



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΥΠΟΥΡΓΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ  
ΝΟΜΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΟΥ ΚΡΑΤΟΥΣ**

**ΓΝΩΜΟΔΟΤΗΣΗ υπ' αριθ. 259/2007**

**ΤΟΥ ΝΟΜΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΤΟΥ ΚΡΑΤΟΥΣ  
Γ' ΤΜΗΜΑΤΟΣ**

**Συνεδρίαση της 19-6-2007**

**Σύνθεση :**

**Πρόεδρος :**

Γεώργιος Πουλάκος, Αντιπρόεδρος Ν.Σ.Κ.

**Μέλη :**

Πασχάλης Κισσούδης, Νικόλαος Μαυρίκας, Ιωάννης Τρίαντος, Αλέξανδρος Καραγιάννης, Ηλίας Δροσογιάννης, Ιωάννης Διονυσόπουλος, Ανδρέας Χαρλαύτης, Ασημίνα Ροδοκάλη, Νομικοί Σύμβουλοι.

**Εισηγητής :**

Ανδρέας Χαρλαύτης, Νομικός Σύμβουλος.

**Αριθμός Ερωτήμ.:**

Υπ' αριθ. 36974-26784/14-11-2006 έγγραφο του Υπουργείου Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης, Γενική Δ/ση Τοπικής Αυτοδιοίκησης, Δ/ση Οικονομικών Ο.Τ.Α.

**Περίληψη Ερωτημ.:**

1. Αν μπορεί να θεωρηθεί ότι στην Κατηγορία Δ της παρ. 1 του άρθρου 15 του από 24.9/20.10.1958 Β.Δ/τος (Φ.Ε.Κ. 171<sup>Α</sup>) εντάσσεται κάθε είδους ενέργεια που πραγματοποιείται σε οποιοδήποτε χώρο (δημόσιο, δημοτικό ή ιδιωτικό) και συνεπάγεται τη μετάδοση μηνύματος οποιασδήποτε μορφής, προοριζόμενου να ενημερώσει το κοινό για την ύπαρξη ή τις ιδιότητες

ενός προϊόντος/υπηρεσίας/επιχείρησης, με σκοπό την ενίσχυση των εμπορικών συναλλαγών του.

2. Κατά πόσον δύναται να ενταχθούν στην έννοια της διαφήμισης της παραγράφου β΄ της ίδιας ως άνω κατηγορίας Δ και άλλες ενέργειες προβολής προϊόντων, πέραν των τεσσάρων διακριτά αναφερομένων (δηλ. ενοικίαση χώρων κ.λ.π.).

3. Υπόκειται στο τέλος διαφήμισης υπέρ Ο.Τ.Α. η δαπάνη που απορρέει από τη σύναψη σύμβασης μίας επιχείρησης με ευρέως αναγνωρίσιμα πρόσωπα (αθλητές, ηθοποιούς κ.λ.π.) ή γενικότερα τρίτους, για τη διαφημιστική προβολή και προώθηση των προϊόντων της, έναντι προκαθορισμένων υποχρεώσεων που ορίζονται στη σύμβαση (προβολή σήματος εταιρίας στην ενδυμασία τους, φωτογράφιση και προβολή στα ΜΜΕ με τα σήματα της εταιρίας κ.λ.π.).

4. Υπόκειται στο τέλος διαφήμισης υπέρ Ο.Τ.Α. η δαπάνη που αφορά στο επικοινωνιακό έντυπο υλικό επιχείρησης, το οποίο αναφέρεται στα προϊόντα της και διατίθεται στους συνεργάτες ή υπαλλήλους της (πωλητές ή dealers), προκειμένου να τα επιδεικνύουν στους τελικούς καταναλωτές, κατά τη διεξαγωγή της προσπάθειας πώλησής τους.



Επί των άνω ερωτημάτων το Νομικό Συμβούλιο του Κράτους γνωμοδότησε ως εξής :

**I.A.** Στο άρθρο 15 παρ. 1 κατηγορία Δ του από 24.9/20.10.1958 Β.Δ/τος, περί κωδικοποίησης εις ενιαίον κείμενον νόμου των ισχυουσών διατάξεων περί των προσόδων των δήμων και κοινοτήτων (Φ.Ε.Κ. 171 Α'), ως η κατηγορία Δ αντικαταστάθηκε στο σύνολό της από το άρθρο 9 παρ. 6<sup>α</sup> του Ν. 2880/2001 Εξυγίανση Δημόσιας Διοίκησης κ.λ.π. (Φ.Ε.Κ. 9<sup>Α</sup>) ορίζονται τα εξής :

**«Άρθρο 15**

**Τέλος διαφήμισης**

1. Επιβάλλεται υπέρ των δήμων και κοινοτήτων τέλος για κάθε διαφήμιση που γίνεται με οποιονδήποτε τρόπο και μορφή σε χώρους που βρίσκονται μέσα στα διοικητικά τους όρια. Ο συντελεστής του τέλους καθορίζεται με απόφαση του δημοτικού ή κοινοτικού συμβουλίου, κατά περιοχή και κατηγορία διαφήμισης ως εξής :

**Κατηγορία Α**

.....

**Κατηγορία Β**

.....

**Κατηγορία Γ**

.....

**Κατηγορία Δ´**

α. Για διαφημίσεις που γίνονται με ημερολόγια, δώρα, έντυπα, κάθε είδους παραστάσεις ή λέξεις σε αυτοκόλλητα ή είδη με διαφημιστικές παραστάσεις ή λέξεις ή με άλλο παρόμοιο τρόπο, καθώς και για διαφημίσεις που γίνονται από τον αέρα με οποιονδήποτε τρόπο, το τέλος ορίζεται σε ποσοστό 2% επί της δαπάνης διαφήμισης.

Τα ένθετα διαφημιστικά φυλλάδια, που διανέμονται μαζί με τις εφημερίδες και τα περιοδικά, υπόκεινται στο ανωτέρω τέλος διαφήμισης.

β. Η προβολή προϊόντων σε χώρους καταστημάτων, που γίνεται είτε με την τοποθέτησή τους σε ειδικά σημεία εντός του καταστήματος είτε με έντυπα, δώρα, επιγραφές κάθε είδους είτε με άλλο παρόμοιο τρόπο, θεωρείται διαφήμιση και υπόκειται σε τέλος διαφήμισης, βάσει των εκδιδόμενων από τα καταστήματα τιμολογίων παροχής υπηρεσιών. Το τέλος υπολογίζεται με συντελεστή 2% επί της διαφημιστικής δαπάνης που καταβάλλεται για τις πράξεις αυτές.

Προβολή προϊόντων που εντάσσεται στην παραπάνω έννοια της διαφήμισης συνιστούν οι εξής ενέργειες :

- η ενοικίαση χώρων σε ειδικά ράφια,
- η τοποθέτηση προϊόντων σε ειδικές προθήκες ή περλίπτερα,
- η διανομή δοκιμαστικών προϊόντων,
- εκδηλώσεις – εκπλήξεις («Happenings») στους χώρους του καταστήματος.....».

**Β.** Με την παρ. 5 του άρθρου 16 του ως άνω από 24-9-1958 Β.Δ/τος, όπως το άρθρο αυτό αντικαταστάθηκε από το άρθρο 9 του Ν. 1144/1981 (Φ.Ε.Κ. 96<sup>Α</sup>) ορίστηκε ότι : «η δαπάνη διαφήμισης δεν αναγνωρίζεται ως δαπάνη της διαφημιζόμενης επιχειρήσεως, προκειμένου προσδιορισμού των κερδών αυτής, των υπαγομένων εις φορολογίαν εισοδήματος, εάν δεν αποδεικνύεται η καταβολή του αναλογούντος τέλους δια τριπλοτύπου εισπράξεως του οικείου δήμου ή κοινότητας».

**Γ.** Γίνεται δεκτό (Σ.Τ.Ε. 4221/1999, 4443/2001, Δ.Ε.Α. 3286/2002) ότι όπως συνάγεται από τη λεπτομερή περιγραφή των υποκειμένων σε δημοτικό τέλος τρόπων διαφήμισης, την κατάταξή τους στις τέσσερις κατηγορίες και την πρόβλεψη ιδιαίτερου, κατά περίπτωση, ποσού και τρόπου υπολογισμού της σχετικής οφειλής, που γίνεται στο άρθρο 15 του β.δ. της 24.9/20.10.1958 ο καθορισμός των περιπτώσεων αυτών, παρά τη γενικότητα της διατύπωσης, του πρώτου εδαφίου του εν λόγω άρθρου, έχει περιοριστικό χαρακτήρα και έτσι δεν υπόκεινται σε τέλος οι διαφημίσεις εκείνες που από τον τρόπο διενέργειάς των, δεν μπορεί να υπαχθούν σε



κάποια από τις ως άνω κατηγορίες. Σημειώνεται ότι οι παραπάνω νομολογιακές παραδοχές έχουν γίνει υπό προϊσχύσασες μορφές της διατάξεως «Κατηγορία Δ» και αντιμετωπίζουν περιπτώσεις προωθήσεως πωλήσεων, δια της τοποθετήσεων των εμπορευμάτων σε εμφανή σημεία του εμπορικού καταστήματος.

II. Είναι προφανές ότι η με τις διατάξεις της παρ. 6<sup>α</sup> του άρθρου 9 του Ν. 2880/2001 τροποποίηση της μέχρι τότε ισχυούσης διατάξεως σκοπό είχε την δια νομοθετικής ρυθμίσεως περιπτωσιολογική υπαγωγή στην έννοια της διαφήμισεως ενεργειών οι οποίες, είχε αποκρουσθεί από την μέχρι τότε νομολογία, ότι συνιστούν διαφήμιση, ως μη υπαγόμενες στις περιοριστικώς αναφερόμενες περιπτώσεις των μέχρι τότε ισχυουσών διατάξεων.

A. Από τη διατύπωση της παρ. 1 του άρθρου 15 του από 24.9.1958 Β.Δ/τος «..... για κάθε διαφήμιση που γίνεται με οποιονδήποτε τρόπο και μορφή....» δεν παρέχεται έρεισμα υπαγωγής στην υποχρέωση καταβολής του τέλους των αναφερομένων στα ερωτήματα ενεργειών, ως εκ της γενικότητάς της, όπως δέχεται και η προαναφερόμενη νομολογία (Σ.τ.Ε. 4443/01, 3286/02). Έρεισμα για την υπαγωγή στην κατηγορία Δ διαφημιστικών ενεργειών παρέχεται μόνο από την διατύπωση της διατάξεως της κατηγορίας Δ α. «..... ή με άλλο παρόμοιο τρόπο.....» με τις αναφερόμενες στην περίπτωση αυτή ενέργειες (ημερολόγια, δώρα, έντυπα κ.λ.π.). Υπό την έννοια αυτή οι αναφερόμενες στο πρώτο ερώτημα, μη προσδιοριζόμενες ειδικότερα διαφημιστικές ενέργειες, μπορούν να υπαχθούν στο τέλος διαφήμισης εφ' όσον γίνονται με παρεμφερείς, ήτοι με έχουσες κοινά χαρακτηριστικά διαφημιστικές ενέργειες, με τις περιγραφόμενες στις υπό στοιχ. α πράξεις.

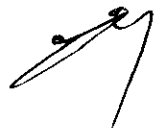
B. Επί του ειδικότερα τιθεμένου 2<sup>ου</sup> ερωτήματος αν μπορούν να ενταχθούν και άλλες, πλέον των αναφερομένων στην παρ. β της κατηγορίας Δ διαφημιστικές ενέργειες: Οι τέσσερις αναφερόμενες στο υπό στοιχ. β' της κατηγορίας Δ ενέργειες, συνάπτονται με την λειτουργία συγκεκριμένου καταστήματος, στο οποίο προσέρχεται αόριστος αριθμός προσώπων προς

διενέργεια συναλλαγών. Από την άποψη αυτή και λόγω της περιοριστικής απαρίθμησης των διαφημιστικών ενεργειών της παρ. β', δεν μπορούν να ενταχθούν στην ως άνω κατηγορία ενέργειες άλλες μη συναφείς με τη λειτουργία εμπορικού καταστήματος.

Γ. Όσον αφορά το υπ' αρ. 3 ερώτημα η απάντηση θα πρέπει να είναι σύμφωνη με όσα ανωτέρω εκτέθηκαν εάν δηλ. η αποτύπωση του σήματος της διαφημιζόμενης επιχειρήσεως στην ενδυμασία των αθλητών, η φωτογράφιση κ.λ.π. μπορούν να θεωρηθούν ενέργειες παρεμφερείς ή παρόμοιες, ήτοι περιέχουσες κοινά χαρακτηριστικά με τις αναφερόμενες υπό το στοιχ. α' της κατηγορίας Δ. Κατά την γνώμη του Τμήματος οι ενέργειες αυτές είναι δυνατόν να θεωρηθούν παρεμφερείς με τις αναγραφόμενες στη σχετική διάταξη και η σχετική διαφημιστική δαπάνη μπορεί να υπαχθεί στο τέλος διαφήμισης.

Δ. Όσον αφορά το υπ' αρ. 4 ερώτημα : Ως εκ του σκοπού της, κάθε διαφημιστική ενέργεια απευθύνεται σε όσο το δυνατό ευρύ κύκλο προσώπων, δημόσια με στόχο τον επηρεασμό τους προς μία συγκεκριμένη κατεύθυνση (γνωμ. Ν.Σ.Κ. 25/2000).

Τίθεται από το ερώτημα ότι το συγκεκριμένο έντυπο επικοινωνιακό υλικό της επιχείρησης δεν διατίθεται κατ' ευθείαν στους καταναλωτές αλλά στους υπαλλήλους της επιχείρησης προς υποβοήθηση του έργου τους. Η συγκεκριμένη δηλ. διαφημιστική ενέργεια (αν μπορούσε να χαρακτηριστεί κατ' αυτόν τον τρόπο) δεν προσομιάζει με τα διανεμόμενα από τις εφημερίδες και τα περιοδικά δωρεάν διαφημιστικά φυλλάδια στη διαφημιστική ενέργεια των οποίων υποβάλλονται ακουσίως οι καταναλωτές και η δαπάνη των οποίων ρητώς υπόκειται στο τέλος διαφήμισης. Αντιθέτως στην αναφερόμενη στο ερώτημα περίπτωση, εκουσίως περιορισμένος αριθμός καταναλωτών γίνεται αποδέκτης των εκπεμπόμενων διαφημιστικών μηνυμάτων και κατά συνέπεια η δαπάνη για την εκτύπωση τέτοιου είδους επικοινωνιακού υλικού δεν υπόκειται στο τέλος διαφήμισης υπέρ Ο.Τ.Α.



III. Κατ' ακολουθία των ανωτέρω το Νομικό Συμβούλιο του Κράτους γνωμοδοτεί ομοφώνως ότι στα τιθέμενα ερωτήματα προσήκουν οι εξής απαντήσεις :

α) Εάν η διαφημιστική ενέργεια μπορεί να θεωρηθεί ως παρεμφερής, ήτοι ως έχουσα κοινά χαρακτηριστικά με τις αναφερόμενες υπό στοιχ. α' της κατηγορίας Δ παρ. 1 του από 24.9./20.10.1958 Β.Δ., υπόκειται στο τέλος διαφήμισης υπέρ Ο.Τ.Α.

β) Για να ενταχθεί στην έννοια της διαφήμισης της παρ. β της ως άνω κατηγορίας Δ συγκεκριμένη διαφημιστική ενέργεια, πρέπει να είναι σχετική με την λειτουργία εμπορικού καταστήματος.

γ) Η διαφημιστική δαπάνη για την προβολή προϊόντων επιχειρήσεως σε ενδυμασία αθλητών και λοιπών αναγνωρίσιμων προσώπων είναι παρεμφερής διαφημιστική ενέργεια με τις αναφερόμενες στις υπό στοιχείο α' της κατηγορίας Δ διαφημιστικές ενέργειες και υπόκειται σε τέλος διαφήμισης.

δ) Η διαφημιστική δαπάνη για επικοινωνιακό υλικό που δεν διατίθεται απ' ευθείας στους καταναλωτές αλλά στη διαφημιστική ενέργεια του οποίου εκουσίως υποβάλλονται αυτοί, δεν υπόκειται σε τέλος διαφήμισης.

Θεωρήθηκε

Αθήνα, 25/6/07

Ο Πρόεδρος

Γεώργιος Πουλάκος  
Αντιπρόεδρος Ν.Σ.Κ.



Ο Εισηγητής

Ανδρέας Χαρλαύτης  
Νομικός Σύμβουλος