



Столична община

Входящ №
СОА22-НЦ62-206

Регистриран на 08.03.2022

За проверка: <https://sofia.bg/registry-report>



ДО
Г-ЖА ЙОРДАНКА ФАНДЪКОВА
КМЕТ
СТОЛИЧНА ОБЩИНА

Г-Н ГЕОРГИ ГЕОРГИЕВ
ПРЕДСЕДАТЕЛ
СТОЛИЧЕН ОБЩНСКИ СЪВЕТ

АРХ. ЗДРАВКО ЗДРАВКОВ
ГЛАВЕН АРХИТЕКТ
СТОЛИЧНА ОБЩИНА

СТАНОВИЩЕ

ОТ
СДРУЖЕНИЕ „АСОЦИАЦИЯ НА
БЪЛГАРСКИТЕ АГЕНЦИИ ЗА ВЪНШНА
РЕЛАМА“, ЕИК: 206270944, със седалище и адрес
на управление: град София, район Оборище, ул.
„Чаталджа“ № 67, представлявано от **Милен
Попов**

„НАЦИОНАЛНА АСОЦИАЦИЯ ЗА ВЪНШНА
РЕКЛАМА“, ЕИК 175074130, със седалище и адрес
на управление: гр. София, бул. „Евлоги Георгиев“ №
49, представлявано от **Тихомир Младенов**

Относно: Провеждане на обществена консултация
по приемане на Наредба за изменение и допълнение
на Наредба за преместваемите обекти, за
рекламните, информационните и монументално-
декоративните елементи и за рекламната дейност на
територията на Столична община

Правно основание: чл.26 от ЗНА

УВАЖАЕМИ ГОСПОЖИ И ГОСПОДА,

Във връзка с провежданата обществена консултация на *Наредба за изменение и допълнение на Наредба за преместваемите обекти, за рекламните, информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столична община*, от името на нашите асоциации, изразяваме настоящото Становище.

Предложението ни обединява мнения и становища на дружества, които извършват законна рекламна дейност, заплащайки всички дължими наеми, данъци, местни такси и други задължения към държавата и общината в продължение на десетки години. В този процес те осигуряват и значителен брой работни места, като предоставят препитание на цели семейства. Едновременно с това развиват бизнеса си, като инвестират значителни средства в обновяването, реконструкцията и/или изграждането на нови съвременни рекламни съоръжения, като по този начин се стремят да подобрят градската среда.

След като се запознахме със съдържанието на проекта и изискахме мнение от различни дружества, занимаващи се с рекламна дейност, намираме, че в него би било полезно да се извършат корекции и допълнения, които имат пряко отношение към развитието на този бизнес и извършваната търговска дейност, да гарантират съответствието на Наредбата с нормативните актове от по-висок ранг, както и да не се допусне смесване на режима ѝ с други подзаконовни нормативни актове, уреждащи различен вид обществени отношения.

Предложенията ни и аргументите ни са както следва:

1. Проект на изменение, Чл. 23а:

Схемите за поставяне се изработват върху скица по Чл.16, ал.3 от Закона за кадастъра и имотния регистър с данни за надземната и подземна инфраструктура и актуална геодезическа снимка, включваща при необходимост заснемане и експертна оценка на наличната растителност или декларация за липса на растителност, заверена от компетентния орган по озеленяване.

Предложение:

Да отпадне декларацията за липса на растителност!

Мотиви:

Настоящият текст на чл. 23а очевидно има предвид само наличната дървесна растителност, макар това да не е изрично посочено. Смятаме това за пропуск. По общите правила интерес за застрояването съставлява само картотекираната дървесна растителност, т.е. само дърветата, които са на над 12-годишна възраст, поради което подлежат на картотекиране съобразно изискванията на Наредбата за изграждане, поддържане и опазване на зелената система на Столична община. По аргумент на по-силното основание, ако едно изискване се прилага за строителството, няма причина по-строго изискване да се въвежда за преместваемите обекти. **По тези причини смятаме, че думата «дървесна» е пропусната и следва да се въведе в текста като уместна и относима.** Обхватът на изискването в текста трябва да се съобрази по своя предмет с разпоредбите на ЗУЗСО и

Наредбата за изграждане, поддържане и опазване на зелената система на Столична община. В противен случай се получава правен парадокс: въвеждат се изисквания, свързани с растителността, които са по-високи за преместваемите обекти, отколкото за строежите, включително от високите категории.

2. Проект на изменение, Чл. 25а:

(1) За издаване на разрешение за поставяне на рекламен елемент върху калканна стена, когато елементът или стойките за осветлението му се надвесват към съседен имот с дължина повече от 0,30 м, се изисква изрично писмено нотариално заверено съгласие от собственика на този имот. Когато съседният имот е общинска собственост, съгласието се дава от кмета на района, на чиято територия се намира имота. За имотите - държавна собственост, съгласието се дава от съответната централна администрация, на която е предоставен имотът, а в останалите случаи - от областния управител.

Предложение:

Промяната в Чл. 25а, ал.1 да отпадне!

Мотиви:

След приемането на последното изменение на НПОРИМДЕРТСО от 27.09.2018, всички стойки за прожектори с дължина по-голяма от 1,5м. бяха подменени. Новата рестрикция по отношение дължината на стойките предполага и нов финансов и производствен ресурс за фирмите – оператори на РЕ върху калканни стени!!

От 1993 г. досега няма нито една постъпила жалба от собственик на съседен имот относно надвесените стойки за осветление на рекламните конструкции!

90% от поставените съоръжения на калкани граничат със сгради - общинска собственост. В тези случаи получаването на съгласие от кмета на съответния район ще удължи във времето цялата процедура по издаване на РП.

Като цяло, условието за получаване на съгласие от съседния имот е предпоставка за възникване на междусъседски конфликти. Този аргумент е съществен и напълно реален, базирайки се на дългогодишната ни работа с много и различни етажни собствености.

3. Проект на изменение, Чл. 26б

НОВА РАЗПОРЕДБА

Чл. 26б. В случаите, в които функционирането на преместваемия обект или рекламния елемент изисква изграждане на връзка с мрежите и съоръженията на техническата инфраструктура за доставка на електрическа или топлинна енергия, вода или газ и/или отвеждане на отпадни води, проектната документация включва и проекти за временните връзки към мрежите и съоръженията на техническата инфраструктура съгласно чл. 28, ал. 1, т. 2. Одобрените проекти за временни външни връзки, условията за

присъединяване на обекта и контрола върху изградените външни връзки се вписват в разрешението за поставяне.

Предложение:

Да бъде добавен следният текст:

Чл. 26в.

(1) За проучване на условията за присъединяване на обект на клиент към ел. мрежа е необходимо искане, подадено от лице, което има сключен договор за наем със собственика на имота и схема, съгласувана от СО.

(2) За присъединяване към електрическата мрежа и съответно сключване на Споразумение за доставка на ел енергия за преместваем обект или рекламен елемент е необходимо искане, подадено от лице, което има Разрешение за поставяне на преместваем обект.

Мотиви след провеждането на Работна група в Направление „Архитектура и градоустройство“:

При провеждането на процедура по издаване на Разрешение за поставяне би трябвало да бъде спазен следния ред:

ПОСЛЕДОВАТЕЛНОСТ НА ДЕЙСТВИЯ ПРИ ИЗГРАЖДАНЕ НА РЕ ПО ТИПОВ ПРОЕКТ НА ОБЩИНСКИ ТЕРЕН

	ДЕЙНОСТ	ИНСТИТУЦИЯ	КОМЕНТАР
1	Сключване на договор за наем на база спечелен конкурс.	СО	Конкурсът се организира от СО.
2	Издаване на съгласувана схема с указан начин на поставяне на РЕ.	НАГ София	Схемата се издава от Главен Архитект на СО.
3	Кандидатстване за ПРОУЧВАНЕ на възможността за присъединяване към столична електрическа мрежа на база ДОГОВОР СЪС СТОЛИЧНА ОБЩИНА и СЪГЛАСУВАНА СХЕМА ЗА ПОСТАВЯНЕ НА РЕ.	ЧЕЗ	Невъзможно е да бъде изготвен проект по т. 4 без да се даде становище от страна на ЧЕЗ къде ще се намира изходната точка за присъединяване към градската ел мрежа. Тази изходна точка определя трасето до рекламния елемент.
4	Изготвяне на проектна документация за изграждане на външни ел връзки.	Частно проектантско бюро	НАЕМАТЕЛЯТ по договора със СО възлага на лицензирано проектантско бюро да направи оглед и замервания за всеки един рекламен елемент, да проучи възможността за присъединяване към градската ел. мрежа и да изготви необходимата проектна документация, която става част от общия пакет документи за издаване на РП.
5	Издаване на Разрешение за Поставяне.	НАГ София	На база проектна документация за РЕ по типов проект и одобрен прототип, сключен договор за наем със СО, сключен проучвателен договор с ЧЕЗ и внесен в администрацията проект за изграждане на външни ел. връзки, НАГ издава РП.
6	Разполагане на рекламен елемент по одобрена схема и изграждане на външни ел. връзки по одобрен проект.	ИНВЕСТИТОР/ предприятие избрано по ЗОП	Исполнение на дейността от предприятие избрано по ЗОП ще създаде редица лоши практики описани подробно в приложеното писмо.
7	Сключване на договори за присъединяване и доставка на ел. енергия.	ЧЕЗ	След представяне на РП издадено от СО, ЧЕЗ сключва договори за присъединяване и доставка на ел. енергия с контрагентите си.

Защо възниква въпросът с последователността на конкретните стъпки при провеждане на процедура по издаване на РП и присъединяването на обекта към електрическата мрежа.

В написаните от Вас мотиви към Чл.28а, Доклад №СОА21-ВК08-3347-(36)/07.02.2022 четем:

„Начинът на свързването на преместваемия обект с временните връзки е процедура, която следва да се развива едновременно с издаването на разрешение за поставяне и да е част от проектната документация, тъй като само по този начин може да се обезпечи цялостното функциониране на обекта. В Чл.4, ал.1, т.8 и ал.3 от Наредба №6/24.02.2014 изрично е предвидено, че ИСКАНЕТО ЗА ПРОУЧВАНЕ НА УСЛОВИЯТА ЗА ПРИСЪЕДИНЯВАНЕ НА ОБЕКТ НА КЛИЕНТ КЪМ ЕЛЕКТРИЧЕСКАТА МРЕЖА Е НЕОБХОДИМО ИСКАНЕ, ПОДАДЕНО ОТ ЛИЦЕ, КОЕТО ИМА РАЗРЕШЕНИЕ ЗА ПОСТАВЯНЕ НА ПРЕМЕСТВАЕМ ОБЕКТ...“

В приложената от нас схема сме се опитали да онагледим логичната последователност на действията, в която по т.3 – при Искане за проучване на условията за присъединяване, лицето няма как вече да притежава Разрешение за поставяне, каквото се изисква в Наредба № 6. Като цяло, не може да има две паралелни процедури, защото те не са независими една от друга.

Предлагаме временните връзки да се вписват в разрешението за поставяне, като за тях да се одобряват проекти, неразделна част от проектната документация. Одобряването на проектите, като неразделна част от разрешението за поставяне, гарантира законосъобразното и технически правилно свързване на елементите с мрежата, а контролът може да се осъществява заедно с контрола над поставеното съоръжение.

4. Проект на изменение, Чл. 28а:

Чл. 28а. Доставка на електрическа или топлинна енергия, вода или газ към преместваемия обект или рекламния елемент се извършва от съответното експлоатационно дружество след представяне на удостоверение за въвеждане в експлоатация.

Предложение:

Да отпадне!

Мотиви:

Изискването за още един документ - Удостоверение за въвеждане в експлоатация за всички видове РЕ, независимо дали са по типов или по индивидуален проект, противоречи на чл. 56 ал.2, изр.2 от ЗУТ, съдържаща законовата делегация, по силата на която ОС да определи в своя наредба единствено: „ Условието и редът за издаване на разрешенията за поставяне на обектите, за одобряването и изискванията към схемите и проектната документация...“, т.е. подобно предложение е незаконсъобразно!

Освен това, изискването за издаване на Удостоверение за въвеждане в експлоатация на рекламен елемент противоречи на чл.177 от ЗУТ, който ясно и категорично посочва за кои обекти се изисква такова удостоверение, а именно:

- Строежите от първа, втора и трета категория се въвеждат в експлоатация въз основа на разрешение за ползване, издадено от органите на Дирекцията за национален строителен контрол (ДНСК), при условия и по ред, определени в наредба на министъра на регионалното развитие и благоустройството. Разрешенията за ползване се публикуват в Единния публичен регистър по устройство на територията по чл. 5а.
- Строежите от четвърта и пета категория се въвеждат в експлоатация въз основа на удостоверение за въвеждане в експлоатация от органа, издал разрешението за строеж, при условия и по ред, определени в наредбата по ал. 2. Удостоверението се издава в 7-дневен срок от постъпване на заявлението по ал. 1 след проверка на комплектуваността на документите и регистриране въвеждането на строежа в експлоатация, като по преценка на органа може да се извърши и проверка на място. Удостоверенията за въвеждане в експлоатация се публикуват в Единния публичен регистър по устройството на територията по чл. 5а.

ВИДНО ОТ ЦИТИРАНАТА РАЗПОРЕДБА САМО ЗА ОПРЕДЕЛЕНИ КАТЕГОРИИ СТРОЕЖИ СЪЩЕСТВУВА ИЗИСКВАНЕ ЗА ИЗДАВАНЕ НА УДОСТОВЕРЕНИЕ ЗА ВЪВЕЖДАНЕ В ЕКСПЛОАТАЦИЯ, НО РЕКЛАМНИТЕ ЕЛЕМЕНТИ КАТЕГОРИЧНО НЕ СА СРЕД ИЗБРОЕНИТЕ ОБЕКТИ.

Приемането на това предложение би довело до несъответствие на Наредбата с нормативен акт от по-висок ранг, какъвто е Закона за устройството на територията, което е недопустимо.

Не възразяваме по принцип срещу въвеждането в експлоатация на преместваеми обекти, които пряко и присъствено обслужват клиенти (павилиони, навеси, развлекателни съоръжения и др. под.), включително работещи във входно-изходен режим. Категорично обаче не сме съгласни с режима на въвеждане в експлоатация специално за рекламните елементи! Докато това изискване е оправдано за повечето от обемните преместваеми обекти за извършване на търговска дейност на закрито, за рекламните обекти това решение е изцяло неприемливо, тъй като те не обслужват клиенти присъствено. Билбордовете нямат затворени обеми за приемане на клиенти, няма рискове за широката публика, няма мощни електроуреди и следователно – необходимост от силови кабели и не се ползва високо напрежение. Ако за тях се изисква въвеждане в експлоатация, по същата логика това трябва да се изисква и за всеки стълб на уличното осветление например.

Ето защо, нашето становище е, че ако по принцип се предвиди режим на въвеждане в експлоатация, то тогава следва да се формулира изрично изключение в този режим за рекламните елементи, тъй като почти всички те се поставят по типов проект и съгласно действащата разпоредба на чл. 80, ал. 1, във връзка с чл. 16а от наредбата не подлежат на въвеждане в експлоатация. Това изрично изключение трябва да бъде възпроизведено навсякъде в наредбата тъй като в противен случай се дава възможност за нееднозначно тълкуване и се поражда нерешими спорове с ЧЕЗ по интерпретацията на изискването като правило и на изключението от него. Освен това, подробно описаните стъпки ще създадат

огромен документален масив, който ще трябва да бъде придвижван в общинската администрация в необозримия период от време докато се стигне до експлоатацията на самите съоръжения!

Съгласно действащата нормативна уредба, преместваемите обекти по чл. 56, ал. 1 от ЗУТ, разположени на територията на Столична община, не представляват строежи по смисъла на § 5, т. 38 от ДР ЗУТ, не попадат между посочените категории строежи в чл. 137, ал. 1 от ЗУТ. За преместваемите обекти, каквито са и рекламните съоръжения, се издава разрешение за поставяне въз основа на схема и проектна документация, одобрени от главния архитект на общината. Т.е. такава промяна ще противоречи на акт от по-висок ранг, а именно на Закона за устройство на територията (ЗУТ), а такава несъответствие е недопустимо.

Проект на изменение, Приложение 8 към Чл. 80, ал. 2.

Необходимите документи за издаване на удостоверение за въвеждане в експлоатация на преместваеми обекти и на рекламни елементи са както следва:

1. Общи изисквания
 - 1.1. Искане по образец до органа, издал разрешението за поставяне;
 - 1.2. Копие от одобрената проектна документация, съдържаща и направените промени при реализацията на преместваемия обект или рекламния елемент (екзекутивна документация);
 - 1.3. Копие от разрешението за поставяне;
 - 1.4. Геодезическо заснемане, доказващо съответствието на преместваемия обект или рекламния елемент с одобрената схема за поставяне;
 - 1.5. Сертификат за безопасност на конструкцията;
 - 1.6. Декларация от техническо лице - изпълнител за реализация на обекта съгласно одобрения проект;
 - 1.7. Становища от проектантите за изпълнението на обекта спрямо одобрените проекти;
 - 1.8. Съгласувания и становища за въвеждане в експлоатация в зависимост от предназначението на обекта;
 - 1.9. Договори за присъединяване с доставчиците на вода, електрическа енергия, газ и др., ако обектът е захранен с такива;
 - 1.10. Документи, доказващи правилното изпълнение на инсталациите в обекта – протоколи за измерване съпротивлението на заземителите, протоколи за проверка на електрическата връзка между заземители и заземявани елементи, протоколи за измерен импеданс, протоколи за измерено съпротивление на изолацията, протоколи за единични и 72-часови проби на ВиК инсталациите, изпитвания за якост и плътност на газови инсталации и бутилковидни инсталации, изпитвания за херметичност на връзките на газовите уреди и др. в зависимост от предвиденото в одобрените проекти;
 - 1.11. Копие от протокола по чл. 24, ал. 4 от наредбата.
 - 1.12. Снимков материал;
 - 1.13. Други в зависимост от предназначението и специфичните изисквания към обекта.“

Предложение:

Да отпадне!

Мотиви:

Както вече подчертахме в предишен коментар, изискването за въвеждане в експлоатация на преместваемо съоръжение противоречи на разпоредбата на чл. 56, ал.2, изр.2 от ЗУТ, съдържаща законовата делегация, по силата на която ОС да определи в своя наредба **единствено:** „ Условиата и редът за издаване на разрешенията за поставяне на обектите, за одобряването и изискванията към схемите и проектната документация...“, т.е. подобно предложение е незаконосъобразно.

Освен това, според така въведения ред с настоящия Проект за изменение на НПОРИМДЕРТСО следва фирмите-оператори на РЕ да извършат допълнително следните действия:

1. Да бъде подадено Заявление за издаване на Разрешение за поставяне с пълен набор от документи, съгл. Чл. 28 и Приложение 4 от НПОРИМДЕРТСО.
 - схема за поставяне
 - геодезическо заснемане
 - пълната проектна документация, одобрена от експлоатационните дружества
 - проект за външни ел. връзки
 - Декларация за растителност
2. След Разрешение за поставяне и изграждане на РЕ, в 7 дневен срок следва да бъде подадена нова документация за въвеждането на обекта в експлоатация, която по обем е по-голяма от първоначално подадената.
3. По т.1.4 възниква въпросът, след като поставянето на рекламните елементи ще се извършва от избрана фирма по ЗОП, съгл. Чл.24, ал. 3, защо се изисква геодезичното заснемане за съответствие на РЕ с одобрената схема да бъде извършвано от фирмата-наемател. Това следва да бъде отговорност на фирмата, поставяща самите рекламни елементи?! **Допълнителен финансов разход за фирмите-оператори на РЕ.**
4. По т.1.5 се изисква сертификат за безопасност на конструкцията. Не е ясно от чия компетенция следва да бъде издаден този документ – дали проектантите ще инспектират собствения си проект на място или друг орган трябва да удостовери годността на конструкцията.
5. По т.1.6. Декларация на техническо лице относно реализацията на проекта – кое техническо лице се има предвид – изпълнителят на изграждането (по Чл.24.3. е общинска фирма), изпълнителят на самият рекламен елемент или и двете лица?
6. По т.1.7. е необходимо проектантският екип също да бъде надзорник на изпълнените обекти. Тези дейности също ще трябва да бъде обезпечена финансово от фирмите-оператори.
7. По т.1.10. следва да бъде направено измерване на заземяването, което означава, че при много от фундаментите ще трябва да се копае за нови заземявания. След измерване, ако се окаже недостатъчно заземяването ще трябва наново да се копае, за да бъде поставен втори или трети заземителен кол при необходимост.

Трябва да се има предвид, че най-често проблеми със заземяването има тогава, когато не се копае в пръст, а в изкуствени насипи, дренажи и т.н. За съжаление, в повечето случаи билбордовете около пътя попадат в насипа на пътя! Задължително ще бъде и измерването на импеданса, т.е. замерване на съпротивлението на външните връзки спрямо инсталацията на ЧЕЗ. Всички тези дейности предполагат нови разходи за замерване и оперативно време.

8. По т.1.11. протокол, подписан от титуляра на РП и фирмата-изпълнител по ЗОП за поставяне на РЕ – още един етап от администрирането на рекламния елемент, който ще зависи от 3-та страна и ще отнеме допълнително времеви ресурс!!!

СЛЕД ВСИЧКО ИЗБРОЕНО ПО-ГОРЕ СЧИТАМЕ, ЧЕ НОВОВЪВЕДЕНИТЕ ИЗИСКВАНИЯ ДОСТИГАТ ДО СВРЪХРЕГУЛАТИВНА СИСТЕМА, КОЯТО ОТ СВОЯ СТРАНА ЩЕ УВЕЛИЧИ ДО НЕВЪЗМОЖНОСТ ФИНАНСОВАТА ОТГОВОРНОСТ НА ФИРМИТЕ-ОПЕРАТОРИ И ЩЕ СЕ ПРЕВЪРНЕ В ПРЕЧКА ЗА ИНВЕСТИЦИИ В СЕКТОРА. НЕ ПО-МАЛКО СМУЩАВАЩО Е И ДРАСТИЧНОТО УВЕЛИЧАВАНЕ НА АДМИНИСТРАТИВНОТО ВРЕМЕ НА ЦЯЛАТА ПРОЦЕДУРА ДО ПРАКТИЧЕСКОТО ИНСТАЛИРАНЕ НА РЕКЛАМНИЯ ЕЛЕМЕНТ.

Тези два фактора – нарастващата инвестиция и дългата административна процедура напълно обезсмислят стартирането на нови проекти, защото за краткия 5 годишен срок след получаване на Разрешение за поставяне, фирмите оператори ще влязат в нова дълга административна процедура по издаване на Удостоверение за експлоатация, която също ще трябва да бъде финансово обезпечена. Така има сериозен риск рекламният елемент да не може да възвърне първоначалната си инвестиция!

5. Проект на изменение, Чл. 30:

Чл. 30. (3) Разрешенията за поставяне на съоръжения по чл. 184, ал. 1 или 2 от Закона за устройство на територията и на монументално-декоративните елементи по чл. 67 се издават без определен срок.

(5) (Отм. - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) В 6-месечен срок преди изтичане на срока на действие на разрешението за поставяне лицето по чл. 24, ал. 2 може да поиска ново разрешение за поставяне на същото място за същия обект в случаите, в които той отговаря на нормативните изисквания за това. Към заявлението се прилага декларация, че не са настъпили промени в основанията за издаване на разрешението, документи, доказващи безопасността на конструкцията и правилното функциониране на инсталациите и съоръженията в обекта и временните връзки с мрежите и съоръженията на техническата инфраструктура, и снимков материал към момента на подаване на заявлението. В тези случаи не се представя нова документация по чл. 28.

НОВИ РАЗПОРЕДБИ АЛ. 9-11

(9) Преместваемият обект или рекламен елемент не се премахва, когато в срока по ал. 5 е издадено ново разрешение за поставяне. Разрешението за поставяне се издава със срок

на действие по ал. 1, който започва да тече от датата, следваща датата на изтичане на старото разрешение.

(10) С издаването на ново разрешение за поставяне по реда на ал. 9 удостоверението за въвеждане в експлоатация на преместваемия обект или рекламния елемент се удължава за същия срок, което се отбелязва в разрешението за поставяне.

(11) Органът, компетентен да издаде разрешението за поставяне, може да назначава комисия от лица по чл. 223, ал. 2 от Закона за устройство на територията за установяване на обстоятелствата по ал. 5.

Предложение:

Срокът на Разрешенията за поставяне на бъде върнат на 10г., съгл. Наредба с Реш. № 717/06.11.2014 г.

Мотиви:

Асоциациите ни СА СЪГЛАСНИ с предложения механизъм за преиздаване на Разрешение за поставяне.

Бихме искали обаче за пореден път да обърнем внимание на срока на Разрешенията за поставяне, изменен съгл. Решение № 675 по Протокол № 61 от 27.09.2018 г. на СОС – 5 години!

С предвидените изменения в настоящия проект за изменение на НПОРИМДЕРТСО е очевидно, че срокът от одобряването на схемата за поставяне до въвеждането на обектите в експлоатация ще бъде удължен. Практиката показва, че издаването на Разрешение за поставяне отнема минимум 1 година до получаването на крайния разрешителен документ. Хипотетично, с провеждането на процедура по свързването на временния обект с мрежата на техническата инфраструктура и въвеждането на обекта в експлоатация, времето за администриране на всеки отделен преместваем обект или рекламен елемент ще бъде удължено. Това ще бъде и допълнителна финансова тежест за фирмите-изпълнители, тъй като сроковете на договорите със собствениците на наетите имоти ще бъдат в ход преди започването на всички процедури.

Не по-малко значим е и аргументът, че всички тези финансови тежести от заплащането на наеми и допълнителни такси ще увеличи първоначалната инвестиция на всеки билборд и в резултат на това, ще се стигне до пестене на средства при неговото производство. Какво имаме предвид, тъй като за краткия 5 годишен период на ползване фирмата-оператор ще иска да възвърне първоначалната си инвестиция и да започне да печели от експлоатацията на билборда, най-логично е да бъде намален единственият оставащ разход – неговата себестойност. Увеличената инвестиция в едните разходни пера е предпоставка за намаляването на други. Ползването на по-ниско качествени материали с кратък срок на амортизация ще доведе до поставянето на олекотени и нестабилни рекламни елементи, с компромисно покритие на конструкциите. Едва ли искаме да си спомним как изглеждаше столицата ни с олющени билбордове преди 15 години.

6. Проект на изменение, „Технически правила за поставяне на преместваеми обекти и рекламни елементи“:

2. Правила за разполагане на рекламни елементи върху тротоари и в поземлени имоти:

2.1. Самостоятелните рекламни елементи се класифицират според рекламната си площ (едностранна) като:

2.1.1. Рекламни елементи с рекламна площ от 24 м² до 60 м² включително;

2.1.2. Рекламни елементи с рекламна площ от 12 м² до 24 м² включително;

2.1.3. Рекламни елементи с рекламна площ от 2 м² до 12 м² включително;

2.1.4. Рекламни елементи с рекламна площ до 2 м² включително.

2.2. Елементите по т. 2.1.1. се поставят:

- на разстояние $\geq 65,00$ м преди и $\geq 39,00$ м след кръстовище за елементите върху тротоари и извън границите на УПИ;

- на височина $\geq 4,50$ м от нивото на прилежащия терен до долния ръб на рекламното пано;

- на разстояние $\geq 1,00$ м от бордюрната линия, мерено по проекцията на рекламното пано;

- при спазване на следните разстояния между два рекламни елемента от същия вид при градски магистрали и булеварди:

- I-ви клас - $\geq 390,00$ м.;

- II-ри клас - $\geq 260,00$ м.;

- III-ти клас - $\geq 195,00$ м.

2.3. Елементите по т. 2.1.2. се поставят:

- на разстояние $\geq 50,00$ м преди и $\geq 30,00$ м след кръстовище за елементите върху тротоари и извън границите на УПИ;

- на височина $\geq 4,50$ м от нивото на прилежащия терен до долния ръб на рекламното пано;

- на разстояние $\geq 1,00$ м от бордюрната линия, мерено по проекцията на рекламното пано;

- при спазване на следните разстояния между два рекламни елемента от същия вид при градски магистрали и булеварди:

- I-ви клас - $\geq 300,00$ м.;

- II-ри клас - $\geq 200,00$ м.;

- III-ти клас - $\geq 150,00$ м.

2.4. Елементите по т. 2.1.3. се поставят:

- на разстояние $\geq 30,00$ м преди кръстовище и $\geq 10,00$ м след кръстовище за елементите върху тротоари и извън границите на УПИ;

- на разстояние $\geq 1,00$ м от бордюрната линия, мерено по проекцията на рекламното пано;

- на височина $\geq 2,50$ м от нивото на прилежащия терен до долния ръб на рекламното пано;

- при спазване на следните разстояния между два рекламни елемента от същия вид при булеварди:

- I-ви клас - $\geq 100,00$ м.;

- II-ри клас - $\geq 80,00$ м.;

- III-ти клас - $\geq 60,00$ м.

2.5. При определяне на разстоянието между два елемента от различен вид, се изисква спазване на нормата за разстояния между елементи от по-малкия вид.

Разстоянията по класове улици между елементи от различен вид се определят, както

следва:

- за улици I клас :
- между елементи 2.1.1 и 2.1.2. – 300 м;
- между елементи 2.1.1. и 2.1.3. – 100 м;
- между елементи 2.1.2 и 2.1.3. – 100 м;

За улици II клас:

- между елементи 2.1.1 и 2.1.2. – 200 м;
- между елементи 2.1.1. и 2.1.3. – 80 м;
- между елементи 2.1.2 и 2.1.3. – 80 м;

За улици III клас:

- между елементи 2.1.1 и 2.1.2. – 150 м;
- между елементи 2.1.1. и 2.1.3. – 60 м;
- между елементи 2.1.2 и 2.1.3. – 60 м;

2.6. При разполагане на рекламни елементи в имоти, попадащи едновременно в пространствената рамка на две улици от първостепенната улична мрежа (ъглови имоти) или в прилежащите им тротоари елемент се счита за разположен по правилото на „другата улица“ в случай че е на разстояние повече от 30 метра от имотната граница към основната улица.

Предложение 1:

Точки 2.1.1 и 2.1.2 да се обединят като се прилагат отстоянията описани по-долу. Няма никакво основание за въвеждане на подкласове за тип «мегаборд», която съгласно международната практика е с площ над 12 кв.м. без горна междинна граница. Още повече, почти всички рекламни елементи с разрешения до 24 кв.м., са с реални размери 8.3м на 3.3м или 27.39 кв. м. Обедняването на тези две категории ще доведе до опростяване и елиминирание на възможностите за разнопосочни интерпретации.

2.1.1. Рекламни елементи с рекламна площ от 12 м² до 60 м² включително;

2.1.2. Рекламни елементи с рекламна площ от 2 м² до 12 м² включително;

2.1.3. Рекламни елементи с рекламна площ до 2 м² включително.

2.1. Елементите по т. 2.1.1. се поставят:

- на височина $\geq 4,50$ м от нивото на прилежащия терен до долния ръб на рекламното пано;
- на разстояние $\geq 1,00$ м от бордюрната линия, мерено по проекцията на рекламното пано;
- при спазване на следните разстояния между два рекламни елемента от същия вид при градски магистрали и булеварди:
 - I-ви клас - $\geq 300,00$ м.;
 - II-ри клас - $\geq 200,00$ м.;
 - III-ти клас - $\geq 150,00$ м.

2.2. Елементите по т. 2.1.2. се поставят:

- на разстояние $\geq 1,00$ м от бордюрната линия, мерено по проекцията на рекламното пано;
- на височина $\geq 2,50$ м от нивото на прилежащия терен до долния ръб на рекламното пано;
- при спазване на следните разстояния между два рекламни елемента от същия вид при

булеварди:

- I-ви клас - $\geq 100,00$ м.;
- II-ри клас - $\geq 80,00$ м.;
- III-ти клас - $\geq 60,00$ м.

2.3. При определяне на разстоянието между два елемента от различен вид, се изисква спазване на нормата за разстояния между елементи от по-малкия вид.

Разстоянията по класове улици между елементи от различен вид се определят, както следва:

За улици I клас :

- между елементи 2.1.1 и 2.1.2. – 100 м;

За улици II клас:

- между елементи 2.1.1 и 2.1.2. – 80 м;

Мотиви:

Като цяло правилата за отстоянията са твърде казуистични и неясни, както до момента, така и предлаганите нови правила. Много от хипотезите са лишени от практически правен и житейски смисъл или в различни случаи се интерпретират по различен начин. Предлагаме тези правила да бъдат опростени и изчистени от неясноти, без да приоритизират частна собственост спрямо общинска или обратното. Целта би трябвало да бъде да се подобри визията на града, чрез повишаване на качеството, а не на количеството.

Създаването на повече категории е излишно и объркващо. Би било по-добре да се запази досегашното метриране при формат *от 2 м² до 12 м²*, а метрирането при останалите по-големи формати да бъде уеднаквено спрямо досегашните отстояния за *от 12 м² до 24 м²*. Това би улеснило всички, защото така или иначе, в категорията *от 24 м² до 60 м²* рекламни елементи са не повече от 10 броя в София.

С приемането на последните две изменения на Наредбата за реклама отстоянията между рекламните елементи постоянно се увеличаваха с всяко изменение. **Ефектът от това увеличаване все още не може да бъде видян, защото билбордовете на общинските терени са поставяни преди последните две изменения от 2014 и 2018г. Едва след провеждането на предстоящия конкурс за рекламни елементи – група Б, сега действащите отстояния по наредбата ще могат да бъдат реализирани.**

Предложение 2:

Да отпаднат отстоянията от кръстовища за рекламните елементи или да са съотносими с тези за преместваемите обекти!

Мотиви:

Смятаме, че забраната за поставяне на рекламни елементи по кръстовищата е лишена от устройствен, правен и житейски смисъл. Поставянето на РЕ по кръстовищата е стандартна световна и европейска практика. Кръстовищата са най-логичното им място от гледна точка на видимостта и безопасността. Големите кръстовища се регулират от светофари, където по правило и неизбежност МПС са в състояние на престой. В този смисъл не създават никаква опасност от ПТП. Тъй като отстоянията от кръстовища се прилагат само за РЕ в публичните пространства, забраната фаворизира частните терени и ощетява Общината. Дава се предимство на големите рекламни елементи, най-вече в съседните на кръстовищата частни имоти, които затормозяват и дееститизират градската среда в много висока степен. Рекламните елементи по регулираните кръстовища и тези с кръгово движение са най-безопасните поради самата същност на режима на кръстовищата: налагат намаляване на скоростта, даване на предимство, спиране и престой. По въпроса вече е казано достатъчно в чл. 16 (забраната за създаване на пречки) и не е нужно правилата да се задълбочават поради рискове от противоречиво тълкуване и прилагане. **Поради всичко това, предлагаме минималните отстояния от кръстовища да отпаднат изцяло.**

На първо място прави впечатление неравнопоставеността в отстоянията до кръстовища в сравнение с преместваемите обекти.

Преместваемите обекти се поставят при спазване на следните разстояния:

- ≥ 15 м преди кръстовище на улица от първостепенната улична мрежа;
- ≥ 10 м преди кръстовище на улица от второстепенната улична мрежа;
- ≥ 6 м след кръстовище;

Рекламните елементи заемат много по-малка площ в сравнение дори с най-малките преместваеми обекти!? Бихме искали да разберем какви са били мотивите Ви при определяне на тези ограничения и различия с преместваемите обекти.

При това, отстоянията в Техническите правила касаят единствено РЕ поставени в терени публична общинска собственост, а схемите за поставяне на РЕ в такива имоти се изготвят от общинската администрация и след това задължително минават на съгласуване през органите на СО и СДВР „Пътна полиция“. Т.е. процеса по допускане на РЕ в близост до кръстовища е изцяло в ръцете на общинската администрация.

Наред с това влязохме в комуникация с органите на СДВР „Пътна Полиция“ за становището им относно необходими отстояния на РЕ от кръстовищата. Както ще видите от писмото им и от приложената примерна схема, РЕ не затрудняват изискванията за допустима видимост и съответно, от гледна точка на видимостта и безопасността, не представляват пречка, дори да са разположени в непосредствена близост до самото кръстовище.

Следва писмо от СДВР „Пътна полиция“ и схема по-долу.

МИНИСТЕРСТВО НА ВЪТРЕШНИТЕ РАБОТИ
СТОЛИЧНА ДИРЕКЦИЯ НА ВЪТРЕШНИТЕ РАБОТИ
ОТДЕЛ "ПЪТНА ПОЛИЦИЯ"



ДО
СДРУЖЕНИЕ "АСОЦИАЦИЯ ПА
БЪЛГАРСКИТЕ АГЕНЦИИ ЗА ВЪНШНА
РЕКЛАМА"
ул. Чатаджка №67
па вх. №433208-11990/08.02.2022г

По пояснения в писмото Ви въпроси относно съставянето на рекламни съоръжения в зоните на кръстовищата в гр.София при спазване разпоредбите на Наредба за преследването на обекти, за рекламните, информационните и монументално – декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столична община ОПШ СДВР изразява същелото становище.

Влиянието на съоръженията върху безопасността на движение се изразява в осигуряването на видимост между транспортните потоци при преминаване през кръстовищата. Нормативните изисквания са заложили в чл.115, чл.116, чл.117, чл.118 и приложения №29 от Наредба № РД-02-20-2 за планиране и проектиране на транспортно - комуникационната система на урбанизираната територия. В площите отредени от линияте ограждащи зони за видимост се забранява разполагането на съоръжения с изключение на елементи от пътна инфраструктура и организацията на движение.

Поради еднородност на теренните характеристики на кръстовищата - габарит на пътните платна, посочност на движение на отделните платна, габарит на тротоари, зелени площи, разположение на сгради, е необходимо за всяко отделно кръстовище да се изработи проект, основан на геодезически измервания и нанесена постоянната организация на движение, който да обезпечава кръговинното, като се определят площите на зоните за видимост и линията на изградното рамкопътно което могат да бъдат изградени преместваеми обекти.

Приложение: 1 лист примерна схема за методиката за определяне на зоните за видимост.

ВИЦ НАЧАЛНИК
НА ОПШ-СДВР:
КОМИСАР ТИХОТИНОВ

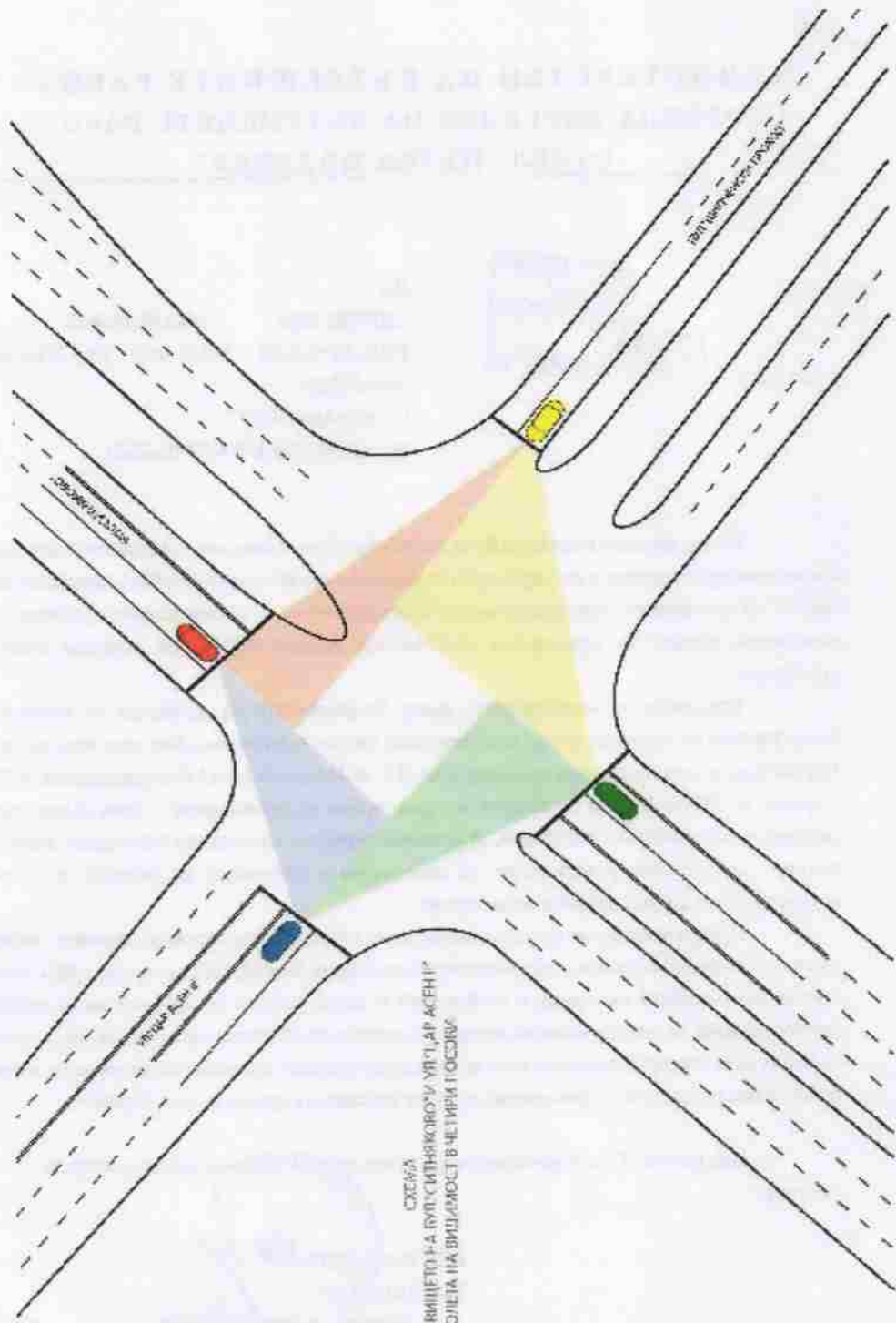


СХЕМА
 НА КРИСТОРИЩЕТО НА ПУЛСНИКОВОУ И УГЛАР АСЕН ІІ
 С ПОЛЕТА НА ВИДИМОСТ В ЧЕТИРИ ПОСОВИ

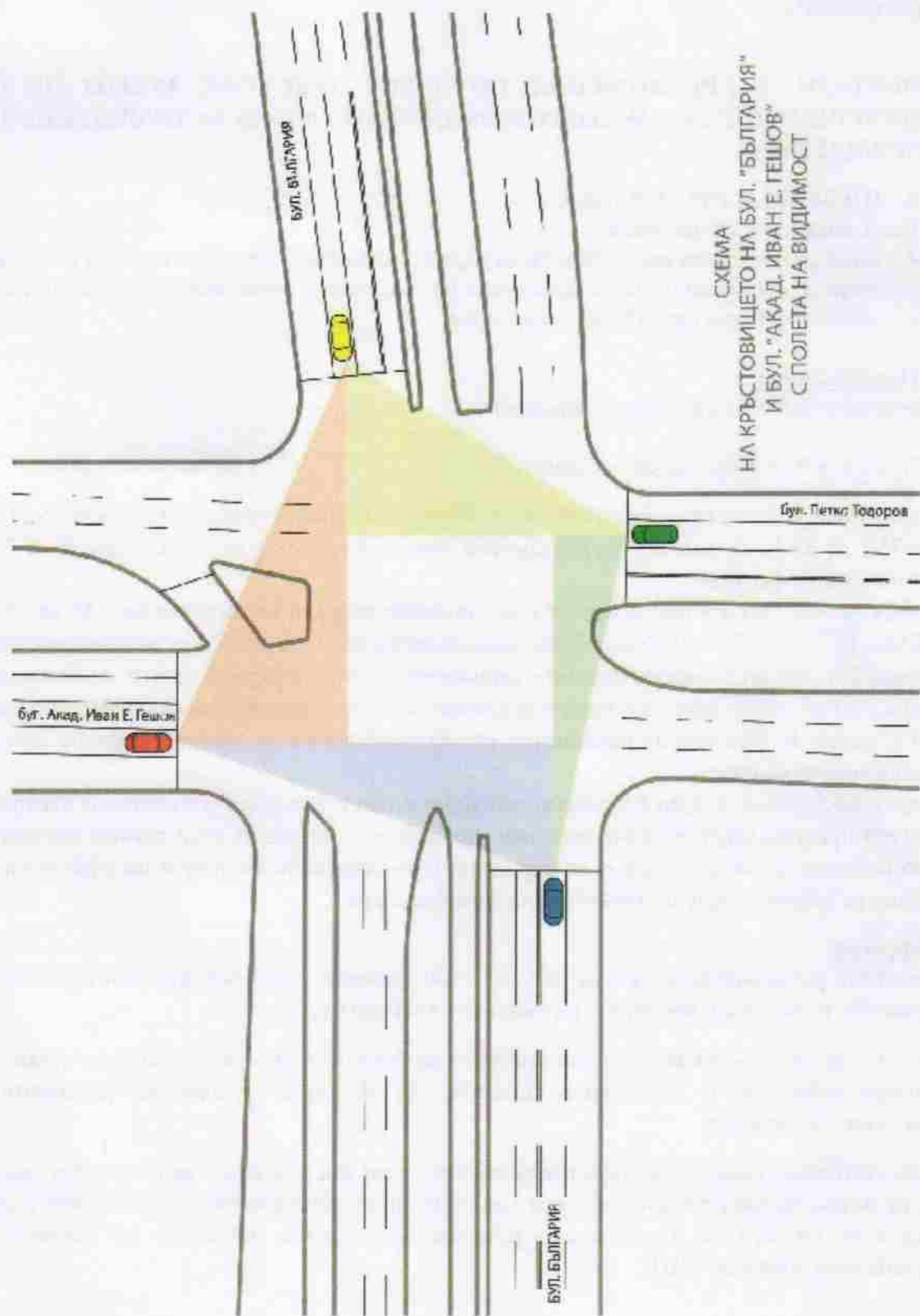


СХЕМА
НА КРЪСТОВИЩЕТО НА БУЛ. "БЪЛГАРИЯ"
И БУЛ. "АКАД. ИВАН Е. ГЕШОВ"
С ПОЛЕТА НА ВИДИМОСТ

Във връзка с всичко изредено дотук е и предложението ни да отпаднат отстоянията на РЕ от кръстовищата.

КОМЕНТАРИ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ДРУГИ ТЕКСТОВЕ, КОИТО НЕ СА ВКЛЮЧЕНИ В ДОКЛАД № СОА21-ВК08-3347-(36)/07.02.2022 ЗА ИЗМЕНЕНИЕ НА НПОРИМДЕРТСО:

7. НПОРИМДЕРТСО, Чл.16.4.

Рекламните елементи трябва:

4. *Да не се поставят върху фасади на сгради, освен върху калканни стени и стени без отвори, съобразени с индивидуалните архитектурни особености на сградата и да не заемат повече от 75% от площта им.*

Предложение:

4. Да не се поставят върху фасади на сгради.

4а. По изключение могат да се поставят:

- върху фасади на сгради, представляващи калканни стени по смисъла на т.56 от §5 от ДР на ЗУТ от ЗУТ . В тези случаи рекламните елементи не могат да заемат повече от 75% от площта на фасадата;
- върху фасади без отвори, които не представляват калкани по смисъла на т.56 от §5 от ДР на ЗУТ от ЗУТ на едропанелните секционни жилищни сгради или на самостоятелни стени без отвори на едропанелните секционни жилищни сгради, които не попадат в една равнина с фасадите с отвори и разликата в разположението на равнините е повече от 1 метър. В тези случаи рекламните елементи не могат да заемат повече от 75% от площта на фасадата;
- върху фасади без отвори на големи свободно стоящи магазини и търговски центрове, когато представляват реклама на стоки, продавани в обекта. В тези случаи местата за разполагане на такава реклама се определят с инвестиционния проект на сградата и не могат да заемат повече от 10% от площта на фасадата.

Мотиви:

Предлагаме разделянето на текста на т. 4 в три позиции с пояснения, за да има ясно и еднозначно тълкуване и прилагане на смисъла на забраната.

Целта на наредбата е да забрани използването на фасадите на сградите за разполагане на рекламни елементи. С разделянето смятаме, че се описват коректно разумните и допустими изключения.

Много секционни сгради в жилищните комплекси имат фасади, които са изцяло без отвори и на практика те представляват по своя вид стена, напълно идентична с калканната стена, определена по ЗУТ, с единствената разлика, че тя не е поставена до вътрешната регулационна линия на УПИ.

По отношение на фасадите на големите търговски магазини смятаме, че ясното регламентиране ще избегне противоречивата практика, ще допринесе за възможността за рекламиране на стоки в степен, която минимално ще увреди градската среда.

8. НПОРИМДЕРТСО, Чл. 16, (12):

Рекламните елементи трябва:

(12) да не се поставят върху терени от зелената система на Столична община.

Предложение:

Да отпадне ал.(12)!

Предлагаме да бъде създаден нов чл.23д, с който да се допусне като частен случай поставянето на рекламни елементи в 10-метровата зона в зелената площ, ограничена от уличната регулационна линия. Това няма да засегне парковете, тъй като така или иначе те са общинска собственост и само Столичният общински съвет може да реши дали да се обявява конкурс за отдаването им под наем. По-конкретно, предложението ни е за включване на следния текст:

«чл. 23д. Поставяне на рекламни елементи в терените на зелената система се допуска само в зоната в поземления имот, отстояща до 10 метра от уличната регулационна линия. Допустимият размер на рекламните елементи се определя по правилата за зоната, граничеща до съответната зелена площ.»

Както и следното допълнение към чл. 16 ал.12.:

«12. да не се поставят върху терени от зелената система на Столична община, с изключение на случаите, предвидени в чл. 23д.»

Мотиви:

Възниква принципният въпрос защо в терените, принадлежащи към зелената система не се допуска поставяне на рекламни елементи, а се допуска поставяне на всякакви други преместваеми обекти?! Съгласно чл. 16, т. 11 и 12 от действащата наредба е забранено поставянето на рекламни елементи върху дървета и върху терени от зелената система на Столична община (всички такива са обособени в Зона VI). Забраната е приета с измененията ѝ от 2014 г. В старата наредба от 2005 г и в предходните версии на действащата (от 2009 г. до 2014 г.) нямаше такива ограничения, а се прилагаше Наредбата за за изграждане, поддържане и опазване на зелената система. Понятието „зелена система“ е много широко и е определено в чл. 10, ал. 2 ЗУЗСО чрез изброяване на устройствени зони и самостоятелни терени. Законът (чл. 12, т. 5 ЗУЗСО) и наредбата обаче изрично допускат застрояване или поставяне в устройствените зони и в самостоятелните терени на зелената система на преместваеми обекти по чл. 56 ЗУТ, както и на монументално-декоративни и информационни елементи по чл. 57 ЗУТ. Това поставя остро въпросът защо не се допуска поставянето на рекламни елементи. Няма никакво правно, икономическо или социално основание за прилагане на различен стандарт към преместваемите обекти и към рекламните елементи в това отношение. Още повече, че преместваемите обекти са допустими до размер на 10 % от общата площ на поземления имот, докато рекламните елементи изискват минимална площ за своята основа.

8. НПОРИМДЕРТСО, Чл. 24:

(3) *Поставянето на преместваеми обекти и на рекламни елементи върху имоти – общинска собственост се извършва от предприятие или търговско дружество, избрано по реда на ЗОП.*

Предложение

Да отпадне!

Мотиви:

Многократно сме разисквали затрудненията, до които би довело поставянето на билбордовете от избрани по ЗОП фирми, **ТЪЙ КАТО ПРОИЗВОДИТЕЛЯТ НА РЕКЛАМНИЯ ЕЛЕМЕНТ ПРИЛАГА ЗАДЪЛЖИТЕЛНО СЕРТИФИКАТ ЗА КАЧЕСТВО НА МАТЕРИАЛИТЕ И ГАРАНЦИЯ ЗА ГОТОВИЯ ПРОДУКТ САМО ПРИ МОНТИРАНЕТО МУ ОТ НЕГО САМИЯ.** До момента тази дейност се извършва от обучени специалисти с многогодишен опит и познания в областта. Възлагането на тези функции на непознат изпълнител и допълнителната административна работа, която ще възникне в тристранната връзка СО – оператор на външна реклама – монтажна фирма, ще постави действащите компании в бранша на изпитание при изпълнение на собствените си бизнес-проекти. Възможен е и още един негатив – увеличава се възможността за създаване на корупционна практика с цел постигането на необходимите срокове за изграждане на съоръженията!

9. Приложение № 4 към чл. 28, ал. 3:

Обем и съдържание на проектна документация, по която се издава разрешение за поставяне на преместваеми обекти, елементи на градско обзавеждане, рекламни и информационни елементи:

1. За преместваеми обекти по индивидуален проект

1.3. Инженерна част:

1.3.2. Проект за ел. инсталации с указан начин на захранване включително за временни връзки;

1.3.3. Проект за ВиК и начин на захранване включително за временни връзки;

1.3.4. Проект за ОиВ включително за временни връзки;

Предложение:

Да бъде добавена отделна точка, в която да бъде изброена последователно необходимата документация за самостоятелни рекламни елементи по типов проект.

Мотиви:

В *Приложение № 4* липсва ясно подреден текст, който описва последователно необходимите документи за издаване на РП по типов проект за общински и частен имот. Всички те са споменати в отделни точки:

1. Чл. 18 - схема за поставяне

2. Чл. 19, ал. 4 – типов проект, съгласуван с дружествата
3. Чл. 23а – декларация за липса на озеленяване, издадена от общинските органи.
4. Чл. 26б - проект за външни връзки
5. Приложение №4, 5.3.3 - следва да се представи и геодезично заснемане

За РЕ по типов проект в частен имот, би следвало да се подават и документи по Чл. 24, ал. 2,(2).

С оглед на всичко изложено по-горе, считаме че предложените от нас корекции ще помогнат за функционалността на наредбата и ще бъдат изключително полезни за Столична община и за бранша, конкретно по отношение на:

- ✓ Регламентирането на външните ел. връзки при изграждане на рекламните съоръжения.
- ✓ Метрирането на РЕ от кръстовищата и в отстечките между тях и допускането за поставяне на РЕ в зони от зелената система в обхвата на пътя.
- ✓ Срока на Разрешенията за поставяне.
- ✓ Административния ред при издаване на разрешителни документи.

! Също така излагаме опасенията си, че нововъведените изисквания за издаване на Удостоверение за въвеждане в експлоатация ще доведат до свръхрегулация и нова финансова тежест върху фирмите-оператори. Драстично ще се удължи административното време от момента на подаване на заявление за РП до изграждането и въвеждането на рекламния елемент в експлоатация. Тези два фактора – нарастващата инвестиция и дългата административна процедура ще създадат сериозен риск, рекламният елемент да не може да възвърне първоначалната си инвестиция за срок от 5 години.

! Акцентираме върху необходимостта от отпадането на забраната за поставяне на РЕ в зони на зелената система. Аргументите са ни в полза на опазване на части от урбанизираната територия на града (тротоари, алеи и др.), като допускаме да бъдат направени ограничения, така че да се ползват само площите в непосредствена близост до пътя и тротоарите.

! Като препоръка обръщаме внимание върху липсата на ясно подредени изисквания и документи за издаване на РП по типови проекти.

Направени бяха бележки и по отделни тестове – Чл.23а, Чл.24,ал.3, Чл. 25а, Чл.26б, Чл.28а, Чл.30, „Технически правила за поставяне на РЕ“ и др., които биха създали затруднения при тяхното прилагане.

Като цяло ние – операторите на външна реклама в София имаме общо виждане за заобикалящата ни визуална градска среда и мястото на нашите рекламни елементи в нея. Смятаме, че въведените рестрикции относно метрирането им през 2018 са напълно достатъчни и ефектът от тях ще бъде забелязан едва след провеждането на новите конкурси, т.е. ние сме съгласни с разреждането на билбордовете в прилежащите улични терени. Съществува обаче един много по-видим, но отминаван досега проблем относно визуалния шум, създаван от множеството преместваеми обекти (павилиони, хладилни витрини, фризери и др). Техните корпуси задължително се използват за рекламни цели, като се брандират с визии на различни компании, излъчват послания, лога и то в най-натоварените зони на града – пешеходните и парковите пространства. Тогава възниква въпросът, защо само регламентиранияте съоръжения за рекламни цели търпят непрекъснати и строги рестрикции – за последните 10г. заложените отстояния между тях в наредбата непрекъснато се увеличават, ограничава се излагането на рекламни пана или покривни знаци върху сгради и т.н. В същото време в зоната на партерните етажи на града продължават да се експонират необезпокоявано рекламни визии чрез други преместваеми и мобилни обекти. Това показва, че нормативът за ограничаването на визуалния шум от тях е недостатъчен в наредбата. С настоящото ни общо становище бихме искали да насочим вниманието на Столична община именно към намаляването на визуалния шум от преместваемите обекти в града и създаването на ясен механизъм за ограничаване на рекламната дейност върху тях.

Оставаме на разположение за среща, на която детайлно да изложим аргументите ни и да коментираме предложенията ни.

С УВАЖЕНИЕ:

..
ЗА АБАВР:
МИЛЕН ПОПОВ

..
ЗА НАВР:
ТИХОМИР МЛАДЕНОВ