

**ΘΕΜΑ:** Γνωμοδότηση για τον προσδιορισμό του τύπου εγκατάστασης των επιχειρήσεων ΜΜΕ που δραστηριοποιούνται στο Διαδίκτυο.

## **ΙΣΤΟΡΙΚΟ**

Στα πλαίσια της σύνταξης σχεδίου πρότασης νόμου για τις επιχειρήσεις ΜΜΕ που δραστηριοποιούνται μέσω Διαδικτύου ερωτήθηκα για το πώς προσδιορίζεται ή ποιος θεωρείται ο τύπος εγκατάστασης των επιχειρήσεων αυτών για το μέρος των εμπορικών δραστηριοτήτων τους που αφορά την παρουσία τους στο Διαδίκτυο, από την άποψη του τηλεπικοινωνιακού δικαίου. Η απάντηση στο ερώτημα αυτό θα χρησιμεύσει για να διερευνηθεί η δυνατότητα επιβολής του λεγόμενου αγγελιοσήμου και επί των διαφημίσεων που καταχωρούνται στους διαδικτυακούς ιστοχώρους από επιχειρήσεις ΜΜΕ.

Επί του ερωτήματος αυτού η άποψη μου είναι ως ακολούθως:

### **1. Το πρόβλημα**

Η ευρεία ανάπτυξη του Διαδικτύου, ως ένας τεράστιος εικονικός χώρος διακίνησης περιεχομένου, η επιβεβλημένη, πλέον, ανάγκη για παρουσία σε αυτό ολοένα και περισσότερων κλασικών ΜΜΕ και η δυνατότητα πρόσβασης στο διακινούμενο περιεχόμενο από μεγάλη μερίδα του πληθυσμού, οδήγησε τα τελευταία χρόνια σε μία έξαρση της παρουσίας των ΜΜΕ στο διαδίκτυο αλλά και σε μία νέα μορφή ΜΜΕ που δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στο Διαδίκτυο.

Η νέα αυτή μορφή παρουσίας του οπτικοακουστικού και ειδησεογραφικού περιεχομένου των ΜΜΕ στο διαδίκτυο οδηγεί στην ανάγκη αντίστοιχης ρύθμισης της σχετικής δραστηριότητας, ώστε να υπάρχει αποτελεσματική έννομη προστασία στις περιπτώσεις παράβασης του θεσμικού πλαισίου που διέπει γενικώς τα ΜΜΕ αλλά και την αποφυγή διακριτικής μεταχείρισης που

ευνοεί μία συγκεκριμένη μορφή πρόσβασης στο σχετικό περιεχόμενο, δηλαδή της πρόσβασης στο διαδικτυακό περιεχόμενο των ΜΜΕ.

Ποιός όμως θεωρείται, ή μπορεί να θεωρείται, ως ο τόπος εγκατάστασης μίας επιχείρησης ΜΜΕ που δραστηριοποιείται στο Διαδίκτυο;

Σε ότι αφορά τον “πραγματικό” κόσμο η εγκατάσταση κάθε επιχείρησης ΜΜΕ τεκμαίρεται από την διεύθυνση έδρας της. Συνακόλουθα ο νομοθέτης αρκεί να επεκτείνει και στην συγκεκριμένη μορφή ΜΜΕ για να καλύψει ρητώς το νομικό κενό που τυχόν υφίσταται. Η αλήθεια είναι ότι είναι πολύ δύσκολο να φανταστούμε ότι μία επιχείρηση ΜΜΕ θα προβάλλει διαφημίσεις στο διαδικτυακό της περιεχόμενο χωρίς να αμείβεται ή να εκδίδει τα σχετικά παραστατικά, οπότε περιορίζεται σε μεγάλο βαθμό η πραγματική δυνατότητα μίας επιχείρησης ΜΜΕ να περιέχει στο διαδικτυακό περιεχόμενο της διαφημίσεις που απευθύνονται στο ελληνικό κοινό και καταναλωτές, χωρίς όμως να έχει κάποια φορολογική εγκατάσταση.

Στον «εικονικό» όμως κόσμο του διαδικτύου όλα είναι εφικτά και γεννάται το ερώτημα ποιός τεκμαίρεται ως τόπος εγκατάστασης στις περιπτώσεις που μία επιχείρηση, που διαθέτει μέσω σχετικής ιστοσελίδας πρόσβαση σε περιεχόμενο ΜΜΕ, δεν εδρεύει ήδη στην Ελλάδα (και άρα δεν έχει ήδη την εγκατάσταση της στην Ελλάδα), αλλά δραστηριοποιείται μόνο στο διαδίκτυο; Επίσης τί γίνεται στην περίπτωση που μία επιχείρηση δεν έχει εγκατάσταση έδρας ή υποκατάστημα στην Ελλάδα αλλά το περιεχόμενο της είναι προσβάσιμο από έλληνες αναγνώστες; κατά πόσο είναι εφικτό, δηλαδή, να θεωρηθεί ότι η συγκεκριμένη μορφή δραστηριότητας, η οποία συνίσταται στην παροχή υπηρεσιών ειδησεογραφικού ή/και οπτικοακουστικού περιεχομένου, προσβάσιμου από το αναγνωστικό κοινό

στην Ελλάδα, δημιουργεί εγκατάσταση στην Ελλάδα, όταν ο ιστοχώρος έχει όνομα χώρου που διαχειρίζεται η ΕΕΤΤ (ήτοι με κατάληξη ελληνική); Τι σημαίνει ότι ένα διαδικτυακό ΜΜΕ είναι εγκαταστημένο σε μία τρίτη χώρα, αλλά όλη η δουλειά γίνεται από συντάκτες που ζουν μόνιμα στην Ελλάδα;

Από το υπάρχον θεσμικό πλαίσιο δεν φαίνεται να υπάρχει μία σαφής και ξεκάθαρη απάντηση στα ζητήματα αυτά, προφανώς γιατί δεν είναι δυνατό να υπάρχει μία ενιαία αντιμετώπιση του όρου «εγκατάσταση» στον εικονικό κόσμο του διαδικτύου. Εξάλλου και οι διεθνείς οργανισμοί όπως ο Ο.Ο.Σ.Α. και η Ε.Ε. δεν έχουν καταφέρει, μέχρι στιγμής, να καταλήξουν σε μία κοινή θεώρηση της έννοιας της εγκατάστασης γενικά για τις υπηρεσίες που παρέχονται μέσω διαδικτύου, εφόσον δεν υφίσταται παράλληλα και πραγματική εγκατάσταση σε κάποια δικαιοδοσία.

Η γενική αρχή είναι ότι οι υπηρεσίες και η πρόσβαση στις υπηρεσίες της ΚτΠ δεν θα πρέπει να περιορίζεται<sup>1</sup>. Υπάρχουν, όμως, γενικές αρχές και κανονισμοί που δημιουργούν τις προϋποθέσεις για να υποστηριχθεί με μεγάλη πιθανότητα το ποιος είναι ο τόπος εγκατάστασης μία διαδικτυακής επιχείρησης ΜΜΕ.

## **2. Ρυθμιστικό Πλαίσιο**

A. Η γενική αρχή της «χώρας προέλευσης» ως κριτήριο εγκατάστασης.  
Οδηγίες 89/552 και 65/2007.

Το πρώτο κριτήριο που μπορεί να οδηγήσει στην εξεύρεση του τόπου που θα θεωρηθεί ως τόπος εγκατάστασης είναι η γενική αρχή της «χώρας

---

<sup>1</sup> Βλ. άρθρο 3 ΠΔ 131/2003: «Η ανάληψη και η άσκηση δραστηριότητας φορέα παροχής υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας είναι ελεύθερη με την επιφύλαξη των καθεστώτων έγκρισης που δεν αφορούν ειδικά και αποκλειστικά τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας ή των καθεστώτων έγκρισης που προβλέπονται στον τομέα των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, σύμφωνα με το Ν. 2867/2000 (Α` 273) και το Π.Δ. 157/1999 (Α` 153), ως ισχύουν.

προέλευσης», η οποία εφαρμόζεται σε περίπτωση δραστηριότητας που παράγεται σε μία χώρα αλλά είναι προσβάσιμη και από άλλη χώρα και δηλώνει ότι το εφαρμοστέο δίκαιο είναι εκείνο της χώρας όπου πράγματι παράγεται η δραστηριότητα αυτή.

Η αρχή αυτή αποτελεί μία από τις θεμελιώδεις αρχές της οδηγίας 89/552/ΕΟΚ **«για το συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων»**, η οποία επιβεβαιώνεται στην Οδηγία 65/2007 (με την οποία η εσωτερική μας έννομη τάξη δεν έχει ακόμη εναρμονισθεί) όπου, εξάλλου, δηλώνεται ότι η σχετική αρχή έχει δοκιμασθεί με επιτυχία και θα πρέπει, συνεπώς, να διατηρηθεί.

Σύμφωνα με την παράγραφο 8 του προοιμίου της σχετικής Οδηγίας η Ε. Επιτροπή ενέκρινε την πρωτοβουλία "i2010: Ευρωπαϊκή Κοινωνία της Πληροφορίας" για την ενίσχυση της ανάπτυξης και της απασχόλησης στους κλάδους της κοινωνίας της πληροφορίας και των οπτικοακουστικών μέσων. Η πρωτοβουλία i2010 αποτελεί συνολική στρατηγική για την ενθάρρυνση της παραγωγής ευρωπαϊκών προγραμμάτων, την ανάπτυξη της ψηφιακής οικονομίας και την κατανόηση των ΤΠΕ στο πλαίσιο της σύγκλισης των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας και των υπηρεσιών των μέσων, των δικτύων και των συσκευών που αφορούν τις πληροφορίες και τα οπτικοακουστικά μέσα, με τον εκσυγχρονισμό και την ανάπτυξη του συνόλου των μέσων της κοινοτικής πολιτικής: κανονιστικές ρυθμίσεις, έρευνα και εταιρική συνεργασία με τον κλάδο...».

Η αρχή αυτή λοιπόν, που συναντάται ευρέως στα νομοθετικά κείμενα της ΕΕ και της εσωτερικής έννομης τάξης που αφορούν την εμπορική δραστηριότητα στο Διαδίκτυο και τις τηλεοπτικές δραστηριότητες,

υποδεικνύει ότι εφόσον η δραστηριότητα MME παράγεται στην Ελλάδα, όπου εφαρμόζονται οι διατάξεις του AN 248/67 για το αγγελιόσημο, είναι εύλογο ότι δεν τίθεται θέμα νομιμότητας της εφαρμογής. Εξ' αντιδιαστολής κρίνεται ως μη εφικτό να επιβάλλονται τέλη υπέρ τρίτων, όπως το αγγελιόσημο, σε επιχειρήσεις MME που δραστηριοποιούνται στο διαδίκτυο και η χώρα προέλευσης είναι εκτός Ελλάδας, ακόμα και αν το περιεχόμενο της ιστοσελίδας είναι προσβάσιμο στην Ελλάδα. Η άποψη αυτή επιτείνεται και από το γεγονός ότι σύμφωνα με την πάγια νομολογία του ΔΕΚ κάτι τέτοιο θα αποτελούσε παράβαση της αρχής της ελεύθερης διακίνησης υπηρεσιών του άρθρου 49ΕΚ (βλ. μεταξύ άλλων ΔΕΚ C-42/07, Bwin International Ltd κατά Departamento de Jogos da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa<sup>2</sup>).

Σε κάθε περίπτωση δύναται να υποστηριχθεί, σε περίπτωση αδυναμίας ασφαλούς διαπίστωσης για την πραγματική εγκατάσταση μίας επιχείρησης MME στο διαδίκτυο, ότι τόπος εγκατάστασης μίας δραστηριότητας MME στο διαδίκτυο μπορεί να θεωρηθεί και ο τόπος εγκατάστασης του παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων το οποίο νοείται ότι είναι το «φυσικό ή νομικό πρόσωπο που έχει τη συντακτική ευθύνη για την επιλογή του οπτικοακουστικού περιεχομένου της υπηρεσίας οπτικοακουστικών μέσων και που καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο αυτό οργανώνεται»<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Αιτιολ. σκέψη 52: «Δεν αμφισβητείται ότι ρύθμιση κράτους μέλους η οποία απαγορεύει στους παρέχοντες υπηρεσίες εγκατεστημένους σε άλλα κράτη μέλη, να προσφέρουν υπηρεσίες εντός του εν λόγω κράτους μέσω του Διαδικτύου συνιστά περιορισμό της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών, την οποία εγγυάται το άρθρο 49 ΕΚ (βλ., υπό το πνεύμα αυτό, απόφαση της 6ης Νοεμβρίου 2003, C-243/01, Gambelli κ.λπ., Συλλογή 2003, σ. I-13031, σκέψη 54)». Βλ. και ΠΔ 131/2003, άρθρο 2.2.

<sup>3</sup> Οδηγία 65/2007, Άρθρο 1.2.δ.

Για τους σκοπούς της οδηγίας 65/2007<sup>4</sup>, ένας πάροχος υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων θεωρείται ότι είναι εγκατεστημένος σε ένα κράτος μέλος στις εξής περιπτώσεις:

α) ο πάροχος υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων έχει τα κεντρικά γραφεία του σε αυτό το κράτος μέλος και οι συντακτικές αποφάσεις για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων λαμβάνονται στο κράτος μέλος αυτό.

β) εάν ένας πάροχος υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων έχει τα κεντρικά γραφεία του σε ένα κράτος μέλος αλλά οι συντακτικές αποφάσεις για την υπηρεσία οπτικοακουστικών μέσων λαμβάνονται σε άλλο κράτος μέλος, ο πάροχος αυτός θεωρείται ότι είναι εγκατεστημένος στο κράτος μέλος στο οποίο εργάζεται ένα σημαντικό τμήμα του προσωπικού του που ασχολείται με τη δραστηριότητα της υπηρεσίας οπτικοακουστικών μέσων· εάν ένα σημαντικό τμήμα του προσωπικού του, το οποίο ασχολείται με τη δραστηριότητα της υπηρεσίας οπτικοακουστικών μέσων, εργάζεται σε καθένα από τα κράτη μέλη αυτά, ο πάροχος υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων θεωρείται ότι είναι εγκατεστημένος στο κράτος μέλος όπου έχει τα κεντρικά γραφεία του· εάν ένα σημαντικό τμήμα του προσωπικού που ασχολείται με τη δραστηριότητα της υπηρεσίας οπτικοακουστικών μέσων, δεν εργάζεται σε κανένα από αυτά τα κράτη μέλη, ο πάροχος υπηρεσιών μέσων θεωρείται ότι είναι εγκατεστημένος στο κράτος μέλος στο οποίο άρχισε, για πρώτη φορά, τη δραστηριότητά του, σύμφωνα με το δικαίωμα εκείνου του κράτους μέλους, εφόσον διατηρεί σταθερό και πραγματικό δεσμό με την οικονομία του ίδιου κράτους μέλους·

γ) εάν ένας πάροχος υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων έχει τα κεντρικά γραφεία του σε ένα κράτος μέλος, αλλά οι αποφάσεις για την υπηρεσία

---

<sup>4</sup> Άρθρο 1.3.3

οπτικοακουστικών μέσων λαμβάνονται σε τρίτη χώρα, ή αντιστρόφως θεωρείται ότι είναι εγκατεστημένος στο συγκεκριμένο κράτος μέλος, εφόσον ένα σημαντικό τμήμα του προσωπικού του το οποίο ασχολείται με τη δραστηριότητα της υπηρεσίας οπτικοακουστικών μέσων εργάζεται σε αυτό το κράτος μέλος.

Σε περίπτωση που δεν είναι δυνατόν να προσδιορισθεί σύμφωνα με τις παραγράφους 3 και 4 ποιο κράτος μέλος έχει τη δικαιοδοσία, αρμόδιο είναι το κράτος μέλος στο οποίο είναι εγκατεστημένος ο πάροχος υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων κατά την έννοια των άρθρων 43 έως 48 της συνθήκης ΕΟΚ.

Για τις περιπτώσεις ΜΜΕ που υπάγονται στην Οδηγία αυτή είναι σημαντική η διαπίστωση της ύπαρξης συντακτικής ομάδας και συντακτικής ευθύνης η οποία, σύμφωνα με το άρθρο 23 του προοιμίου, καθίσταται ουσιώδης για τον ορισμό των υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων.

#### Β. Η οδηγία 131/2000 και το ΠΔ 31/2003 για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

Το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 65/2007 όμως δεν καλύπτει την ηλεκτρονική μορφή των εφημερίδων και των περιοδικών. Η Οδηγία 65/2007 απαιτεί επιγραμμική μετάδοση αλλά δεν περιλαμβάνει τις ραδιοφωνικές υπηρεσίες ούτε υπηρεσίες με αυτόνομα κείμενα. Για τις περιπτώσεις αυτές θα μπορούσαμε να δεχτούμε ότι μπορεί να γίνει αναλογική εφαρμογή του άρθρου 1.3.3 για την διαπίστωση του τόπου εγκατάστασης και όπου απαιτείται θα έχουν εφαρμογή και οι διατάξεις της Οδηγίας 31/2000 και του σχετικού ΠΔ 131/2003, για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

Στην Οδηγία αυτή η αρχή της «χώρας προέλευσης» μεταφράζεται στην οδηγία ότι ο έλεγχος των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας πρέπει να ασκείται στην πηγή της δραστηριότητας για να προστατεύεται αποτελεσματικά το γενικό συμφέρον και, γι' αυτό το σκοπό, είναι απαραίτητο να δοθούν εγγυήσεις ότι η αρμόδια αρχή θα εξασφαλίζει την προστασία του γενικού συμφέροντος όχι μόνο για τους πολίτες της συγκεκριμένης χώρας της αλλά επίσης για όλους τους πολίτες της Κοινότητας. Για τη βελτίωση της αμοιβαίας εμπιστοσύνης μεταξύ των κρατών μελών της ΕΕ είναι απαραίτητο να προσδιοριστεί επακριβώς η ευθύνη του κράτους μέλους καταγωγής των υπηρεσιών.

Στην Οδηγία λοιπόν προβλέπεται ότι «ο προσδιορισμός του τόπου εγκατάστασης του φορέα παροχής των υπηρεσιών πρέπει να γίνεται σύμφωνα με τη νομολογία του Δικαστηρίου, κατά την οποία η έννοια της εγκατάστασης συνεπάγεται την επ' αόριστον ουσιαστική άσκηση οικονομικής δραστηριότητας μέσω μιας μόνιμης εγκατάστασης. Η προϋπόθεση αυτή πληρούνται και όταν η εταιρεία έχει συσταθεί για ορισμένο χρόνο. **Ο τόπος εγκατάστασης εταιρείας που παρέχει υπηρεσίες μέσω διεύθυνσης (site) Internet, δεν βρίσκεται εκεί που είναι η τεχνολογία που υποστηρίζει την εν λόγω διεύθυνση ούτε εκεί που παρέχεται πρόσβαση στην εν λόγω διεύθυνση, αλλά εκεί που ασκεί την οικονομική της δραστηριότητα.** Όταν υπάρχουν πλείονες τόποι εγκατάστασης του ίδιου φορέα, είναι σημαντικό να προσδιοριστεί από ποιο τόπο εγκατάστασης παρέχεται η εν λόγω υπηρεσία. Όταν είναι δύσκολο να προσδιοριστεί από ποιο τόπο εγκατάστασης παρέχεται η υπηρεσία, ως τόπος εγκατάστασης θεωρείται ο τόπος όπου ο φορέας παροχής υπηρεσιών έχει το κέντρο των δραστηριοτήτων του που συσχετίζονται με την υπηρεσία αυτή.



Από τον ορισμό του «Εγκατεστημένου φορέα παροχής υπηρεσιών<sup>5</sup>» τεκμαίρεται εξάλλου ότι για την Οδηγία οι έννοιες «μόνιμη εγκατάσταση» και «ουσιαστική οικονομική δραστηριότητα» ταυτίζονται και διευκρινίζεται ότι «η απλή παρουσία και η χρήση των τεχνικών μέσων και των τεχνολογιών που απαιτούνται για την παροχή της υπηρεσίας δεν συνιστούν εγκατάσταση του φορέα».

Συμπερασματικά για την αποτελεσματική εξασφάλιση της ελεύθερης κυκλοφορίας των υπηρεσιών και προκειμένου να υπάρχει ασφάλεια δικαίου για τους φορείς παροχής των υπηρεσιών και για τους αποδέκτες τους, οι εν λόγω υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας υπόκεινται καταρχήν στο νομικό καθεστώς του κράτους μέλους στο οποίο είναι εγκατεστημένος ο φορέας παροχής υπηρεσιών.

Σε ότι αφορά, δε, τις διαφημιστικές καταχωρίσεις είναι φανερό ότι υπάρχει διαφορετική αντιμετώπιση της διαδικτυακής διαφήμισης από την παραδοσιακή διαφήμιση, αφού για την πρώτη ακολουθείται, αναγκαστικά, ο κανόνας της «χώρας προέλευσης», καθιστώντας έτσι εφικτό, για κάποιες επιχειρήσεις ΜΜΕ, να μεταφέρουν την έδρα τους εκτός Ελλάδας για να αποφύγουν την εθνική νομοθεσία. Σε αυτή την περίπτωση θα επανέλθουμε, όπου είναι εφικτό, στα κριτήρια της Οδηγίας 65/2007 για την εξεύρεση του πραγματικού τόπου εγκατάστασης.

Γ. Ο τόπος εγκατάστασης της διαδικτυακής υποδομής (μηχανήματα servers) και το όνομα χώρου (domain name) δεν δημιουργούν τόπο εγκατάστασης της επιχείρησης.

---

<sup>5</sup> Βλ. άρθρο 2.γ.

Όπως είδαμε ανωτέρω, στην Οδηγία 31/2000, ειδικώς διασαφηνίζεται ότι η χρήση για την αποθήκευση και προβολή του περιεχομένου μίας ιστοσελίδας μηχανημάτων (servers) που είναι εγκατεστημένα σε μία τρίτη χώρα δεν δύναται να σημαίνει την εγκατάσταση ή να μεταβάλλει την μόνιμη εγκατάσταση του φορέα παροχής υπηρεσιών<sup>6</sup>. Επιπροσθέτως και ο Ο.Ο.Σ.Α. δεν θεωρεί ότι ο τόπος όπου είναι εγκατεστημένα τα μηχανήματα που φιλοξενούν την ιστοσελίδα μίας επιχείρησης ιδρύουν τόπο εγκατάστασης της επιχείρησης αυτής (βλ. OECD<sup>7</sup>: “Articles of the Model Convention with Respect to Taxes on Income and on Capital” [as they read on 15 July 2005]).

Τέλος και η Ε.Ε.Τ.Τ. ειδικώς ορίζει<sup>8</sup> ότι καταχώρηση ονομάτων χώρου (top level domain names) με κατάληξη .gr μπορεί να γίνει σε οιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, ανεξάρτητα από το αν είναι εγκατεστημένο στην Ελλάδα.

Συνεπώς εφόσον δεν υπάρχει άλλη παρουσία σε έναν συγκεκριμένο τόπο της επιχείρησης (είτε εργαζόμενοι είτε αντιπρόσωποι κλπ.) δεν τεκμαίρεται ότι είτε ο τόπος εγκατάστασης των μηχανημάτων φιλοξενίας των σχετικών ιστοσελίδων είτε η κατοχύρωση ονόματος χώρου θα δύναται να δημιουργεί εγκατάσταση στο τόπο αυτό.

#### Δ. Η φορολογία του εισοδήματος και ο τόπος παροχής των ηλεκτρονικών υπηρεσιών, ως κριτήριο για τον εντοπισμό της εγκατάστασης.

Η γενική αρχή που ακολουθεί ο ΟΟΣΑ είναι ότι η φορολογία των επιχειρήσεων για τις υπηρεσίες που παρέχουν είναι αυτή του τόπου όπου οι

---

<sup>6</sup> Βλ. σκέψη 19 της Οδηγίας.

<sup>7</sup> Βλέπε και «CLARIFICATION ON THE APPLICATION OF THE PERMANENT ESTABLISHMENT DEFINITION IN E-COMMERCE: CHANGES TO THE COMMENTARY ON THE MODEL TAX CONVENTION ON ARTICLE 5» (22 December 2000).

<sup>8</sup> Κανονισμός ΕΕΤΤ 351/76/ΦΕΚ Β'/717/27.5.2005

υπηρεσίες παρέχονται πραγματικά, εφόσον υπάρχει στο τόπο αυτό μόνιμη εγκατάσταση (ακόμα και αν αυτό αποδεικνύεται από το ότι υπάρχουν στο τόπο αυτό μόνο κάποιοι εργαζόμενοι ή μεταπωλητές τους). Σε διαφορετική περίπτωση δεν θεωρείται ότι έχουν εγκατάσταση στο τόπο αυτό.

Στις περιπτώσεις δραστηριοτήτων που ασκούνται αποκλειστικά μέσω διαδικτύου, χωρίς παρουσία μεσαζόντων και συνεπώς χωρίς δημιουργία εγκατάστασης (κύριας ή δευτερεύουσας) δεν προκύπτει ότι τόπος εγκατάστασης είναι κάθε τόπος από όπου οι χρήστες του διαδικτύου και των σχετικών υπηρεσιών έχουν πρόσβαση στις υπηρεσίες αυτές και ιδίως όταν δεν προκύπτει οιαδήποτε πρόθεση εγκατάστασης στον τόπο αυτό<sup>9</sup>.

Βεβαίως αυτό δεν σημαίνει ότι οι φορολογικές διατάξεις αδρανούν πλήρως σε αυτή την περίπτωση και ειδικά όταν οι επιχειρήσεις που λειτουργούν (ή εμφανίζονται να λειτουργούν) μία επιχείρηση διαδικτυακού ΜΜΕ εκτός Ε. Κοινότητας παρέχουν αμιγώς ηλεκτρονικές υπηρεσίες, αφού εφαρμόζονται οι διατάξεις του άρθρου 35α<sup>10</sup> του Κώδικα Φ.Π.Α. για να παρασχεθούν κάποιες ηλεκτρονικές υπηρεσίες από επιχείρηση "μη εγκατεστημένη υποκείμενη στο φόρο". Η ως άνω ρύθμιση εφαρμόζεται επί των, α) ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών υπηρεσιών, και β) των υπηρεσιών που παρέχονται ηλεκτρονικά, όπως δημιουργία και φιλοξενία ιστοσελίδων, η εξ αποστάσεως συντήρηση προγραμμάτων και εξοπλισμού, παροχή λογισμικού και η ενημέρωσή του, παροχή εικόνων, κειμένων, πληροφοριών και η διάθεση βάσεων δεδομένων, παροχή μουσικής, ταινιών και παιχνιδιών συμπεριλαμβανομένων και κάθε είδους τυχερών παιχνιδιών,

---

<sup>9</sup> βλ. μεταξύ άλλων ΔΕΚ C-42/07, Bwin International Ltd κατά Departamento de Jogos da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, αιτιολ. σκέψη 46.

<sup>10</sup> Όπως αυτό ισχύει σύμφωνα με το άρθρο 5 του Ν. 3193/2003 (ΦΕΚ Α`266/20.11.2003 «Κανόνες τιμολόγησης, ρυθμίσεις Φ.Π.Α. ηλεκτρονικών υπηρεσιών και άλλες διατάξεις».

καθώς και πολιτικών, πολιτιστικών, καλλιτεχνικών, αθλητικών, επιστημονικών ή ψυχαγωγικών εκπομπών ή εκδηλώσεων, παροχή διδασκαλίας εξ αποστάσεως, ενώ εξαιρείται η επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) ακόμα και αν περιέχει εμπορική επικοινωνία.

Τουτέστιν, είναι ζήτημα ερμηνείας, που δεν έχει ακόμη κριθεί νομολογιακά, αν οι διαφημίσεις μέσω διαδικτυακών ΜΜΕ εντάσσονται σε κάποιες από τις ως άνω περιπτώσεις, και ιδίως στις υπό α), αν και κατά την άποψη μας η παροχή υπηρεσιών δημιουργίας και προβολής διαφήμισης στα πλαίσια υπηρεσιών ΜΜΕ εντάσσεται πλήρως στο πνεύμα της ως άνω διάταξης. Αντιθέτως ρητώς ορίζεται ότι η εμπορική επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου δεν μπορεί να εμπίπτει στις περιπτώσεις αυτές.

Ο τόπος παροχής υπηρεσιών προς υποκείμενο στον φόρο πρόσωπο, που ενεργεί με την ιδιότητα αυτή, είναι ο τόπος όπου το εν λόγω πρόσωπο έχει την έδρα της οικονομικής του δραστηριότητας. Ωστόσο, εάν οι υπηρεσίες αυτές παρέχονται σε μόνιμη εγκατάσταση του υποκείμενου στον φόρο προσώπου που βρίσκεται σε τόπο διαφορετικό από τον τόπο, όπου έχει την έδρα της οικονομικής του δραστηριότητας, ως τόπος παροχής των υπηρεσιών αυτών θεωρείται ο τόπος όπου βρίσκεται η μόνιμη εγκατάσταση του. Ελλείψει τέτοιας έδρας ή μόνιμης εγκατάστασης, ως τόπος παροχής υπηρεσιών θεωρείται ο τόπος της μόνιμης κατοικίας ή της συνήθους διαμονής του υποκείμενου στον φόρο στον οποίο παρέχονται οι υπηρεσίες.

Στο άρθρο 35α του Κώδικα εντάσσονται και μη εγκατεστημένοι στην Κοινότητα υποκείμενοι στο φόρο, οι οποίοι επιλέγουν ως κράτος - μέλος αναγνώρισης την Ελλάδα και οι οποίοι παρέχουν ηλεκτρονικές υπηρεσίες σε πρόσωπο εγκατεστημένο σε κράτος - μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης,

εφόσον τηρήσουν τη διαδικασία που ορίζεται στην παρ. 3 του άρθρου 35α του Κώδικα, δηλαδή την υποβολή προς την ελληνική φορολογική αρχή των πληροφοριών που ενδιαφέρουν φορολογικά, δηλ. ταχυδρομική και ηλεκτρονική διεύθυνση, εθνικό ΑΦΜ κ.λπ. Ο τόπος παροχής υπηρεσιών, για τις ως άνω περιπτώσεις, δηλαδή, θα θεωρείται ότι βρίσκεται στην Ελλάδα, εφ' όσον α) παρέχονται από επιχειρήσεις που είναι εγκατεστημένες εκτός Ελλάδας αλλά εντός Ε.Ε. και ο λήπτης έχει εγκατάσταση ή διαμονή στην Ελλάδα ή β) εφόσον παρέχονται από επιχειρήσεις που είναι εγκατεστημένες εκτός Ε.Ε. και ο λήπτης της παροχής είναι εγκατεστημένος στην Ελλάδα.

**Ο τόπος παροχής όμως, των διαφημιστικών υπηρεσιών, δεν θα είναι το εσωτερικό της χώρας στην περίπτωση που παρέχονται από υποκείμενο στον φόρο που έχει την έδρα της επιχείρησης του στο εσωτερικό της χώρας ή διαθέτει μόνιμη εγκατάσταση στο εσωτερικό της χώρας από την οποία παρέχεται η υπηρεσία ή, ελλείψει τέτοιας έδρας ή μόνιμης εγκατάστασης, έχει τη μόνιμη κατοικία ή τη συνήθη διαμονή του στο εσωτερικό της χώρας και ο λήπτης είναι μη υποκείμενο στον φόρο πρόσωπο ο οποίος είναι εγκατεστημένος ή έχει τη μόνιμη κατοικία ή τη συνήθη διαμονή του εκτός Κοινότητας<sup>11</sup>.**

#### Ε. Γενικά για το θέμα των ΜΜΕ και την σχετική νομολογία

Στο σημείο αυτό θα θέλαμε να επισημάνουμε και μια ειδικότερη πτυχή για την νομική αντιμετώπιση του προβλήματος της διακρίβωσης του τόπου εγκατάστασης μίας επιχείρησης που λειτουργεί ιστοσελίδα με ειδησεογραφικό περιεχόμενο.

---

<sup>11</sup> Άρθρο 14 παρ. 2, 13, 14 και 15 του Κώδικα ΦΠΑ.

Η ελληνική νομολογία<sup>12</sup> φαίνεται να απομακρύνεται, και σωστά κατά τη γνώμη μας, από την ταύτιση των διαδικτυακών ημερολογίων (κοινώς blogs) με τις δια του Τύπου δραστηριότητες και ο κυριότερος λόγος είναι ότι σε αυτή την διαδικτυακή δραστηριότητα δεν συναντάται η οργάνωση και η επιχειρηματική διάρθρωση των παραδοσιακών ΜΜΕ.

Η νομολογία αυτή είναι πολύ πιθανό να εμποδίσει την επιβολή του αγγελιόσημου σε τυχόν διαφημίσεις που καταχωρούνται σε αυτά τα blogs ακόμα και αν ήθελε θεωρηθεί ότι η εγκατάσταση τους είναι στην Ελλάδα, σύμφωνα με τα κριτήρια και τεκμήρια που παραθέσαμε στην παρούσα μας.

### **3. Συμπεράσματα και επισημάνσεις**

Το θέμα της εξεύρεσης του τόπου εγκατάστασης μίας επιχείρησης που δραστηριοποιείται στο διαδίκτυο, εφόσον δεν υφίσταται ήδη μία πραγματική φορολογική εγκατάσταση, είναι αρκετά περίπλοκο και δυσεπίλυτο.

Η γενική αρχή της ελευθερίας του ηλεκτρονικού εμπορίου και των διαδικτυακών υπηρεσιών αλλά και η γενικότερη προσπάθεια για απεξάρτηση του χώρου του διαδικτύου από τους περιορισμούς των εθνικών ρυθμίσεων, έχει οδηγήσει στην χαλάρωση των τομεακών κανονισμών που συναντώνται και επιβάλλονται στις αντίστοιχες δραστηριότητες.

Από τα ανωτέρω εκτεθέντα, θεωρούμε ότι η επιβολή του τέλους υπέρ τρίτων (αγγελιόσημο), που επιβάλλεται σήμερα στις καταχωρήσεις διαφημίσεων στα παραδοσιακά ΜΜΕ (τύπος και ηλεκτρονικά μέσα), μπορεί

---

<sup>12</sup> Βλ. κυρίως ΠΠρΠΕΙΡ 4980/2009 (ΔιΜΕΕ 1/2010 σελ. 101 επ.) και ΜΠρΡοδόπης 44/2008 (ΔιΜΕΕ 2009, σελ. 209 επ.) με σχόλια Σπ. Τάσση.

να επιβληθεί σε όσες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σχετικά στο διαδίκτυο, με την απαραίτητη προϋπόθεση ότι δεν δημιουργούνται εμπόδια στις βασικές κοινοτικές αρχές της ελεύθερης διακίνησης των υπηρεσιών.

Συνεπώς μία επιχείρηση ΜΜΕ που είναι εγκατεστημένη στην Ελλάδα και προσφέρει υπηρεσίες ΜΜΕ μέσω Διαδικτύου είναι προφανές ότι μπορεί να ρυθμίζεται από το θεσμικό πλαίσιο της χώρας εγκατάστασης της. Το ίδιο θα ισχύει και στις περιπτώσεις που ρητώς ρυθμίζει η Οδηγία 65/2007 ως τεκμήρια εγκατάστασης. Σε κάθε άλλη περίπτωση, όμως, που σαφώς δεν υφίσταται εγκατάσταση στην Ελλάδα αλλά ακόμα και στις περιπτώσεις που δεν τεκμαίρεται, σύμφωνα με τα παραπάνω, είτε ότι μία διαδικτυακή δραστηριότητα αποτελεί πράγματι ΜΜΕ είτε ότι αυτή είναι εγκαταστημένη στην Ελλάδα, πιστεύουμε ότι θα είναι εξαιρετικά δύσκολο να οριστεί νομολογιακά ότι υφίσταται επιχείρηση ΜΜΕ εγκαταστημένη στην Ελλάδα.

---

**Σπύρος Τάσσης**

**Δικηγόρος**