



Expunere de motive

Audiovizualul, presa scrisă și online sunt astăzi, în orice țară din lume, un factor de progres dar și un barometru al stării de bunăstare și al gradului de consolidare democratică la nivelul cetățenilor.

În societatea actuală, mass-media joacă un rol important, devenind o structură formatoare și comunicatoare de modele dar și o oglindă a societății, o putere crescândă și indispensabilă, cu o influență semnificativă asupra tuturor segmentelor societății.

Prezența activă a mijloacelor media se simte puternic în viața financiar-bancară, în dezvoltarea industriei, în evoluția tehnologiei, în viața politică, dar și în viața cotidiană, fiind o sursă indispensabilă de informație și divertisment. Se poate spune că în mileniul al treilea, instituțiile de presă și-au creat o industrie proprie, o rețea ce oferă servicii diverse și complexe.

De multe ori, mass-media au preluat o parte din rolul social al familiei și al instituțiilor de învățământ în procesul de educare a copiilor. Ele sunt indubitabil canale centrale de comunicare a valorilor și modelelor socio-culturale către publicul larg, voit sau implicit, și au un rol important în informare dar și în formarea gândirii și comportamentului indivizilor, cu impact deosebit mai ales asupra tinerilor.

Din păcate, după o perioadă de continuă dezvoltare timp de 19 ani, criza a lovit puternic și media românească. Multe instituții de presă pot intra în faliment până în primavara anului 2012. Semnele există de pe acum: restructurări masive și întârzieri mari la plata salariilor. Presiunea materială împinge puternic mass-media către un tip de comunicare sumară și de o calitate de multe ori îndoielnică sub multe aspecte. Relația venituri mass-media – conținut mass-media este una directă.

Când a aderat la Uniunea Europeană în 2007, țara noastră se afla pe locul 42 din toate țările monitorizate în ceea ce privește dezvoltarea presei, potrivit unui raport întocmit de "Reporterii fără frontiere". În anul 2010, ultimul an analizat, România a scăzut până la locul 50. Raportul menționează că un număr de peste 6.000 de ziariști și-au pierdut locurile de muncă de când s-a declanșat criza economică.

În prezent, situația economică nu este încurajatoare pentru presa din România!

Pe lângă miile de jurnaliști și angajați din mass-media care au fost concediați, cel puțin 58 de ziare au fost închise de la începutul crizei economice (aceasta este o informație oferită de statistica oficială).

Veniturile din publicitate au scăzut brusc pe fondul crizei economice, fapt ce a condus, inevitabil, și la creșterea vulnerabilităților, și mai ales la înmulțirea discuțiilor despre calitatea actului jurnalistic aflat acum sub o preisune teribilă: să vinzi cu orice preț tipăritura sau formatul tv.

Clienții de publicitate au achiziționat din ce în ce mai puțin spațiu publicitar la televiziuni, radiouri și ziare. Astfel, scăderea veniturilor din publicitate a lovit puternic presa din România. Pentru publisheri, veniturile din publicitate asigurau apariția publicațiilor și nu încasările din vânzarea la chioșc sau din abonamente și de aceea o soluție pentru presa scrisă a fost trecerea pe sistem online. Audiovizualul (televiziunea, radioul) trăiește în proporție de 98% din publicitate și doar 2% din venituri ce se pot obține, acolo unde este posibil, din vânzarea unor producții de emisiuni audio-video sau filme documentare proprii.

Creșterea TVA la 24% a lovit crunt structurile media. Criza a generat o lipsă de cash-flow la toate firmele care nu și-au mai permis să își facă publicitate (toate companiile încearcă să scadă la maxim cheltuielile). Din cauza TVA-ului foarte mare, de 24%, se mărește "artificial" suma de bani care este plătită pentru contracte. Acest lucru se răsfrânge negativ asupra posibilelor surse de finanțare a instituțiilor media.

În acest moment, instituțiile media suferă de **2 ori rigorile dramatice ale crizei economice din România** (în primul rând direct, ca orice societate comercială și, în al doilea rând, ca posibile beneficiare ale unor contracte de publicitate al căror număr și valoare este în continuă scădere).

Presa trebuie să îndeplinească cu succes tranziția digitală astfel încât să continue să joace tradiționalul rol de „gardian al democrației” dar și de mediu de comunicare viabil al valorilor civice. În noul mediu digital, găsirea unui echilibru între crearea de structuri noi și viabile în sector și păstrarea actului jurnalistic de calitate constituie aspectul cheie al acestui cadru în schimbare.

O presă săracă înseamnă de multe ori o presă dependentă de politic sau o evadare spre tabloidizare, amândouă variantele fiind semnale pentru un viitor nu foarte fericit. Avem nevoie de o presă viguroasă, independentă financiar și care să fie sprijinul statului de drept împotriva corupției și imposturii.

Statele membre ale UE au posibilitatea de a aplica o rată redusă a TVA (9%) ziarelor și periodicelor prevăzute la categoria 6 din anexa III la Directiva 2006/112/CE. De asemenea acest lucru este permis și pentru audiovizual.

Considerăm că se impune ca publicitatea prin presă să beneficieze începând cu anul 2012 de un TVA scăzut în valoare de 9%. Revigorarea acestui sector va asigura, printre altele, și evoluția spre normalitate a democrației

în România, dar va permite crearea a mii de noi locuri pe piața muncii din România care este atât de fragilă.

Industria IT a beneficiat și ea, la momentul potrivit, de facilități asemănătoare, fapt care a salvat mii de firme de la faliment și a dus la angajarea cu contract de muncă a sute de specialiști. Mai mult a transformat piața de IT într-un lider al economiei românești. Acest lucru trebuie să se ia în considerare și pentru industria media! Dacă pentru o industrie ca cea de IT e vorba de o alegere de priorități economice pentru dezvoltarea țării, susținerea industriei de media e o alegere esențială de susținere și dezvoltarea a democrației participative românești.

Miile de șomeri din zona media care se profilează că vor apărea în anul 2012 vor îngroșa semnificativ numărul șomerilor, numărul celor asistați sociali, grevând puternic bugetul asigurărilor sociale de stat.

Propunem acest act normativ cu bună credință și având convingerea că este un pas obligatoriu spre recunoașterea importanței păstrării libertății de exprimare, singurului câștig cert obținut după revoluție.

Am propus acest act normativ după ce am avut discuții numeroase cu structurile sindicale și patronale din domeniu, la nivel local, regional și național.

Am purtat de asemenea discuții și cu Clubul Român de Presă.

În ceea ce privește costul pe plan economico-financiaro-bugetar a acestei măsuri, atragem atenția că actul normativ își propune să intre în vigoare în exercițiul bugetar următor adoptării sale, iar dacă ar trebui indicate totuși surse de compensare, sugerăm ca acestea ar putea fi asigurate din prevalări suplimentare din veniturile obținute de Loteria Națională sau din impozitarea suplimentară a jocurilor de noroc.

Dacă presa moare, se vor închide pe orizontală și alte unități interdependente de acest sector, așa încât costul „scăderii tva de la 24% la 9% pentru contractele de publicitate prin presă” este compensat, credem noi, într-o măsură suficientă de asigurarea traversării mai ușoare a crizei economice și morale din România de către unul din pilonii cei mai importanți ai democrației: PRESA.

Inițiator:

Senator,

Frâncu Emilian Valentin

