



04.12.18г.

ДО
Г-Н ЕЛЕН ГЕРДЖИКОВ
ПРЕДСЕДАТЕЛ
СТОЛИЧЕН ОБЩИНСКИ СЪВЕТ

КОПИЕ
Г-ЖА ЙОРДАНКА ФАНДЪКОВА
КМЕТ НА СТОЛИЧНА ОБЩИНА

ОТНОСНО: ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБЩЕСТВЕНА КОНСУЛТАЦИЯ

по приемане на Наредба за изменение и допълнение на Наредбата за преместваемите обекти, за рекламните, информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столична община.

От „ЗАК АУТДОР“ ООД, ЕИК 131543175, адрес София, ул. Московска 3А,
ет.6

Представявано от Добромир Дочев – управител
Тел 02 9887650, e-mail tz.tzankov@zac-bg.com

УВАЖАЕМИ ГОСПОДИН ГЕРДЖИКОВ,

Разбираме необходимостта от промени и допълнения в Наредбата за преместваемите обекти, за рекламните, информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столична община /която ще наричаме по-нататък Наредбата/.

Представяме нашите предложения за промени и допълнения към Наредбата, в съответствие с разпоредбите на ЗМСМА, както и съгласно чл. 77 от Правилника за организация на дейността на СО. Предложенията ни касаят въпроси от обществен интерес и следва да се разглеждат равнопоставено с внесените от общински съветници от Столичния общински съвет. Сега действащата Наредба бе приета от СОС на 26.07.2018г. и още тогава бе известно, че в нея има „пропуски и противоречия“, както се изрази един от вносителите ѝ, но това не попречи да се обнародва на Решение №509, с текстът на „Наредба за изменение и допълнение на Наредба на Столичния общински

съвет за преместваемите обекти, за рекламните, информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столична община”.

На 08.08. 2018г., в качеството си на изпълняващ длъжността Кмет, заместник-кметът – г-н Евгени Крусев, върна за ново обсъждане това Решение № 509 в частта на параграф 68 от него. Предложено бе на Столичния общински съвет този текст да се отмени и СОС да обсъди възможността: **заплащането на тротоарното право към търговските обекти да става въз основа на зонирание, като се въведат повече правила в опазването на историческия център и се диференцират цените за наем на имоти на територията на СО. С този акт действието на новоприетите текстове на 26.07.2018г. бе спряно и се насроиха обсъждания в Комисиите на СОС.**

По време на тези септемврийски дискусии беше заявено, че „най-полезният вариант“ е: да се прегласува Наредбата на Столичния общински съвет за преместваемите обекти, за рекламните, информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столична община в приетия с Решение №509 като от нея отпадне параграф 68 **И НИКАКВИ ДРУГИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, УСТАНОВЕНИ ПРОБЛЕМИ И РАЗМИНАВАНИЯ НЕ СЕ РАЗГЛЕЖДАТ, ЗАЩОТО НАРЕДБАТА ТРЯБВА ДА ВЛЕЗЕ В СИЛА.** Това бяха аргументите на съветниците от ГЕРБ, въпреки че имаше предложения да се разгледат и другите установени „пропуски и разминавания“. Но мнозинството гласува само отпадането на по-високите цени на тротоарното право на заседанието на СОС на 27.09.2018г. И се появи новият „последен“ текст на Наредбата, обнародван на страницата на СОС като Решение № 675, обявено на 04.10.2018г.

Този текст действа, по него се правят проверки и се стартират наказателни производства, вкл. по текстовете, които сега се предлагат за промени. Мотивите за „неотложност и спешност на предлаганите промени“, както се обосновават вносителите на промените - общинските съветници Николай Стойнев, Силвия Христова, Прошко Прошков, Карлос Контрера, Стефан Марков и Ботьо Ботев, си бяха на лице още през септември т.г.

„Ремонт на парче“ е една от най-отричаните и същевременно прилагани техники за промени в нормативната уредба. Това носи само нови проблеми, несъгласуваност на нормите, основания за оспорване и съдебни процеси срещу Столична община.

В сега действащата Наредба липсват цели раздели, които да регулират нормалната дейност на бизнеса с външна реклама. Всички рекламните съоръжения са осветени, а няма уредба за това – как общинската администрация да контролира „светлинния шум“. Уреждане на тези въпроси следва да има – неотложно и в обществен интерес. В рамките на настоящата обществена консултация ние предлагаме промени и допълнения в Наредбата на Столичния общински съвет за преместваемите обекти, за рекламните,

информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столична община.

Текстовете съответстват на Европейските регламенти и практиките в страните членки на ЕС, както и на действащото българско законодателство и БДС стандарт.

**УВАЖАЕМИ ГОСПОДИН ГЕРДЖИКОВ,
УВАЖАЕМИ ГОСПОДА ОБЩИНСКИ СЪВЕТНИЦИ,**

Във връзка с Наредбата за изменение и допълнение на НПОРИМДЕРДТСО, Ви предлагаме да бъдат направени следните изменения при нейното ново разглеждане :

§1. Чл.16а се отменя.

§2. В чл.28 се създава нова алинея 6 със следния текст:

(6) При издаване на разрешение за поставяне на преместваем обект или рекламен елемент, както и за дигитално съоръжение по реда на Глава II, Раздел IVa в срок до 90 дни от издаване на разрешението към него следва да се приложи сертификат за осветеност в съответствие с измерванията на допустимата осветеност съгласно БДС EN13201:2016, влязъл в сила на 30.06.2016г., „Приложение № 6“ към тази наредба.

§3. В Глава II се създава Раздел IVa „Светеща дигитална реклама“

„Раздел IVa Светеща дигитална реклама“

„Чл.31а. Светеща дигитална реклама се осъществява посредством излъчване на образ, видеоанимация, мигащи или движещи се изображения, предаващи визуални рекламни послания.

Чл.31б.(1). Дигиталните съоръжения, чрез които се осъществява дигитална реклама трябва да отговарят на технически показатели относно светлинното излъчване съгласно БДС EN13201:2016, влязъл в сила на 30.06.2016г., „Приложение № 6“ към тази наредба.

(2).Излъчването на бяла светлина или визуални рекламни послания с бял фон се забранява. В случай на повреда на рекламното съоръжение то трябва да свети в черен или сив цвят, а не в бял цвят, или да бъде изключено.

Чл.31в. Излъчване на образ, видеоанимация, мигащи или движещи се изображения, предаващи визуални рекламни послания се извършва посредством дигитални рекламни съоръжения, поставени самостоятелно при спазване на изискванията на тази наредба или

посредством вграждането на технически средства за дигитално излъчване и дигитално осветяване в предвидените и разрешени от тази наредба рекламни информационни съоръжения.

Чл.31г. Дигиталните рекламни съоръжения трябва да притежават и използват автоматични възможности за контролиране на яркостта до 5500 лумена през светлата част на денонощието и максимално 500 лумена през тъмната част на денонощието.

Чл.31д. Забранява се излъчването на звук в условията на осъществяване на дигитална реклама, освен с изрично разрешение на кмета на СО и в рамките на пешеходните зони.

Чл.31е. Позволява се излъчването на образ, видеоанимация, мигащи или движещи се изображения, предаващи визуални рекламни послания посредством описаните в този раздел съоръжения. Не се позволява излъчване на видеоклипове и филми, освен с изрично разрешение на кмета на СО или в рамките на пешехони зони.

Чл.31ж. Визуалните рекламни послания не могат да бъдат излъчвани за период по-кратък от осем секунди.

Чл.32з. Забранява се рекламните съоръжения, излъчващи дигитална реклама да светят между 23.30 часа и 06.00 часа.

Чл.32и. Контролът на осветеността на дигиталното съоръжение се извършва от акредитирана от Столична община лаборатория с уред, одобрен от международните стандарти и практики.

§4. Създава се чл.87а със следния текст:

„чл.87а. (1). Който осъществява светеща дигитална реклама в нарушение на техническите правила и нормите на БДС EN13201:2016, както и в нарушение на правилата, предвидени в Глава II, Раздел IVа се наказва с глоба от 1000лв. до 3000лв- за физически лица, съответно имуществена санкция от 3000лв. до 5000лв. за юридически лица.

(2) Който извърши повторно нарушение по ал.1 се наказва с глоба от 5000 до 10 000лв. – за физически лица, съответно имуществена санкция от 10 000 до 15 000лв. за юридически лица...

МОТИВИ

Забраната за поставянето на рекламни съоръжения, излъчващи светлина и звук, дигитални билбордове и LEDs противоречи на основни принципи на Правото на Европейския съюз и на евроатлантическите ценности.

На първо място, със забраната на практика се ограничава правото на свободна търговия. Принципът за свободното предлагане на услуги е изрично заложен в §56 и §57 ДФЕС. Изрично е забранено каквото и да е ограничение на свободното предлагане на услуги, като се включват и всички дейности от търговски характер. От една страна се ограничава правото на гражданите да извършват свободно търговската си дейност на територията на СО, като се въвежда абсолютната забрана за поставянето на каквито и да е дигитални и електронни рекламни съоръжения. От друга страна, свободното предоставяне на услуги се ограничава и с това, че докато много европейски дружества искат да рекламират дейността си чрез рекламни съоръжения и това им е позволено в ЕС, както и в Република България (изключвайки столицата), то в София те нямат възможност да използват електронни и дигитални рекламни съоръжения и по този начин се затруднява търговската дейност и сътрудничеството между рекламоделите на територията на СО и всички български и чуждестранни дружества.

Освен всичко това, принципът на свободно предоставяне на услуги е нарушен с въведените забрани и в още една посока. Част от рекламоделите, опериращи в рамките на гр.София, закупуват и търгуват с производители на рекламни съоръжения в ЕС. Въвеждайки тази забрана, на практика се спира дейността им и с това и търговията им с производителите от ЕС. В чл.60 ДФЕС е заложена и либерализация на услугите и задължение за държавите-членки да полагат усилия в тази насока. С рестрикциите, които се готвят с изменението на Наредбата, се получава точно обратното.

Също така предложената забрана ще наруши конкуренцията на територията на СО. В § 101 т.1, б.б,в, и г ДФЕС, както и в §117 се забраняват всички ограничения и практики, които ще засегнат търговията между държавите-членки и които имат за своя цел или резултат предотвратяването, ограничаването или нарушаването на конкуренцията в рамките на вътрешния пазар. Неминуемо сега грасуваният текст на чл. 16а ще доведе до нарушаване на конкуренцията и ограничаването и във вътрешния пазар.

В приетата редакция на текстовете касаещи дигиталната реклама е своеобразна субсидия на органите на държавата към определена група рекламоделители. Държавната

помощ по смисъла на чл.107 ДФЕС е несъвместима с вътрешния пазар. Всяка помощ, предоставена от държава-членка или чрез ресурси на държава-членка, под каквато и да било форма, която нарушава или заплашва да наруши конкуренцията чрез поставяне в по-благоприятно положение на определени предприятия или производството на някои стоки, доколкото засяга търговията между държавите-членки, е несъвместима с вътрешния пазар.

Във всички европейски столици, както и в останалите държави по света, използването на дигитални и електронни билбордове за реклама е не само позволено, но и насърчавано. За изготвянето на регламентациите, уреждащи използването на подобен тип реклама са провеждани обширни анализи и проучвания от експерти-специалисти за въздействието и над околната среда, шофьорите и останалите граждани, както и за нивата на визуално замърсяване на градската среда. Смятаме, че следва да се предприеме друг подход, като се вземе пример от всички **развити** държави, и да се въведе само ограничителен/ какъвто предлагаме/, но не и забранителен режим. Така ще се ограничи безразборното поставяне на рекламни съоръжения, ще се осигури безопасността на гражданите, ще се гарантира качеството и технологичната съвместимост на новите съоръжения с околната градска среда, но и в София ще се създаде модерна, красива и удобна среда за живот. Сравнявайки столицата ни, с развитите градове от останалия свят като Париж, Варшава, Виена, Лондон, Мадрид, а дори и съседните ни Белград и Букурещ, ясно се вижда накъде трябва да се стремим.

ФРАНЦИЯ /Париж/

- Светещите рекламни съоръжения са позволени във Франция. С цел намаляване на консумацията на електричество, е забранено рекламни съоръжения да светят между 1ч. и 6ч. през нощта, тъй като във Франция това спестявало ток, който може да бъде използван от 260 000 домакинства.
- Рекламните елементи, поставени в центъра на Париж са ограничени до 8кв.м.
- Дигиталните рекламни елементи дори се използват за борба с пешеходците, които пресичат на червен светофар: <https://www.digitaltrends.com/cool-tech/france-road-safety/>

ПОЛША /Варшава/

- Светещите рекламни съоръжения са позволени.
- Има въведени ограничения във връзка с яркостта и светлината, която могат да излъчват ледовете и дигиталните бордови (за бяла светлина - 5 lx и за цветна светлина- 3 lx)

- Разрешено е поставянето на светещи и мигащи картинки и реклами, но не и на видеоклипове.
- В зависимост от големината на поставените рекламни съоръжения има различни норми във връзка с осветеността и яркостта им.

АВСТРИЯ/Виена/

- Светещите рекламни съоръжения са позволени.
- Има въведени ограничения във връзка с яркостта и светлината, която могат да излъчват ледовете и дигиталните бордови съоръжения, както и осветлението на калканните стени, които се контролират от общински звена и от полицията.
- Разрешено е поставянето на светещи и мигащи картинки и реклами, в някои райони и на видеоклипове.
- В зависимост от големината на поставените рекламни съоръжения има различни норми във връзка с осветеността и яркостта им.

ОБЕДИНЕНОТО КРАЛСТВО /Лондон/

- LED, както и други дигитални рекламни съоръжения, са разрешени. Местните власти се опитват да насърчават използването на нови технологии, като ледовете.
- Има въведени ограничения във връзка със яркостта и честотата на смяна на рекламите. Дадени са и препоръчителни норми, които следва да се спазват. Смяната на различните излъчвани реклами по принцип е на не по-малко от 5 секунди, освен ако не е постигната различна уговорка за конкретно рекламno съоръжение.
- Градовете са разделени на зони, а рекламните съоръжения са разделени на различни класове. В зависимост от това кой клас е рекламният елемент за същото се изисква различно разрешение и различни документи. Има съоръжения, за които дори не се изискват разрешения за поставяне. Има обособени и „специални зони“ (например Piccadilly Circus), за които ограниченията нямат сила, а има специално обособени правила.
- В зависимост от мястото, където е поставено рекламното съоръжение, се позволява то да бъде осветено до различна степен.
- Най-важните условия, за да бъде издадено разрешението за поставяне, е да са спазени условията на безопасност, рекламното съоръжение да е поддържано, да не „загрозява“

обстановката, да не висят кабели. Не се препоръчва използването на допълнителни лампи.

- Анимациите и движещите се картинки също са позволени, но поради вероятността да разсейват шофьорите са въведени ограничения за това колко често могат да се сменят.
- Важно условие е, в случай на повреда на рекламното съоръжение и същото започне да свети изцяло, то да свети в черен или сив цвят, а не бял.
- В различните зони в цяла Англия са въведени различни ограничения:

Illuminated area (m2)	Zone E13	Zone E35	Zone E24	Zone E46
UP TO 10	100	600	800	1000
OVER 10	N/A	300	600	600

Във връзка с предложените тук текстове за промяна на вече гласуваните в наредбата и създаването на нов раздел за ДИГИТАЛНА РЕКЛАМА излагаме и мотиви по отношение на техническия контрол на съоръженията в това число по отношение на контрола за осветеност на всички рекламни съоръжения. Неправилната осветеност на всички съоръжения в това число и тези на градското обзавеждане може и е опасност.

Водени от желанието да помогнем в създаването на стабилна нормативна уредба позволяваща лесен и професионален контрол без субективни фактори направихме задълбочено техническо проучване на българска и международна нормативна база в сферата на:

- максимални яркости и осветеност
- оценка на степента на заслепяване
- светлинното замърсяване
- позволена динамика на съдържание
- осветеност на уличната среда

Изложените по-горе предложения на текстове са базирани на приети Европейски стандарти в Българското законодателство с:

- БДС EN 13201:2016, който се състои от 5(пет) части и е влязъл в сила на 30.06.2016 г.

***Дигиталните рекламни елементи трябва да притежават и използват автоматични възможности за контролиране на яркостта – до 5500 лумена през светлата част на денонощието и максимално 500 лумена през тъмната част. Като в зависимост от класа на пътната артерия (съгласно БДС EN 13201:2016) не може да надвишава допустимите стойности в стандарта. (категоризацията е в приложената таблица)

***КОНТРОЛ

- ⇒ Контролът на осветеността на дигиталният елемент, се извършва от акредитирана лаборатория с уред одобрен от международните стандарти и практики, а именно: KonicaMinolta 150/160



<https://www.youtube.com/watch?v=Lyb-MHPAA4I>

- ⇒ Контролът се извършва при инсталиране и пускане в експлоатация на дигиталния рекламен елемент, а така също и на всеки 6 /шест/ месеца от експлоатационния период.
- ⇒ Организацията и разходите по осъществяване на контрола са задължение и за сметка на собственика на рекламния елемент, като резултатите от лабораторията се представят в НАГ за окомплектоване на досието по разрешение за монтаж.

Осветеност на уличната среда

Съгласно горе упоменатите стандарти, обектите за осветяване са класифицирани в групи:

М – улици с моторизиран транспорт;

C – улици в конфликтни зони, където се пресичат транспортни потоци на МПС или наличие на промени в геометрията на улиците, като например намаляване на броя или широчината на лентите за движение;

P+HS – улици с движение на пешеходци и бавно движещи се МПС.

SC+EV – Допълнителни класове, за които е необходимо да се изчислява полуцилиндрична или вертикална осветеност в места, където е важно бързото разпознаване на вертикални повърхности и лица

Светлин нен клас	Яркост на пътната настилка				Допустимо заслепяване	Показател на периферната осветеност
	L_{av} [cd/m ²]	Суха	Влажна	U_1		
		U_o	U_{ow}		f_{TI} [%]	R_{EI}
M1	2.00	0.40	0.15	0.70	10	0.35
M2	1.50	0.40	0.15	0.70	10	0.35
M3	1.00	0.40	0.15	0.60	15	0.30
M4	0.75	0.40	0.15	0.60	15	0.30
M5	0.50	0.35	0.15	0.40	15	0.30
M6	0.30	0.35	0.15	0.40	20	0.30
Светлин нен клас	Нормена хоризонтална осветеност на пътното платно в условия на суха пътна настилка					
	E_{av} [lx]	U_o		TI [%]		

C0	50	0.4	15
C1	30	0.4	15
C2	20	0.4	15
C3	15	0.4	20
C4	10	0.4	20
C5	7.5	0.4	20

**БДС EN 13201:2016 ВЪВЕЖДА НОВ СВЕТЛИНЕН КЛАС ЗА ПЕШЕХОДНИ ЗОНИ
– SC. КЛАС *EV* ОСТАВА НЕПРОМЕНЕН**

Светлинен клас	Полуцилиндрична осветеност
	$E_{sc\ min}$ [lx]
SC1	10.0
SC2	7.50
SC3	5.00
SC4	3.00
SC5	2.00
SC6	1.50
SC7	1.00
SC8	0.75
SC9	0.50

Категоризацията е с цел, определяне осветеност и показателя на допустимо заслепяване (TI) при съответната осветеност.

Осветеност на съществуващи рекламни елементи

Осветлението на рекламните елементи, които не са снабдени със собствено осветление, трябва да бъде изпълнено от високо към ниско. За табелите, снабдени със собствено осветление, общият излъчван поток не трябва да превишава 4500 лумена.

Настоящото предложение и мотиви към него са предназначени за участие в обществени консултации от 21.11.18г. до 05.12.18г. по предлаганите промени в „Наредба за изменение и допълнение на Наредба на Столичния общински съвет за преместваемите обекти, за рекламните, информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столична община”.

С уважение



04.12.2018г.

София