



НАГ-София www.sofia-agk.com
№САГ18-АХ00-452
19.04.2018
19.04.2018
Код за достъп:
BPV37F1B31F



Изх. № 04
Дата 19.04.2018

ДО:
АРХ. ЗДРАВКО ЗДРАВКОВ –
ГЛАВЕН АРХИТЕКТ НА СТОЛИЧНА
ОБЩИНА

ОТ:
„НАЦИОНАЛНА АСОЦИАЦИЯ ЗА
ВЪНШНА РЕКЛАМА“,
София, ул. „Евлоги Георгиев“ № 49
ЕИК 175074 130

Ст. Мисирева
19.04.18
1/20
Мисирева
да се види в
от 07.07.2018
СТАНОВИЩЕ

ОТНОСНО: Обществени консултации по приемане 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, публикуван на единния електронен портал на обществените консултации на Столична община

УВАЖАЕМИ ГЛАВЕН АРХИТЕКТ НА СТОЛИЧНА ОБЩИНА,

По повод публикувания проект 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 (НИД на НПОРИМДЕРДТСО) на единния електронен портал на обществените консултации на Столична община, „НАЦИОНАЛНА АСОЦИАЦИЯ ЗА ВЪНШНА РЕКЛАМА“ (наричано за краткост „НАВР“) с настоящото становище предлага следното: в текста на т. 3 на ал. 2 на чл. 17а, Раздел IIа, § 12 от НИД на НПОРИМДЕРДТСО след думата покриви да се добави „И КАЛКАНИ“, като целият текст на т. 3 да е както следва, а именно:

„§ 12. В Глава втора, се създава Раздел IIа:

Раздел IIа Ограничения за поставяне на преместваеми, на рекламни елементи и на елементи на гражданско обзавеждане

Чл. 17а

(2) Във II-ра зона се забранява поставяне на:

т.3. рекламни елементи с едностранна рекламна площ над 2 м², с изключение на рекламни елементи по покриви И КАЛКАНИ на сгради.

НАВР обръща внимание, че на всички проведени до момента официални срещи от страна на бранша с представители на общинската администрация относно текущото изменение на НПОРИМДЕРДТСО, както и на заседанията на *Работната група по оптимизация на външната реклама*, бяха прецизирани всички текстове, касаещи поставянето на рекламни елементи върху калкани на сгради, процентът заемана площ от

тях, видовете допустимост и техническите изисквания. Единодушно беше мнението, че от градоустройствена гледна точка, страничните фасади е по-добре да бъдат апликирани, отколкото да „тежат“ празни и в неподдържан вид.

НАВР изцяло подкрепя заявената политика от Направление „Архитектура и градоустройство“ на Столична община в последните години за намаляване на визуалния шум в столицата и изчистването ѝ от безразборни рекламни послания. В синхрон с основната цел за естетизиране на градската среда, асоциацията излага своите мотиви на предложението си за допълване на Чл. 17а от Раздел IIа на НИД на НПОРИМДЕРДТСО:

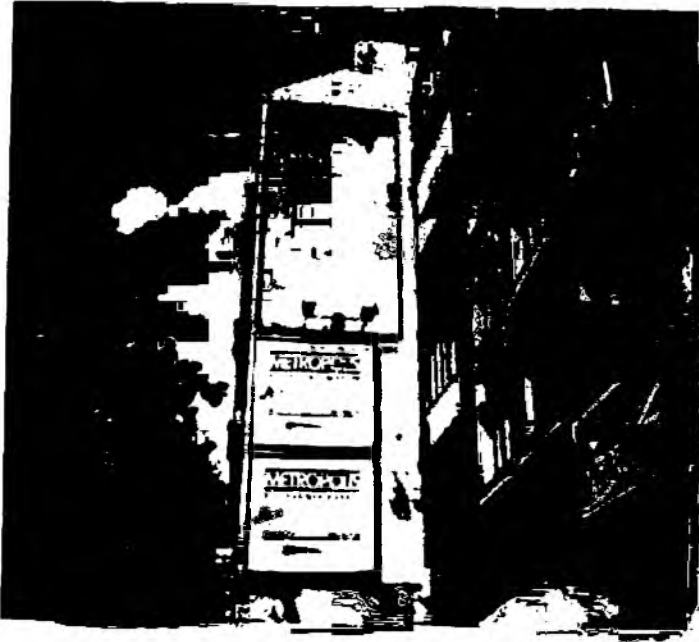
I. В „Подобряване на естетическото въздействие на градската среда“ би трябвало да се разбира не само ограничаване на рекламната бърливост, но и цялостно естетизиране на всички нейни елементи, а именно видът на съществуващите сгради. Както всички знаят, това е дългогодишен проблем за столицата. Повечето от централните кооперации поради липса на средства имат западащ и меко казано „неестетичен вид“. За част от тях, през изминалите 20 години беше успешно приложен механизмът на дотиране на ремонтните дейности чрез рекламния бизнес.

Нагледно представяме приносът на външната реклама за подобряване естетическия облик на нашата столица:

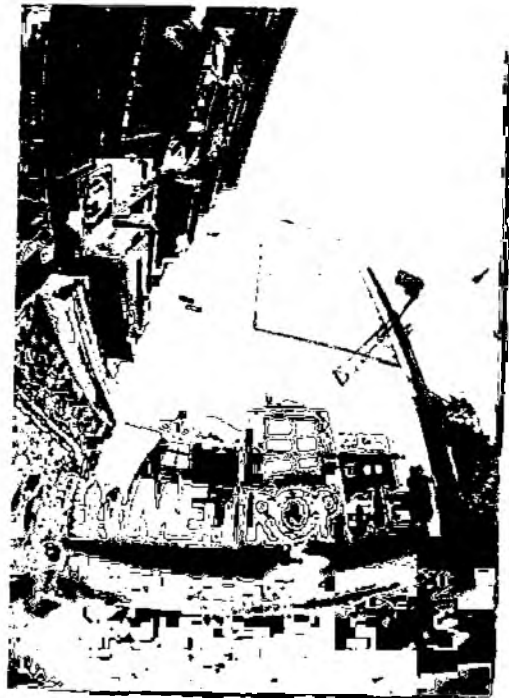
„Граф Игнатиев“ № 50



„Дондуков“ № 25



„Граф Игнатиев“ № 34



„Скобелев“ № 22



Това е малка част от всички санирани сгради в периода на наемане на техните калкани за рекламна цел. Всички калкани, на които има апликирани рекламни елементи са ремонтирани от и за сметка на бизнеса, като инвестираните средства в сградния фонд са стотици хиляди за изминалите години.

II. Рекламните елементи върху калканни стени нямат характера на свободностоящите рекламни съоръжения, които утежняват и ограничават движението в градската среда. Те се апликират в сградите и са изключително подходящи за разработване на оригинални авторски проекти, носещи освен рекламно послание и висока художествена стойност:

„Граф Игнатиев“ № 74 Б

Рекламна кампания Johnnie Walker по лимитираната „Дизайнерска серия“ на световно известен графити майстор Тристан Итън, специално проектирана за гр. София.



Ул. „Граф Игнатиев“ 50

Рекламна кампания на Becks, реализирана с използване на жив холандски мъх при изграждане на визията.



III. Защита на публичното пространство от „наситеност на средата с преместваеми, рекламни и информационни елементи“ е необходима в т. нар. „партерен етаж“ на града, на нивото на човешкото възприятие от позицията на пешеходец. Това е неоспорим факт и за непрофесионално око, като пренасищането с информация на човешкото възприятие е засилено от множеството табели, витринни реклами, павилиони, свободностоящи рекламни съоръжения и всякакви други преместваеми обекти, в повечето случаи, носещи самостоятелни рекламни послания.

Рекламните елементи върху калканите на сгради в 2-ра зона на столицата са не повече от 15 бр. Те са разположени на улици със смесен трафик: бул. „Дондуков“, бул. „Васил Левски“, бул. „Скобелев“, ул. „Гурко“ и ул. „Граф Игнатиев“ и драстично надвишават човешкия ръст, т.е. навлизат в далечната перспектива на преминаващия, която различава архитектурната цялост на сградите.

НАВР се надява, че след очевидно изложените факти, Столична община ще запази възможността за апликиране на калканните стени във втора зона.

С уважение:


/АНДРЕЙ ИВАНОВ –
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА УС НА НАВР/

082
01.12.2010г.

ПЪЛНОМОЩНО

Долуподписаният **ИВАНОВ, ЕГН**, Л.К. издадена на _____ г. от МВР _____, в качеството си на Председател на Национална асоциация за външна реклама, БУЛСТАТ 175074130, регистрирано по ф.д. № 4326/2006г. на СГС, с адрес на управление:

Адрес за кореспонденция:

УПЪЛНОМОЩАВАМ

Лулева, ЕГН _____, л.к № _____ издадена на _____ г. от МВР _____, постоянен адрес:

От името и за сметка на Национална асоциация за външна реклама :

Да представлява фирмата пред всички физически и юридически лица, държавни и общински органи и институции, финансови и бюджетни учреждения във връзка с осъществяване на дейността на асоциацията.

Упълномощената има право да отговаря на всякакъв вид сделки, отговарящи на нормативните изисквания, да ги подписва и да се разпорежда, както намери за добре с техния предмет.

Настоящото пълномощно обхваща всички дейности, неопоменати по-горе, които са свързани с реализиране на произтичащите от съответните актове права, касаещи дейността на асоциацията.

Упълномощеният няма право да преупълномощава трети лица с правата по настоящото пълномощно.

Председател 
/Иванов Иванов/