν γράφτηκε ο εντολέας στην επίμαχη έρευνα, δεν επηρεάζει καθόλου το αποτέλεσμα της δημοσκόπησης ούτε αποδεικνύει ότι η δημοσκόπηση αυτή έγινε προκειμένου να χειραγωγήσει την κοινή γνώμη...*

*...*

*...δεν επηρεάζει το αν θα γράψεις ποιος είναι ο πελάτης την ουσία της υλοποίησης της έρευνας. Δεν σημαίνει ότι παραποιήθηκαν στοιχεία, επειδή δεν γράφτηκε ο πελάτης, απλά είναι τυπική παράβαση...*

Επικαλούμενος την πολύχρονη πείρα του από τον χώρο των εταιρειών δημοσκοπήσεων, κατέθεσε ότι έχει αποδειχθεί στατιστικά ότι οι εταιρείες δημοσκοπήσεων δεν μπορούν να επηρεάσουν την κοινή γνώμη. Επιπλέον δεν υπάρχει θεσμικό πλαίσιο το οποίο να απαγορεύει σε έναν δημοσκόπο να αρθρογραφεί, παραθέτοντας μάλιστα τα παραδείγματα των κ. κ. Μαραντζίδα και Ηλία Νικολακόπουλου, οι οποίοι έχουν αρθρογραφήσει πολλές φορές υπέρ συγκεκριμένης πολιτικής κατεύθυνσης.

Ερωτηθείς για τις εταιρείες Vox Pop και Bridging Europe ο κ. Μαύρος ανέφερε πως:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΑΥΡΟΣ (Μάρτυς):**

*...έχουν υπάρξει στο παρελθόν περιπτώσεις εταιρειών οι οποίες ξεκίνησαν σε μία προεκλογική περίοδο την «καριέρα» τους... (αναφερόμενος στην περίπτωση της Vox Pop)*

συμπληρώνοντας ότι δεν είναι σύνηθες φαινόμενο, αλλά είναι υπαρκτό.

Ειδικότερα και όσον αφορά την εταιρεία Vox Pop, κατέθεσε ότι η εν λόγω εταιρεία:

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΑΥΡΟΣ (Μάρτυς):**

*...δεν ήταν μέλος στο ΣΕΔΕΑ, την διηύθυνε ο κ. Σκλιάς που ήταν υποψήφιος με τον ΣΥΡΙΖΑ και όταν της ζητήθηκε να ελεγχθεί με καταγγελία αρνήθηκε επί τρεις μήνες να ελεγχθεί...*

**Περαιτέρω, η Bridging Europe, που έκανε δημοσκοπήσεις και για το ΧΩΝΙ και για την ΑΥΓΗ, δεν είχε στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση και τηλέφωνο) και δεν ήταν μέλος του ΕΣΡ. Συνεπώς, η συγκεκριμένη εταιρεία είχε το δικαίωμα να διενεργήσει δημοσκοπήσεις αλλά όχι να τις δημοσιεύει.**

Ολοκληρώνοντας την κατάθεσή του υποστήριξε επίσης ότι υπάρχει μια συστηματικότητα από τη πλευρά του ΣΥΡΙΖΑ για άσκηση κριτικής προς τις δημοσκοπήσεις. Τέλος, η συγκεκριμένη έρευνα της Opinion Poll δεν συνιστούσε έκπληξη καθώς ήταν συνεπής με το τι έβγαζε η χρονοσειρά των μετρήσεων της.

Συμπερασματικά, κατά τον μάρτυρα, δεν προκύπτει ότι η Opinion Poll διενεργούσε δημοσκοπήσεις πέραν κάθε δεοντολογίας προκειμένου να παρέχει πολιτικά οφέλη στην Κυβέρνηση και να χειραγωγεί την κοινή γνώμη. Ήταν κατηγορηματικός στο ότι δεν υπήρχε κανένας δόλος χειραγώγησης της κοινής γνώμης εκ μέρους της εταιρείας. Προς επίρρωση του ισχυρισμού του, σημείωσε ότι, την ίδια περίοδο, άλλες

δημοσκοπικές εταιρείες έβγαζαν παραπλήσια ποσοστά και στη Νέα Δημοκρατία και στον ΣΥΡΙΖΑ και τις ίδιες διαφορές, ενώ ειδικότερα η εν λόγω έρευνα ήταν συνεπής και με την χρονοσειρά των μετρήσεων της Opinion Poll.

Άξιο μνείας επίσης τυγχάνει και το γεγονός ότι ο μάρτυρας επικαλούμενος τα διδάγματα της κοινής πείρας υποστήριξε ότι, όπως έχει αποδειχθεί στατιστικά, οι εταιρείες δημοσκοπήσεων δεν έχουν την δυνατότητα να χειραγωγούν την κοινή γνώμη. Κατέθεσε δε, ότι δεν υπάρχει καμία διάταξη που να απαγορεύει σε μία εταιρεία δημοσκοπήσεων να παίρνει έργο από τον δημόσιο τομέα και σημείωσε ότι το σύνολο των εγγεγραμμένων εταιρειών δημοσκοπήσεων στο ΣΕΔΕΑ έχουν συναλλαγές με το Δημόσιο.

Ως εκ τούτου, αυτό που έγινε με την Opinion Poll δεν ήταν κατ' εξαίρεση, ούτε κάτι που συνέβη για πρώτη φορά αλλά η συνήθης πρακτική και βέβαια κατέθεσε ότι γίνονταν αναθέσεις από διάφορους κρατικούς φορείς και επί ΣΥΡΙΖΑ.

Στο ζήτημα της μη αναγραφής του εντολέα στην επίμαχη έρευνα, ο κ. Μαύρος κατέθεσε, σε επίπεδο γενικής τοποθέτησης, ότι αυτό αποτελεί μία τυπική και μόνο παράβαση που δεν επηρεάζει καθόλου το πραγματικό μέγεθος των εξαχθέντων αποτελεσμάτων και την ουσία της δημοσκόπησης. Επισήμανε πως, εάν κάποιο Μέσο Μαζικής Ενημέρωσης περιοριστεί μόνο στην δημοσίευση των αποτελεσμάτων μίας έρευνας και δεν δημοσιεύσει την ταυτότητά της (αν και αυτή βρίσκεται στην διάθεσή του ως συγκοινοποιηθείσα μαζί με την έρευνα), τότε αυτό δεν συνιστά λόγο ευθύνης της εταιρείας δημοσκοπήσεων. Στην περίπτωση της προς διερεύνηση δημοσκόπησης της Opinion Poll αυτό δεν ισχύει. Η ταυτότητα της συγκεκριμένης έρευνας δημοσιεύτηκε σε τουλάχιστον ένα μέσο και συγκεκριμένα στην ιστοσελίδα «Μανιφέστο».

#### **δ. Μάρτυρας κ. Ιωάννης Σκλίας**

Από την κατάθεση του ως άνω μάρτυρα, αλλά και το αποδεικτικό υλικό που κατατέθηκε στην Εξεταστική Επιτροπή προκύπτει ότι η **Vox Popular Analysis**, ήταν μια μονοπρόσωπη ΙΚΕ, ενός φοιτητή και συνεργάτη του Βουλευτή Χριστόφορου Βερναρδάκη και υποψήφιου Βουλευτή με τον ΣΥΡΙΖΑ, κ. Ιωάννη Σκλία. Η εταιρεία είχε μοναδικό εργαζόμενο τον ίδιο.

**Η εν λόγω ΙΚΕ δεν ήταν μέλος ούτε του ΣΕΔΕΑ ούτε της ESOMAR.** Η εταιρεία διενεργούσε υποτυπώδεις διαδικτυακές δημοσκοπήσεις χαμηλού προϋπολογισμού, βασισμένες σε ένα διεθνές λογισμικό, χωρίς call center. **Όταν της ζητήθηκε ο έλεγχος μιας «δημοσκόπησής» της, που δημοσιεύθηκε, μετά από αίτημα-καταγγελία του κ. Δ. Αλικάκου, αρνήθηκε, με πρόφαση τη μετακόμισή της και, εν τέλει, ο έλεγχος ουδέποτε διενεργήθηκε. Συνεπώς η αξιοπιστία της ουδέποτε πιστοποιήθηκε.**

Στην κατάθεση του, ο ως άνω μάρτυρας, δήλωσε πολιτικός και κοινωνικός αναλυτής. Σπούδασε πολιτικές επιστήμες στο Πανεπιστήμιο Κρήτης στο Ρέθυμνο και έκανε μεταπτυχιακό στο Έσσεξ, ενώ δεν ολοκλήρωσε το μεταπτυχιακό του στο ΑΠΘ. Την συστατική επιστολή του για το Έσσεξ την έδωσε ο καθηγητής του κ. Χ. Βερναρδάκης.

Ο μάρτυρας δήλωσε ότι έχει εργαστεί σε διάφορα ινστιτούτα και ασχολείται επαγγελματικά με την έρευνα περίπου πέντε έτη. Είναι κομματικό μέλος του ΣΥΡΙΖΑ και υποψήφιος βουλευτής του, στις Εθνικές Εκλογές του 2015 οι οποίες διενεργήθηκαν με λίστα.

Η εταιρεία Vox Popular Analysis δημιουργήθηκε στις 3-5-2018 και ολοκλήρωσε τις δραστηριότητές της τον Ιανουάριο του 2020. Σύμφωνα με τον μάρτυρα, η Vox Pop ήταν μια startup εταιρεία που δεν πήρε ποτέ

επιδότηση, δεν είχε εργαζόμενους και διεξήγαγε διαδικτυακές έρευνες μέσω της πλατφόρμας SurveyGismo που βρίσκεται στην Αμερική.

Ο μάρτυρας κατέθεσε πως δεν γνωρίζει αν η συγκεκριμένη πλατφόρμα είναι πιστοποιημένη αλλά γνωρίζει ότι τη χρησιμοποιούν μεγάλες εταιρείες που κάνουν δημοσκοπήσεις. Κατά τη διεξαγωγή των ερευνών του τηρούσε τις διαδικασίες και τον κώδικα δεοντολογίας της Esomar.

Κατέθεσε πως δεν ήθελε να κλείσει η εταιρεία καθώς τα έσοδα από αυτή ήταν το μόνο εισόδημά του, όπως όμως υποστήριξε, από τις ευρωεκλογές του 2019 και μετά δημιουργήθηκαν συνθήκες αθέμιτου ανταγωνισμού καθώς η εταιρεία του δέχτηκε μια επίθεση, που ξεπερνούσε τα όρια της κριτικής από μερίδα του Τύπου. Ο ίδιος προσπάθησε να την διατηρήσει και συμβουλευτήκε πολλούς ανθρώπους από τον χώρο του μάρκετινγκ και της διαφήμισης που γνώριζε και οι περισσότεροι του συνέστησαν να μην συνεχίσει.

Σύμφωνα με τον μάρτυρα, σκοπός της εταιρείας ήταν η εισαγωγή καινοτόμων μεθόδων στον χώρο των ερευνών προκειμένου να βρεθούν σε μεθοδολογικά ζητήματα για τα οποία υπήρχαν κάποιες αστοχίες των εταιρειών δημοσκοπήσεων να προβλέψουν αποτελέσματα την περίοδο 2010 - 2020. Αυτό ήταν ένα πρόβλημα που δεν ήταν μόνο ελληνικό αλλά σύμφωνα με το μάρτυρα έχει απασχολήσει όλο τον κλάδο σε όλο τον κόσμο.

Κατά τον μάρτυρα, οι αστοχίες αφορούσαν κυρίως περιπτώσεις που τα αποτελέσματα δημοσκοπήσεων είχαν αποκλίσεις που ξεπερνούσαν τα όρια του στατιστικού λάθους. Η αναζήτηση αυτών των λύσεων είχε ξεκινήσει από το 2015, από ομάδα εργασίας για την οποία ο μάρτυρας δεν θέλησε να απαντήσει για το ποια ήταν τα άλλα μέλη της.

**ΙΩΑΝΝΗΣ ΣΚΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Ας πούμε εγώ.*

Σύμφωνα με το μάρτυρα, η ομάδα ήταν ο ίδιος!

**Στο ερώτημα αν στην ομάδα ήταν και ο κ. Βερναρδάκης, τον οποίο είχε καθηγητή, ο μάρτυς δεν απάντησε.** Ωστόσο, ο κ. Σκλίας ζήτησε πολλές φορές τη βοήθεια του πάνω στα μεθοδολογικά ζητήματα. Ανέφερε πως είχε συχνές συναντήσεις με τον κ. Βερναρδάκη όταν ήταν Υπουργός Επικρατείας, στο Μέγαρο Μαξίμου για μεθοδολογικά ζητήματα. Καθηγητής του μάρτυρα, για τον οποίο μίλησε με τα καλύτερα λόγια, ήταν και ο μάρτυρας κ. Χατζηπαντελής.

Σύμφωνα με τον κ. Σκλία, η ομάδα που επεξεργαζόταν τα μεθοδολογικά ζητήματα ήταν μια μη στατική ομάδα:

#### **ΙΩΑΝΝΗΣ ΣΚΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Κόσμος ερχόταν και έφευγε...*

*...Ακόμα και τώρα συζητάμε με πολλούς ανθρώπους του χώρου, καθηγητές πανεπιστημίου, συμφοιτητές μου κ.λπ. Άρα δεν έχει νόημα να σας πω ακριβώς εάν σε αυτήν την ομάδα υπήρχε ο τάδε ή ο οποιοσδήποτε...*

Ο μάρτυρας ανέφερε πως στον 1,5 χρόνο λειτουργίας της, η εταιρεία διεξήγαγε τουλάχιστον 30-40 δημοσκοπήσεις. Από αυτές δημοσιεύτηκαν 6 ή 7. Οι πελάτες του ήταν υποψήφιοι δήμαρχοι, πολιτικά κόμματα, υποψήφιοι ευρωβουλευτές, υποψήφιοι περιφερειάρχες, ινστιτούτα. Ανέφερε πως δεν μπορεί να δώσει ονόματα πελατών του στην Επιτροπή αλλά θα προσκομίσει ενδεικτικά κάποια παραστατικά, τα οποία ουδέποτε έφερε εις γνώση της επιτροπής τελικώς.

Σε σχετική ερώτηση περί του τζίρου της εταιρείας ο κ. Σκλίας απάντησε πως δεν είναι σίγουρος αλλά τον υπολογίζει από 30.000 - 50.000 ευρώ.

Η εταιρεία δεν ήταν μέλος του ΣΕΔΕΑ και της ESOMAR καθώς σύμφωνα με τον μάρτυρα δεν ήταν νομικά απαραίτητο για να λειτουργήσει. Μέλος της Esomar ήταν ο ίδιος ο κ. Σκλίας, όπως κατέθεσε. Σε άλλη ερώτηση κατέθεσε ότι τελικά είναι μέλος της της Young ESOMAR Society. Δεν θυμόταν ποιος τον σύστησε για να τον εγγράψουν στην Young Esomar Society και ως εκ τούτου θα μπορούσε να τον είχε συστήσει ο κ. Βερναρδάκης Μια εταιρεία (πολιτικών και κοινωνικών ερευνών) μπορεί να λειτουργεί νόμιμα στην Ελλάδα χωρίς να είναι μέλος του ΣΕΔΕΑ, Esomar.

Η εταιρεία ήταν εγγεγραμμένη στο Μητρώο Εταιριών Δημοσκοπήσεων και Ερευνών Αγοράς του ΕΣΡ. Ο μάρτυρας κατέθεσε ότι η εταιρεία έστελνε τα στοιχεία κάθε δημοσιευμένης έρευνας στο ΕΣΡ. Όπως διευκρίνισε, για όλες τις δημοσιευμένες έρευνες προηγουμένως είχαν σταλεί προηγουμένως τα απαραίτητα παραστατικά στο Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης.

Ο μάρτυς ανέφερε πως είπε υπήρχε πρόθεση η εταιρεία του να γίνει μέλος του ΣΕΔΕΑ αλλά δεν το πραγματοποίησε α) λόγω κόστους που δεν μπορούσε να καλυφθεί, του οποίου το ύψος δεν θυμόταν τη στιγμή που ρωτήθηκε και β) επειδή η μη εγγραφή στο ΣΕΔΕΑ δεν σταματά κανέναν από το να ζητήσει κάποιον έλεγχο για μία οποιαδήποτε δημοσκόπηση.

Σε σχετική ερώτηση κατέθεσε ότι κάποιος ζήτησε να γίνει έλεγχος στην εταιρεία του από την Ελεγκτική Δημοσκοπήσεων γιατί αμφισβητήθηκε η αξιοπιστία της πρώτης έρευνας που δημοσίευσε η Voxpop αλλά η εταιρεία δεν ελέγχθηκε τελικά λόγω «παρόδου προθεσμίας».

Τον έλεγχο ζήτησε ο κ. Δ. Αλικάκος, εκπρόσωπος της διαδικτυακής εφημερίδας Ellinika Hoaxes για την δημοσκόπηση που δημοσιεύτηκε στην εφημερίδα Documento τον Ιούλιο του 2018.

Ο ίδιος δεν θυμόταν πότε ακριβώς του εστάλη η σχετική σύμβαση για να την υπογράψει προκειμένου να διενεργηθεί ο έλεγχος, θυμάται όμως ότι του εστάλη για την πρώτη έρευνα που δημοσίευσε η Νοχρορ (σελ. 203). Όπως αποδείχτηκε από τη διαδικασία ο έλεγχος ζητήθηκε να γίνει για την έρευνα που διεξήγαγε η Νοχρορ από 22 έως 28/6/2018 και δημοσιεύτηκε στην εφημερίδα Documento στις 8/7/2018.

Ο μάρτυρας υπέγραψε το συμφωνητικό για να διενεργηθεί ο έλεγχος πολύ μεταγενέστερα και συγκεκριμένα στις 13-11-2018. Η εταιρεία, κατά δήλωσή του, δεν ελέγχθηκε άμεσα γιατί όταν του εστάλη το αίτημα για να γίνει ο έλεγχος από την Ελεγκτική Δημοσκοπήσεων, η εταιρεία βρισκόταν σε μια μετάβαση έδρας, από τον Πειραιά πήγαινε στο Ελληνικό. Επειδή ο έλεγχος γίνεται στην έδρα της εταιρείας, ο κ. Σκλίας ζήτησε από την Ελεγκτική Δημοσκοπήσεων, μέχρι να ολοκληρωθεί η διαδικασία μεταφοράς έδρας να του δοθεί ένα χρονικό διάστημα πριν να υπογράψει τη σχετική σύμβαση. Όταν τελικά έγινε η αλλαγή έδρας και οικείας ΔΟΥ, δηλαδή περίπου 4 μήνες μετά, σύμφωνα με έγγραφο της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεων, που ωστόσο αμφισβητεί ο μάρτυρας, πήγε και υπέγραψε τη σύμβαση για τη διενέργεια ελέγχου.

Ωστόσο ο έλεγχος δεν έγινε, αν και σύμφωνα με το έγγραφο που προσκόμισε ο μάρτυρας και το υπογράφει ο Πρόεδρος της Ελεγκτικής Δημοσκοπήσεων, κ. Ηλίας Νικολακόπουλος: «Στις 13 Νοεμβρίου του 2018 ο εκπρόσωπος της εταιρείας Νοχρορ υπέγραψε τη σχετική σύμβαση. Αν και έχει παρέλθει εύλογο χρονικό διάστημα...» και συνεχίζει «...Η επιτροπή αποφάσισε να προχωρήσει σε διαδικασία ελέγχου έτσι ώστε να μην δημιουργηθούν οποιεσδήποτε υπόνοιες σχετικά με την μεροληπτική αντιμετώπιση και να μεταφερθεί η συζήτηση σε άγονη αντιπαράθεση περί της ερμηνείας του ευλόγου».

Σε σχετική ερώτηση περί «άγονης αντιπαράθεσης περί της ερμηνείας του ευλόγου» ο κ. Σκλίας κατέθεσε ότι ο ίδιος αμφισβήτησε την έννοια του ευλόγου γιατί ήθελε να ελεγχθεί αλλά χρειαζόταν χρόνο για να τελειώσει τις διαδικασίες αλλαγής έδρας και ακόμα δεν μπορεί να



καταλάβει γιατί δεν έγινε έλεγχος, ο οποίος σύμφωνα με έγγραφο του κ. Νικολακοπούλου προς το ΕΣΡ θα προχωρούσε.

Επίσης ανέφερε ότι δεν έχει μπορέσει να καταλάβει γιατί ο κ. Μαύρος, στην κατάθεσή του ως αντιπρόεδρος του ΣΕΔΕΑ, είπε ότι κ. Σκλίας αρνήθηκε τον έλεγχο παρά το σχετικό mail που του έστειλε.

Ο κ. Σκλίας ανέφερε πως σε ηλεκτρονικό μήνυμα που κοινοποίησε στον κ. Μαύρο στις 14/11/2018 τον ευχαριστούσε για την επανενεργοποίηση της διαδικασίας ελέγχου και του δήλωνε την ιδιαίτερη εκτίμησή του για αυτή του τη στάση και δήλωνε τη διαθεσιμότητά του για οτιδήποτε περαιτέρω χρειαστεί ή για ό,τι προκύψει στη συνέχεια της διαδικασίας.

Ο μάρτυρας τόνισε ότι ο ίδιος ζήτησε έλεγχο και για άλλη δημοσκόπηση που έκανε, από 5/8/2018 έως 8/8/2018 καθώς η εταιρεία του από δημιουργίας της δέχτηκε επίθεση, κατά την άποψή του επικοινωνιακή. Ζήτησε να ελεγχθεί, σύμφωνα με τα λεγόμενά του, από την Ελεγκτική Δημοσκοπήσεων για να υπερασπιστεί τη δουλειά του.

Σε σχετική ερώτηση για το αντικείμενο των δύο υπό συζήτηση δημοσιευμένων δημοσκοπήσεων ο μάρτυρας δήλωσε ότι δεν θυμόταν το αντικείμενο της δημοσκόπησης του Ιουλίου του 2018, καθώς δεν ήταν η πρώτη δημοσκόπηση που δημοσίευε.

Μετά από επίμονες ερωτήσεις, ο μάρτυρας ανέφερε πως είχε την εντύπωση ότι η πρώτη δημοσκόπηση για την οποία ζητήθηκε να γίνει έλεγχος αφορούσε πολιτικές τάσεις.

Σε ερωτήσεις της κ. Παπακώστα για το ίδιο θέμα ο μάρτυρας θυμήθηκε ότι αφορούσε τη διαφορά στην πρόθεση ψήφου μεταξύ ΝΔ – ΣΥΡΙΖΑ και ήταν περίπου 5,6 υπέρ της ΝΔ και με την αναγωγή θα ανέβαινε.

Αν και η μνήμη του μάρτυρα ήταν ιδιαίτερα ασθενής όσον αφορά τη δική του δημοσκόπηση, εν τούτοις θυμήθηκε «τις δημοσκοπήσεις εκείνης εποχής» και συγκεκριμένα «οι αποκλίσεις που είχαν

τουλάχιστον τρεις εταιρείες ήταν σχεδόν ταυτόσημες. «Μπορώ να θυμηθώ κάποιες δημοσκοπήσεις εκείνης της εποχής», ανέφερε.

Στις 3-10-2018 η Γραμματεία του ΣΕΔΕΑ στέλνει ηλεκτρονικό μήνυμα στον μάρτυρα, που τον ενημερώνει ότι δεν γίνει θα έλεγχος για τη 2<sup>η</sup> δημοσκόπηση που δημοσίευσε γιατί η εταιρεία του δεν υπέγραψε τη σχετική σύμβαση, ως όφειλε, για τον έλεγχο της δημοσκόπησης που δημοσίευσε το Documento 8/7/2018.

Στη συνέχεια, στις 13-11-2018, ο Πρόεδρος του ΣΕΔΕΑ. Ηλίας Νικολακόπουλος, στέλνει επιστολή προς το ΕΣΡ, την οποία κοινοποιεί στον Αντιπρόεδρο του ΔΣ ΣΕΔΕΑ κ. Μαύρο, με την οποία ενημερώνει ότι θα γίνει τελικά ο έλεγχος για τη δημοσκόπηση της Vox Pop, αν και λόγω παρόδου της εύλογης προθεσμίας, όσον αφορά το στοιχείο της επικαιρότητας, ενδέχεται να είναι αλυσιτελής και ότι το προηγούμενο έγγραφο που τους είχε στείλει δεν ισχύει.

Σε σχετική ερώτηση, ο κ. Σκλίας απάντησε ότι δεν γνώριζε τον κ. Ηλία Νικολακόπουλο:

**ΙΩΑΝΝΗΣ ΣΚΛΙΑΣ (Μάρτυς):**

*...Δεν είχα επικοινωνήσει ποτέ με τον κ. Νικολακόπουλο μέχρι τη στιγμή που μπήκα στο ΣΕΔΕΑ και ζήτησα να υπογράψω τη σύμβαση. Δεν τον είχα ξαναδεί ποτέ στη ζωή μου...*

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφερθεί ότι ο εισηγητής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Ραγκούσης προέβη σε σχετική ενημέρωση του κ. Σκλίας, «-γιατί σας αφορά προσωπικά αυτό σαν πρώην εταιρεία, μια που είπατε ότι την έχετε κλείσει τώρα την εταιρεία- πρέπει να σας πω ότι οι μεν εκπρόσωποι του ΣΕΔΕΑ -αν δεν κάνω λάθος- είπαν ότι είχαν ζητήσει κάτι τέτοιο να κάνει το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης και ο κ. Χατζηπαντελής και ο κ. Μαύρος, ο δε Πρόεδρος του Εθνικού

*Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης, όπως διάβασα ακριβώς στα Πρακτικά της κατάθεσής του, όταν ήρθε στην Επιτροπή μας, δήλωσε ότι από το 2016 δεν έχει φτάσει στα χέρια του, άρα και στα χέρια του ΕΣΡ, όσο αυτός γνωρίζει, καμία καταγγελία για εταιρεία δημοσκοπήσης» προκειμένου να τον διευκολύνει για να αποσαφηνιστεί στο μάρτυρα το νόημα των ερωτήσεων της κας Παπακώστα και να μπορέσει να απαντήσει εάν το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης τον κάλεσε κάποια φορά για οποιοδήποτε τύπου έλεγχο, που μπορεί είτε το ίδιο αυτεπάγγελτα να ζητήσει είτε γιατί το ζήτησε ο ΣΕΔΕΑ.*

Ο μάρτυρας επιβεβαίωσε τον κ. Ραγκούση λέγοντας ότι και ο ίδιος άκουσε και δεν είναι η πρώτη φορά ότι η εταιρεία VOXPOP ANALYSIS παραπέμφθηκε στο ΕΣΡ αλλά ο ίδιος δεν έχει τη δυνατότητα να έχει μεγάλη πρόσβαση στα μέσα μαζικής ενημέρωσης για να υπερασπιστεί τον εαυτό του ή την εταιρεία του.

**Ωστόσο, σύμφωνα με την κατάθεση του κ. Μαύρου στις 15-12-2021, ο ΣΕΔΕΑ είχε στείλει καταγγελία για την Voxpop και την Bridging Europe στο ΕΣΡ . Άλλωστε, όπως αποδεικνύεται από το από 5.10.2018 έγγραφο της Ελεγκτικής Εταιρείας Δημοσκοπήσεων προ το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης, τελικά είχε αποσταλεί προς το ΕΣΡ σχετικό αίτημα προκειμένου αυτό να προβεί σε σχετικές ενέργειες επιβολής κυρώσεων, καθώς ο ελεγχόμενος κ. Σκλίας, παρά την σχετική επιστολή που του είχε αποσταλεί από την Ελεγκτική Δημοσκοπήσεων στις 25.7.2019 αλλά και τις επανειλημμένες οχλήσεις μέχρι στις 5.10.2018, δεν είχε υπογράψει την σχετική σύμβαση συμφωνίας για έλεγχο. Συνεπώς και αυτός ο ισχυρισμός του ΣΥΡΙΖΑ, αλλά και του ιδίου του μάρτυρα του κ. Σκλία ήταν παντελώς ψευδείς.**

Ο κ. Ραγκούσης, καλυμμένος από την κίνηση του κ. Σκλία («Ειλικρινά μετά από αυτό το έγγραφο, νομίζω ότι δεν έχω καμία διάθεση να κάνω καμία άλλη ερώτηση στον κ. Σκλία) αισθάνθηκε την ανάγκη να κάνει ένα ακόμη ερώτημα για λόγους ισότητας («γιατί το έκανα και για την

περίπτωση της *Opinion Poll*») και αφού εξήρε τον μάρτυρα («Εγώ πραγματικά σας λέω –για να μην πω ότι σας τιμά, γιατί το θεωρώ υποχρέωσή σας- ότι κάνατε το καθήκον σας. Κάθε ένας που έχει μία εταιρεία και θεωρεί ο ίδιος ότι θίγεται η τιμή και η υπόληψη της εταιρείας, η φήμη της, που είναι όλη η περιουσιακή του κατάσταση κάτι τέτοιο, αυτό πρέπει να κάνει. Ο ίδιος να πηγαίνει και να λέει, ελάτε εδώ, άκουσα ότι μου ζητήσαν τον έλεγχο, το κάνανε; Και υπό αυτήν την έννοια, νομίζω ότι κάνατε πάρα πολύ σωστά με γνώμονα το συμφέρον και το προσωπικό και της πρώην εταιρείας σας, κύριε Σκλίας. Αυτή είναι μία δική μου πεποίθηση, γι' αυτό και το αναφέρω») ρώτησε αν ο κ. Σκλίας είχε και άλλες εταιρείες, εκτός αυτής των δημοσκοπήσεων και ερευνών αγοράς, που να έχει πάρει έργα με απευθείας ανάθεση από το ελληνικό δημόσιο.

Ο κ. Σκλίας απάντησε ότι αντικείμενο της εταιρείας του είναι μόνο οι έρευνες και ουδέποτε έχει συμβληθεί με το ελληνικό δημόσιο. Ωστόσο σε σχετικό ερώτημα του κ. Δ. Μαρκόπουλου απάντησε όσον αφορά τις κρατικές αναθέσεις ότι είχε μια ανάθεση που ήταν αίτημα προμήθειας αγαθών υπηρεσιών κ.λπ. από την Ελληνική Εταιρεία Τοπικής Αυτοδιοίκησης και Ανάπτυξης, ύψους 3.500 ευρώ χωρίς ΦΠΑ και διαθέτει το σχετικό τιμολόγιο.

Κατόπιν παρότρυνσης του κ. Ραγκούση ο μάρτυρας διευκρινίζει για τη συγκεκριμένη σύμβαση ότι, όχι μόνο «έχω κάνει διάφορες επεξεργασίες στην τοπική αυτοδιοίκηση για νομικά θέματα, για θέματα αρμοδιοτήτων, για εκλογικό νόμο κ.λπ. Πάρα πολλές επεξεργασίες. Είμαστε εταιρεία που κάνει διαδίκτυακές δημοσκοπήσεις. Αυτό μας δίνει τη δυνατότητα να παίρνουμε μεγάλα δείγματα και να μπορούμε να βλέπουμε σε ειδικούς τόπους ειδικά ζητήματα. Η ΕΕΤΑΑ εκείνη την περίοδο ήθελε να δει μια σύνδεση του ΕΣΠΑ με διάφορα άλλα ...»

Ο κ. Σκλίας σε σχετικό ερώτημα του κ. Δ. Μαρκόπουλου για το αν έχει τιμολογήσει τις συνεργασίες του με μέσα μαζικής ενημέρωσης, μέσα τα οποία έχει περιλάβει στις ταυτότητες ως τους αναθέτοντες αυτές τις

μετρήσεις απάντησε θετικά και δήλωσε ότι θα υποβάλλει τα τιμολόγια στην επιτροπή, τα οποία ουδέποτε τελικώς προσκόμισε.

Ο κ. Δ. Μαρκόπουλος ρώτησε αν είχαν υπάρξει μετρήσεις της Voxpop, οι οποίες έδιναν σε σημαντικά διαστήματα της πολιτικής της προηγούμενης μάχης, πριν τις εθνικές εκλογές και τις ευρωεκλογές, διαφορές της τάξεως της μιάμισης, των δύο ή των τρεισήμισι μονάδων και αν έπεσαν μέσα με βάση το τελικό αποτέλεσμα που ήταν 9 μονάδες διαφορά υπέρ της Ν.Δ. Ο κ. Σκλίας απάντησε πώς το ζήτημα δεν είναι η διαφορά αλλά οι τάσεις και ναι στο ποσοστό της Νέας Δημοκρατίας η διαφορά ήταν άλλη αλλά εκτιμά ότι ήταν ακριβέστεροι από όλες τις υπόλοιπες εταιρείες.

Παρά την γενικά ασθενή του μνήμη κατά τη διάρκεια της κατάθεσης του, ο μάρτυρας, όσον αφορά τις έρευνες εκείνης της περιόδου, θυμάται τελικά αρκετά: *«Για παράδειγμα, η τελευταία έρευνα που δημοσιεύθηκε στο Documento είχε τον ΣΥΡΙΖΑ στο 25,5% στην κατώτερη του τιμή και τη Νέα Δημοκρατία στο 33,1%. Έκανα ειδική αναφορά στο σημείωμα προς την εφημερίδα Documento, το οποίο, προς τιμήν της, η εφημερίδα το έγραψε, ότι η διαφορά θα μπορούσε να ήταν και 7,6% και 8%. Σε άλλο σημείωμά μου έκανα προσπάθεια να βρω την πιθανότητα νίκης ενός κόμματος. Ξέρετε, στην προηγούμενη εκλογική αναμέτρηση στην Αμερική είχαν δώσει πιθανότητα νίκης στον Τραμπ 1% οι New York τελευταία στιγμή και κέρδισε ο κ. Τραμπ. Εγώ έδωσα 91% πιθανότητα νίκης στη Νέα Δημοκρατία και 9% στο ΣΥΡΙΖΑ».*

Σύμφωνα με τον μάρτυρα το θέμα δεν είναι τα αποτελέσματα των ερευνών αλλά η παρουσίασή τους από τους δημοσιογράφους. Οι δημοσιογράφοι δεν διαβάζουν τα αποτελέσματα σωστά. *«Δεν είναι θέμα ή ζήτημα του Documento αυτό το πράγμα. Είναι όλοι οι δημοσιογράφοι».*

Όσον αφορά το γεγονός ότι τις χαμηλές διαφορές μεταξύ της ΝΔ και ΣΥΡΙΖΑ το 2015, τις έδιναν μόνο η Voxpop και η Common View, όπως

επεσήμανε ο κ. Μαρκόπουλος, ο μάρτυρας θυμάται ότι υπήρχαν εταιρείες που έδιναν πολύ μεγαλύτερες διαφορές απ' ό,τι ήταν, άλλες εταιρείες που έδιναν μικρότερες διαφορές και εταιρείες που έδιναν άλλο πρώτο κόμμα τον Σεπτέμβριο του 2015 και βγήκε άλλο κόμμα.

Ο μάρτυρας δεσμεύτηκε να καταθέσει τις σχετικές έρευνες και ανέφερε επίσης ότι είχε πρόχειρο έναν ερευνητή, που είναι πολλά χρόνια στο επάγγελμα, ο οποίος ισχυρίζεται πως, πριν τις εκλογές του Ιουλίου, η διαφορά εκλογικής επιρροής Νέας Δημοκρατίας-ΣΥΡΙΖΑ ήταν 15,5%. **Για άλλη μία φορά να επισημανθεί ότι ουδέποτε προσκόμισε ή απέστειλε ούτε αυτά τα έγγραφα στην επιτροπή.** Κατά αυτόν, προβλέπεται να υπερβεί σημαντικά την αντίστοιχη ψαλίδα των ευρωεκλογών. Σε παρόμοιο ενδεχόμενο θα πρόκειται για τη μεγαλύτερη διαφορά πρώτου και δεύτερου κόμματος που έχει καταγραφεί σε βουλευτικές εκλογές της μεταπολιτευτικής περιόδου, με εξαίρεση εκείνες του '74 και του '77, μεγαλύτερη ακόμη και από εκείνη του 1981.

**Σε ερώτηση ποια ήταν αυτή η εταιρεία, ο μάρτυρας είπε ότι θα δώσει τα στοιχεία αλλά δεν θέλει να την αναφέρει δημόσια γιατί δεν θεωρεί και δεν θέλει να πει αυτό δηλ. ότι αυτός ο άνθρωπος χειραγωγούσε την κοινή γνώμη. Ουδέποτε δόθηκαν τα στοιχεία αυτά στην επιτροπή τελικά.**

Σε σχετική ερώτηση περί της μεθοδολογίας του και αν υπάρχει σχετική πιστοποίηση της μεθοδολογίας ο κ. Σκλίας απάντησε ότι δεν έχει καταλήξει όσον αφορά τη μεθοδολογία του και επίσης ότι η ESOMAR περιγράφει τη διαδικασία στο update της για τη διαδικτυακή έρευνα.

Σε ερώτηση περί του «αθέμιτου ανταγωνισμού ως προς την εταιρεία του» απάντησε *«καμία εταιρεία σε καμία περίπτωση δεν μου έκανε καμία επίθεση, απλά θεωρώ ότι κάποια μέσα μαζικής ενημέρωσης, ως το πούμε έτσι σχηματικά, ήταν άδικο»* και ότι *«Συνθήκες αθέμιτου ανταγωνισμού με την έννοια ότι μια εταιρεία έχει μια προβολή αρνητική για πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα έναντι των υπολοίπων»*.

Σε ερώτηση αν ο ίδιος είχε ποτέ εμπλοκή στο δημοσκοπικό αναλυτικό επιτελείο του κόμματος του ΣΥΡΙΖΑ σε εκλογικές διαδικασίες, απάντησε ότι μετά το 2015 δεν είχε ποτέ.

Για τη σχέση του με τις εταιρείες Bridging Europe και Common View απάντησε ότι την Bridging Europe δεν την γνωρίζει ενώ την Common View την γνώριζε ως ένα εργαστήριο πολιτικής σκέψης, η οποία παρήγαγε επεξεργασίες για ζητήματα μεθοδολογικά. Κατά τον μάρτυρα, δεν ήταν εταιρεία η Common View αλλά ένα μάζεμα κάποιων ανθρώπων οι οποίοι συζητούσαν για τα θέματα των δημοσκοπήσεων και ως εκ τούτου δεν μπορούσε να κόβει τιμολόγια.

Όσον αφορά την αξιοπιστία των δημοσκοπήσεων, ο κ. Σκλίας ανέφερε ότι στην Ελλάδα έχουν πάει αρκετά καλά, τουλάχιστον όσο οι υπόλοιπες στον υπόλοιπο κόσμο.

Στην ερώτηση αν οι δημοσκοπήσεις της Voxrop που δημοσιεύτηκαν στα πρωτοσέλιδα της εφημερίδας Documento επηρεάζουν το μέσο αναγνώστη, απάντησε πώς το ζήτημα είναι σοβαρό και υπάρχουν δύο σχολές σκέψης: η μια άποψη είναι ότι δεν επηρεάζουν και αυτό πιστεύει και ίδιος και η άλλη ότι δημιουργεί ένα bandwagon effect.

Σε ερώτηση του κ. Γ. Τσίπρα, αν γνωρίζει να υπάρχει άλλη εταιρεία που το καλοκαίρι του 2015, έπεσε έξω είκοσι και βάλε μονάδες και να δέχτηκε επίθεση σε βάθος χρόνου από τα ΜΜΕ ο κ. Σκλίας απάντησε αρνητικά

Σχετικά με τη ολοκλήρωση της διενέργειας ελέγχου ο μάρτυρας απάντησε πώς ο κ. Νικολακόπουλος έκανε τις διαδικασίες. Η πλευρά που σταμάτησε τη διαδικασία, που δεν θέλησε να συνεχίσει τη διαδικασία ήταν η άλλη πλευρά δηλαδή η πλευρά η οποία έκανε την καταγγελία (αν λέγεται καταγγελία). *«Αποσύρθηκε από τη διαδικασία. Καταλάβατε; Ήμουν παρών και...»*

Για την γνωριμία του με τον κ. Βαξεβάνη ο μάρτυρας ανέφερε πως, επειδή η εταιρεία του είχε χαμηλή ορατότητα, προσπαθώντας να την

ανεβάσει, γνωρίστηκε με τον κ. Βαξεβάνη της εφημερίδας Documento. Μεταξύ τους έγινε μια εμπορική συμφωνία που τον συνέφερε γιατί αν και ήταν χαμηλό το αντίτιμο για την έρευνα εν τούτοις η εταιρεία του θα διαφημιζόταν μέσω της εφημερίδας. Ο μάρτυρας δεν θυμόταν το ύψος της συμφωνίας.

Ο μάρτυρας δεν θέλησε να σχολιάσει τους τίτλους με τους οποίους η εφημερίδα Documento δημοσιοποίησε τα στοιχεία της έρευνάς του τον Ιούλιο του 2018.

Στην παρατήρηση του βουλευτή κ. Παπαδημητρίου ότι στην ταυτότητα της έρευνας του, που δημοσίευσε η εφημερίδα Documento, αναφέρεται ότι αυτή έγινε δικτυακά χωρίς άλλες διευκρινίσεις και ουσιαστικά πρόκειται για μια άλλη μέθοδο, ο κ. Σκλίας συμφώνησε ότι έτσι έπρεπε να έχει γίνει.

#### **ε. Υπόμνημα οικονομικού φορέα Bridging Europe**

(Δεν φέρει κάποια υπογραφή, Δημήτρης Ραπίδης)

Αστική μη κερδοσκοπική εταιρεία (ΑΜΚΕ), αρ. 784 ΑΚ και επ.

Συστάθηκε στις 23-1-2014 , Έδρα εταιρείας Ερμού 16, Αθήνα (στοιχεία από ΓΕΜΗ)

Δημήτρης Ραπίδης: Είμαι πολιτικός επιστήμονας, επικοινωνιολόγος και δημοσιογράφος, με σπουδές στην Ελλάδα και την Ελβετία και επαγγελματικές συνεργασίες με δημοσιογραφικούς οργανισμούς, τα Ηνωμένα Έθνη, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και κέντρα ερευνών του εξωτερικού από το 2010 μέχρι σήμερα.

Σε αναρτήσεις του σε ΜΜΕ αναφέρει τον εαυτό του ως εξής «Ο Δημήτρης Ραπίδης είναι Πολιτικός Επιστήμονας και Δημοσιογράφος, συνιδρυτής του Rosa.gr– Η ανάλυση περιλαμβάνεται στην ειδική έκδοση «Γερμανικές εκλογές: Οι νέοι συσχετισμοί & η Ευρώπη», που



δημοσιεύουν το Ινστιτούτο Εναλλακτικών Πολιτικών ΕΝΑ και η ROSA)»

<https://www.ieidiseis.gr/opinions/113996/dimitris-rapidis-giati-i-aristera-kategrapse-tetoiias-ektasis-itita-sti-germania>

<https://www.athensvoice.gr/contributors/dimitris-rapidis>

Η εταιρία έχει εταίρους και μέλη. Κατά διαστήματα, η εταιρία είχε ad hoc συνεργασίες με επιστήμονες, ακαδημαϊκούς και προπτυχιακούς ή μεταπτυχιακούς φοιτητές από το εξωτερικό για τις μελέτες και τις δραστηριότητές της, ενώ στις δράσεις της συμμετείχαν και εθελοντές. Από το 2014 έχουν εκπονηθεί επιστημονικές μελέτες για την ανεργία των νέων στην ΕΕ, την προσφυγική κρίση, την οικονομική κρίση στην Ευρωζώνη, με ιδιαίτερη έμφαση στην Ελλάδα την περίοδο 2014-2016. Γλώσσα λειτουργίας της εταιρίας είναι πρωτίστως τα αγγλικά, καθώς στόχος είναι η συμμετοχή της σε ευρύτερα επιστημονικά δίκτυα και ενώσεις για την εξυπηρέτηση του ερευνητικού έργου και των δημοσιεύσεών της. Η εταιρία είναι μέλος οργανώσεων και πρωτοβουλιών όπως, μεταξύ άλλων, το Allianz Kulturstiftung, το Citizens for Europe και η Ένωση Διεθνών Οργανισμών (UIA), ενώ έχει συνεργαστεί με πολλές ευρωπαϊκές οργανώσεις, ΜΜΕ στο εξωτερικό και αντίστοιχες ΑΜΚΕ στην ΕΕ.

Η Bridging Europe δεν είναι εταιρία δημοσκοπήσεων, αλλά αστική μη κερδοσκοπική εταιρία που εκπονεί επιστημονικές έρευνες και μελέτες.

Στο πλαίσιο αυτών των επιστημονικών ερευνών και μελετών, έχει εκπονήσει πιλοτικά και έρευνες κοινής γνώμης τις οποίες δημοσίευε για λόγους επιστημονικής διαφάνειας. Η πρακτική αυτή είναι συνηθισμένη σε αντίστοιχους φορείς του εξωτερικού, ενώ υπάρχουν και πολλά πανεπιστημιακά ιδρύματα που πραγματοποιούν πιλοτικές έρευνες κοινής γνώμης με στόχο την εξέλιξη της επιστημονικής έρευνας. Η εταιρία αξιοποιούσε διαδικτυακά εργαλεία ερευνών, διαφορετικά λογισμικά poll creator και interactive poll maker tools. Οι ταυτότητες των διαδικτυακών ερευνών δεν είναι διαθέσιμες από τους παρόχους

των υπηρεσιών διαδικτυακής έρευνας μετά την διαμόρφωση του δείγματος και την ενσωμάτωση των μεταβλητών.

Στη μεγάλη πλειοψηφία των ερευνών κοινής γνώμης δεν υπήρχε ανάθεση, καθώς ήταν πιλοτικού χαρακτήρα και πραγματοποιούνταν για ερευνητικούς σκοπούς της ίδιας της εταιρίας. Η εταιρία, δηλαδή, πραγματοποιούσε πιλοτικές έρευνες κοινής γνώμης στο πλαίσιο του επιστημονικού της έργου. Πολλά ΜΜΕ αναπαρήγαγαν έρευνες κοινής γνώμης που πραγματοποιήθηκαν κυρίως το διάστημα 2015-2016.

Ανάθεση υπήρξε από την «Εφημερίδα των Συντακτών» τον Σεπτέμβριο του 2016, όπως επίσης και από την εφημερίδα «Το Χωνί» το διάστημα Σεπτέμβριος 2016 - Ιανουάριος 2017. Υπήρξε, επίσης, συνεργασία με ΜΜΕ του εξωτερικού, όπως το Al Jazeera, η El Pais και η Publico μεταξύ άλλων, που αξιοποίησαν πιλοτικές μελέτες κοινής γνώμης της εταιρίας το 2015 σε ρεπορτάζ τους για την Ελλάδα.

Η εταιρία δεν είναι μέλος του ΣΕΔΕΑ και της Esomar γιατί δεν είναι εταιρεία δημοσκοπήσεων, αλλά αστική μη κερδοσκοπική εταιρία που παράγει ερευνητικό έργο. Στο ΣΕΔΕΑ συμμετέχουν κάποιες εταιρίες δημοσκοπήσεων και μέλη της Esomar είναι επίσης εταιρίες δημοσκοπήσεων, όχι οργανισμοί και ΑΜΚΕ που παράγουν ευρύτερα ερευνητικό έργο. Στο παρελθόν υπήρξαν ανεξάρτητοι συνεργάτες που ήταν μέλη της Esomar.

Η εταιρία είναι αστική μη κερδοσκοπική εταιρία, μη κυβερνητικού χαρακτήρα και δεν έχει σχέσεις με πολιτικά κόμματα και πρόσωπα.

Η εταιρία λειτουργεί, ωστόσο οι δραστηριότητές της έχουν μειωθεί σημαντικά από το 2017. Ποτέ δεν είχε πελάτες ή οποιαδήποτε σχέση με το Δημόσιο.

Η εταιρία δεν διαθέτει call center, καθώς η πλειοψηφία των ερευνών κοινής γνώμης έχει πραγματοποιηθεί διαδικτυακά. Στις περιπτώσεις που αξιοποιήθηκε τηλεφωνικό δείγμα, έγινε με ίδια μέσα ή σε

συνεργασία με οργανισμούς στο εξωτερικό που παρείχαν αυτή τη δυνατότητα.

Περί μεθοδολογίας: Η εταιρία αξιοποιούσε διαδικτυακά εργαλεία ερευνών για την εκπόνηση των πιλοτικών ερευνών της, διαφορετικά λογισμικά τα οποία δοκίμαζε και τέσταρε στο πλαίσιο των πιλοτικών ερευνών κοινής γνώμης. Κάθε ένα από τα αντίστοιχα λογισμικά διαμορφώνονταν ad hoc στη βάση ενός συνόλου μεταβλητών (variables), ανάλογα με το πόσο μεγάλη επιθυμούσαμε να είναι η κάλυψη στοιχείων κάθε έρευνας. Μερικά από τα λογισμικά που αξιοποιήθηκαν στο παρελθόν ήταν το Mentimeter, το DirectPoll και το Crunch.

Δεν έχουμε δεχθεί έλεγχο για τις πιλοτικές έρευνες κοινής γνώμης.

#### **στ. Υπόμνημα Στέργιου Τσιαφούλη,**

Υπαλλήλου Υπουργείου Εσωτερικών, σύμφωνα με το οποίο δεν έχει καμία σχέση με την οντότητα/εταιρεία Common View.

#### **ζ. Μάρτυρας κ. Ζαχαρίας Ζούπης**

Η Εξεταστική Επιτροπή για τη διενέργεια προκαταρκτικής εξέτασης σχετικά με τη διερεύνηση της επιχείρησης πολιτικής χειραγώγησης της κοινής γνώμης, ευτελισμό των θεσμών και κατασπατάληση δημοσίου χρήματος, τέλος κάλεσε και εξέτασε, ως μάρτυρα, τον **Γενικό Διευθυντή της Opinion Poll και πολιτικό αναλυτή κ. Ζαχαρία Ζούπη.**

Από τα από 16-12-2021 Πρακτικά της Ειδικής Κοινοβουλευτικής Επιτροπής, προκύπτει ότι:

Όσον αφορά την σύσταση και την διαδρομή της εταιρείας Opinion Poll και την ένταξή της στο ΣΕΔΕΑ:

Σύμφωνα με την κατάθεση του μάρτυρα, η Opinion Poll έχει μία ιστορία δώδεκα ετών, είναι μέλος του ΕΣΡ, της ESOMAR, της WAPOR, του αντίστοιχου αμερικανικού συνδέσμου εταιρειών και του ΣΕΔΕΑ. Τόνισε ότι η ένταξη στον ΣΕΔΕΑ είναι εθελοντική και ότι *«όσες εταιρείες επιλέγουν εν γνώσει τους να είναι μέλη του ΣΕΔΕΑ σημαίνει αυτομάτως ότι θέτουν εαυτόν σε μια διαδικασία ελέγχου ανά πάσα στιγμή και τήρησης όλων των διαδικασιών».*

Ως εκ τούτου, οι υπόλοιπες εταιρείες που δεν το κάνουν, σημαίνει αντιστοίχως ότι θέτουν εαυτόν έξω τουλάχιστον από αυτόν τον τυπικό έλεγχο. Ειδικότερα για τον ΣΕΔΕΑ, είπε ότι *«όποιος εντάσσεται στον ΣΕΔΕΑ εντάσσεται σε ένα πολύ αυστηρό πλαίσιο ελέγχων»*, προσθέτοντας πως *«όταν έρθει ο ΣΕΔΕΑ, εμείς δεν ξέρουμε ποιες έρευνες θα ελέγξει»*

Για την έρευνα που διενήργησε ο ΣΕΔΕΑ, ο μάρτυρας κατέθεσε ότι για την Opinion Poll δεν έχει γίνει ποτέ καταγγελία ή ένσταση στα χρόνια της πορείας της, παρά το γεγονός ότι έχει διενεργήσει εκατοντάδες έρευνες.

Συνέχισε λέγοντας πως *«όταν ήρθαν οι ελεγκτές, αφού διάλεξαν έρευνες προς έλεγχο, τους ζητήσαμε εμείς επιπλέον, να ελέγξουν και την πιο γνωστή, πια, στην ιστορία των δημοσκοπήσεων έρευνα που έγινε στην Ελλάδα»* (εννοεί την έρευνα για την οποία ο ΣΥΡΙΖΑ εγκάλεσε την εταιρεία μετρήσεων). Συμπλήρωσε πως ο ΣΕΔΕΑ επιλήφθηκε αυτεπαγγέλτως και ότι μία εταιρεία του ΣΕΔΕΑ περνάει δυο ελέγχους στη διάρκεια του έτους, τον τακτικό και τον έκτακτο. Η μόνη παρέμβαση στο κλιμάκιο του ΣΕΔΕΑ, ήταν αυτή που του ζητήθηκε να ελέγξει, πέραν των ερευνών που είχε ήδη επιλέξει και την επίμαχη έρευνα η οποία ελέγχθηκε καθ' ολοκληρία, όπως ελέγχθηκαν

και οι άλλες έρευνες. Αναφορικά με το θέμα των σταθμίσεων κατέθεσε ότι «ποτέ δεν γίνεται έλεγχος» και ότι «το θέμα του ελέγχου της στάθμισης είναι πάρα πολύ περίεργο πράγμα, γιατί η κάθε εταιρεία έχει το δικό της know how, τα δικά της προγράμματα και άρα, ενώ είναι ένα θέμα προς συζήτηση, δεν υπάρχει εύκολη λύση. Γι' αυτό και δεν γίνεται έλεγχος στις σταθμίσεις».

Για την ταυτότητα της έρευνας και την δημοσιοποίησή της ο μάρτυρας επισήμανε πως «με το που ξεκινά μία δημοσκόπηση πριν από κάθε πίνακα υπάρχει η ταυτότητα, την οποία αυτή όπως είναι, με το που δημοσιεύτηκε, εμείς την αναρτήσαμε στο site μας, όπως είμαστε υποχρεωμένοι και τη δώσαμε στον ΣΕΔΕΑ». Μάλιστα, για λόγους προβολής, η έρευνα εστάλη με mail σε περίπου διακόσια άτομα (δημοσιογράφοι, πολιτικά πρόσωπα, πολιτικοί αναλυτές) με πλήρες τεύχος ταυτότητας. Όπως υποστήριξε ο μάρτυρας «μπορώ να αποδείξω ότι η συγκεκριμένη δημοσκόπηση έφυγε από τα χέρια μας μέσω e-mail με την ταυτότητα αναγεγραμμένη και άρα ήταν στην διακριτική ευχέρεια των μέσων που την δημοσιοποίησαν αν θα τηνβάλουν ή όχι. Και έχουν μια δυνατότητα τα site που δεν την έχουν οι εφημερίδες, ναβάλουν ένα link και ναβάλουν όλους τους πίνακες. Στους πίνακες αυτούς φαίνεται η ταυτότητα».

Συνέχισε λέγοντας πως «όταν γίνεται έλεγχος του ΣΕΔΕΑ το πρώτο πράγμα που ελέγχεται ανάμεσα στα πάρα πολλά για την έρευνα είναι η ταυτότητά της», η οποία αναγράφει διάφορα, όπως το δείγμα και άλλα. Η ταυτότητα έλεγε ότι είναι βαρόμετρο της Opinion Poll και εντολέας είναι η Opinion Poll.

Σύμφωνα με τον μάρτυρα, «είθισται δημοσκοπικές εταιρείες να κάνουν δικό τους βαρόμετρο, για δικό τους λογαριασμό και να τις δημοσιοποιούν και να τις δίνουν σε όποια μέσα ενδεχομένως ενδιαφέρονται να τις δημοσιοποιήσουν, δεν υπάρχει πρόβλημα, αρκεί να γράφεται ο εντολέας ότι μπορεί να είναι και η ίδια η εταιρεία. Δεν υπάρχει κανένα θέμα νομιμότητας». Στην συνέχεια, ο μάρτυρας

παρέθεσε έναν πίνακα με έξι ή επτά μετρήσεις λίγο πριν τη δικιά του έρευνα και λίγο μετά τις μετρήσεις του Μαΐου – Ιουνίου και υποστήριξε πως τα αποτελέσματα είναι πανομοιότυπα. Όπως είπε χαρακτηριστικά «αυτές είναι έρευνες και τα αποτελέσματα δεκαοκτώ εταιρειών που είναι όλες οι εταιρείες, ΣΕΔΕΑ και μη, που έχουν δημοσιεύσει τις μετρήσεις τους στα ΜΜΕ. Καμία αυξομείωση δεν υπήρξε». Σε άλλο σημείο της κατάθεσής του υποστήριξε πως «η ταυτότητα με το που κυκλοφόρησε η έρευνα, κατατέθηκε στον ΣΕΔΕΑ. Υπάρχει αριθμός πρωτοκόλλου και ημερομηνία. Δηλαδή, 31 κυκλοφόρησε και νομίζω 1<sup>η</sup> του μήνα -δεν ξέρω αν ήταν 2- την καταθέσαμε. Πριν υπάρξει αντίδραση, αναρτήθηκε». Επίσης τόνισε πως «εμείς κάνουμε κάθε έρευνα και τη στέλνουμε σε ένα αρχείο διακοσίων παραληπτών. Διακόσιοι παραλήπτες πήραν έρευνα με ταυτότητα. Η ημερομηνία ανάρτησης στο site της έρευνας με την ταυτότητα με τον εντολέα αποδεικνύεται γιατί το ηλεκτρονικό αποτύπωμα είναι κάτι που δεν σβήνεται. Η ημερομηνία και η ώρα κατάθεσης στο ΣΕΔΕΑ του τεύχους με την ταυτότητα και με τον εντολέα φαίνεται γιατί μας δίνουν αριθμό πρωτοκόλλου». Ακόμα, κατέθεσε ότι «εμείς την έρευνα την είχαμε στείλει και στο ΕΣΡ, αν και συνήθως δεν τη στέλναμε» και προσκόμισε δημοσίευμα της 31ης Μαΐου μέσου ενημέρωσης που έχει την έρευνα και έχει την ταυτότητα που γράφει τον εντολέα, γεγονός που αποδεικνύει ότι την πήρε, όπως την πήραν και άλλα μέσα ενημέρωσης. Όπως είπε «άλλα την βάζουν την ταυτότητα και άλλα όχι. Αυτό, όμως, δεν είναι ευθύνη μας».

**Για το εάν υπήρξαν πιέσεις από την κυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ και εάν μπορούν οι εταιρείες δημοσκοπήσεων να παίρνουν δουλειές από το δημόσιο ο μάρτυρας υποστήριξε πως υπήρξε ένα πολιτικό πλαίσιο πιέσεων από την συγκυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ- Ανεξαρτήτων Ελλήνων.**

Όπως είπε, «την περίοδο 2017-19 χλευαστήκαμε γενικότερα οι δημοσκοπικές εταιρείες. Μάλιστα, απειληθήκαμε μέχρι και με εισαγγελείς συλλήβδην οι εταιρείες. Το ένα που σκέφτομαι είναι πως ή

κάτι ενόχλησε στην έρευνα Μαΐου ή ένας λόγος είναι ότι θεωρηθήκαμε εύκολος στόχος, γιατί δεν έχουμε συνεργασία με κανάλι. Αν καταγγείλεις, για παράδειγμα, μία μέτρηση μιας εταιρείας που είχε συνεργασία με ένα από τα πέντε, έξι μεγάλα κανάλια, είναι σαν καταγγέλλεις και το κανάλι». Όπως είπε, «πράγματι το 2017-2019 ο ΣΥΡΙΖΑ, είχε μία τάση επίθεσης και αμφισβήτησης των δημοσκοπήσεων. Αυτό το 2019-2020 δεν υπήρχε. Δηλαδή υπήρχε μία παύση». Η δε χρονική αλληλουχία των επιθέσεων του ΣΥΡΙΖΑ ανέφερε ο μάρτυρας δημιουργεί συνειρμούς σημειώνοντας την εις βάρος του και της Opinion Poll ρητορική εκ μέρους του δημοσκόπου Ηλία Νικολακόπουλου, ο οποίος και ανακάλεσε. Επιπλέον, απαντώντας σε σχετική ερώτηση κατέθεσε πως «οι εταιρείες δημοσκοπήσεων μπορούν να παίρνουν δουλειές και από το δημόσιο».

Για την εταιρεία Reposition Strategy ο μάρτυρας επισήμανε πως δεν είναι θυγατρική ούτε της Opinion Poll ούτε ανήκει σε κάποιον όμιλο, ούτε έχει κοινά συμφέροντα ή κοινό πεδίο δραστηριοτήτων.

Όπως κατέθεσε, «η Reposition Strategy είναι πολύ πιο παλιά εταιρεία από την Opinion Poll. Πρέπει να έχει παρουσία στην αγορά 17-18 χρόνια. Έχει πάρει εκατοντάδες δουλειές από το δημόσιο, από ευρύτερο δημόσιο, από δήμους, από ιδιωτικό τομέα κ.λπ. Ασχολείται σαν σύμβουλος επιχειρήσεων για τεχνικά προγράμματα, σαν σύμβουλος ωρίμανσης έργων, υλοποίησης ευρωπαϊκών προγραμμάτων κ.λπ. Δεν έχει καμία σχέση με την Opinion Poll, η οποία είναι μία αμιγώς εταιρεία ερευνών και πολιτικής επικοινωνίας».

Για το εάν υπήρξε παρέμβαση στο έργο του από τον κ. Διαμαντή, ο μάρτυρας υποστήριξε πως εάν ο επιχειρηματίας κ. Διαμαντής είχε πρόθεση παρέμβασης στην δουλειά του θα είχε παραιτηθεί.

Όπως ανέφερε χαρακτηριστικά, «είναι μείζον ηθικό θέμα αξιοπιστίας και εντιμότητας. Δεν γίνεται το 2019 να παίρνουμε από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο διάκριση για τις μετρήσεις μας ενόψει ευρωεκλογών και

εθνικών και δύο χρόνια μετά να είμαστε εδώ. Επιτρέπεται ένας ιδιοκτήτης εταιρείας δημοσκοπήσεων να έχει μία άλλη εταιρεία και να παίρνει δουλειές». Παράλληλα, κατέθεσε ότι κατά μέσο όρο σε κάθε έρευνα της Opinion Poll υπάρχουν δύο επόπτες πάνω από το call center, ενώ ταυτόχρονα, υπάρχει άνθρωπος ή και άνθρωποι που κάνουν συνακρόαση.

Για την συνεργασία της Opinion Poll με τον ΣΥΡΙΖΑ, ο μάρτυρας κατέθεσε πως «το 2017 κάναμε δύο έρευνες για τον ΣΥΡΙΖΑ, για τον κ. Βερναρδάκη με μεσολάβηση του κ. Θάνου Πατσέλου, ο οποίος τότε ήταν στέλεχος της εταιρείας. Ο κ. Βερναρδάκης έδειχνε μια εμπιστοσύνη στο πρόσωπό μου και στο πρόσωπο της εταιρείας. Του έδινα δουλειές και είχαμε μια συνεργασία. Μία μέτρηση πληρώνεται σε έναν μήνα, σε δυο μήνες, σε τρεις μήνες. Δύο χρόνια είναι κάτι το οποίο δεν είναι σύνηθες. Υπήρχε νύξη και από άλλον άνθρωπο (σύμβουλος κορυφαίου Υπουργού, αρκετά κοντά στον τότε Πρωθυπουργό) που εκπροσωπούσε κάποιο κέντρο του ΣΥΡΙΖΑ για να κάνουμε περισσότερες έρευνες. Συζητήσαμε έναν αριθμό ερευνών όχι ευκαταφρόνητο. Γύρω στις είκοσι με τριάντα. Η συνεργασία αυτή πάγωσε, ίσως λόγω των ερευνών μας που έδειχναν τις διαφορές από την πλευρά μας μεγαλύτερες από τις υπόλοιπες εταιρείες».

**Για την εταιρεία Vox Pop, ο μάρτυρας ανέφερε πως «η Voxpop, έδωσε το περιθώριο να ελεγχθεί μετά από τέσσερις μήνες, στον δε χώρο που κινούμαι και στον χώρο του ΣΕΔΕΑ, όχι μόνο δεν είναι σύνηθες, είναι έξω από κάθε πλαίσιο. Την καταγγελία κατά της έρευνας της Voxpop την έκαναν τα «Ellinika Hoaxes», ο ρόλος των οποίων είναι να εντοπίζουν fake news στο όνομα του Facebook. Τι σημαίνει αυτό; Ότι τα «Ellinika Hoaxes» έκαναν καταγγελία αντιμετωπίζοντας την έρευνα σαν fake news».**



## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΗ

1. Τα κύρια χαρακτηριστικά μιας επιστημονικά τεκμηριωμένης έρευνας κοινής γνώμης οφείλουν μεταξύ άλλων τα ακόλουθα: Πρέπει να έχει κατά τεκμήριο όσο το δυνατόν αντιπροσωπευτικότερο δείγμα, άρα γενικεύσιμα συμπεράσματα, τα ερωτηματολόγια που χρησιμοποιεί και τα εργαλεία καταγραφής να είναι συμβατά με την επιστημονική τάξη και οι μέθοδοι, οι οποίες χρησιμοποιεί για την ανάλυση να είναι συμβατές με την ποιότητα και τα δεδομένα τα οποία συγκεντρώνει.

2. Για την εταιρεία Opinion Poll δεν υπήρξε καμία προσφυγή στην Ελεγκτική Αρχή Δημοσκοπήσεων ή καταγγελία σχετικά με διενεργηθείσες δημοσκοπήσεις της. Εν αντιθέσει με τις εταιρείες «Vox Pop», «Common View», όπου η Ελεγκτική Αρχή, εξέτασε θέματα και τα έστειλε στο Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης. Κατά τον Πρόεδρο της Αρχής κ. Χατζηπαντελή *«πρόκειται για ορατή εταιρεία και για την οποία ως επιτροπή δεν είχαμε ποτέ όχληση από κάποιον ή αίτημα να ασχοληθούμε με αυτήν.»* Επιπλέον, δεν υφίσταται ασυμβίβαστο διενέργειας ερευνών για λογαριασμό Δημοσίου και εταιριών δημοσκοπήσεων νομοθετικά.

3. Συγκεκριμένη καταγγελία ότι η Κυβέρνηση προσπάθησε να χειραγωγήσει τα ΜΜΕ δεν εξετάστηκε από το ΕΣΡ. Αναφορικά με τις δημοσκοπήσεις, το ΕΣΡ μπορεί να παρέμβει, όπως έχει νομολογηθεί και εφαρμόζεται το δίκαιο έως σήμερα, εφόσον η αρμόδια ελεγκτική δημοσκοπήσεων εταιρεία διαπιστώσει την ύπαρξη μιας παράβασης. Τότε απευθύνεται στο ΕΣΡ και τότε αυτό επιλαμβάνεται.

**4. Ο έλεγχος πληρότητας και αξιοπιστίας ανήκει με ρητή διάταξη Νόμου στην ελεγκτική των δημοσκοπήσεων εταιρεία.** Εκλογική δημοσιοποιούμενη δημοσκόπηση ενεργεί κάθε εταιρεία που είναι εγγεγραμμένη και στο μητρώο του ΕΣΡ. Το ΕΣΡ δεν δέχθηκε καταγγελία ότι προβλήθηκε δημοσκόπηση με τρόπο παράτυπο από ΜΜΕ.

**5.** Από τις μαρτυρικές καταθέσεις καθώς και από το σύνολο των προσκομισθέντων μετ' επικλήσεως εγγράφων, προέκυψαν επίσης τα εξής πραγματικά περιστατικά:

**Δεν έχει υπάρξει ποτέ καμία καταγγελία εις βάρος της εταιρείας Opinion Poll στα δώδεκα χρόνια της λειτουργίας της.** Η ίδια η εταιρεία επεδίωξε οικειοθελώς να εγγραφεί στον ΣΕΔΕΑ προκειμένου να ενταχθεί στο πρόδηλα αυστηρό πλαίσιο των ελέγχων που διενεργεί και μάλιστα οι άνθρωποι της Opinion Poll προέτρεψαν το κλιμάκιο ελέγχου του ΣΕΔΕΑ να ελέγξει μεταξύ άλλων και την επίμαχη έρευνα, η οποία και τελικά ελέγχθηκε εξ ολοκλήρου, χωρίς να διαπιστωθεί κάποια παρατυπία.

**Στο ζήτημα της δημοσίευσης της ταυτότητας της έρευνας, περίπου διακόσιοι αποδέκτες έλαβαν μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (mail) με πλήρες τεύχος της ταυτότητας της έρευνας, κάτι το οποίο και απεδείχθη κατά την ακροαματική διαδικασία.** Ας σημειωθεί ότι κατά την ακρόαση του μάρτυρα κ. Ζούπη αναδείχθηκε ένα πλαίσιο πιέσεων που ασκήθηκαν από την συγκυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ- Ανεξαρτήτων Ελλήνων, την περίοδο 2017 – 2019, οπότε υπήρξε μία γενικότερη στοχοποίηση των δημοσκοπικών εταιρειών και ιδιαίτερα εκείνων που φάνταζαν ως εύκολος στόχος, λόγω της μη συνεργασίας τους με κάποιον μεγάλο τηλεοπτικό σταθμό.

Κεφαλογιάννης Ιωάννης

Παπακώστα - Παλιούρα Αικατερίνη (Κατερίνα)

Ανδριανός Ιωάννης

Βρυζίδου Παρασκευή

Καιρίδης Δημήτριος

Μαρκόπουλος Δημήτριος

Μελάς Ιωάννης

Μπαρτζώκας Αναστάσιος

Μπουτσικάκης Χριστόφορος – Εμμανουήλ

Νικολακόπουλος Ανδρέας

Παπαδημητρίου Χαράλαμπος (Μπάμπης)

Σπανάκης Βασίλειος – Πέτρος

Τσαβδαρίδης Λάζαρος

Υψηλάντης Βασίλειος – Νικόλαος

Φόρτωμας Φίλιππος