



Столична община

Входящ №

СОА18-НЦ62-662

Регистриран на 10.05.2018

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



Сдружение "Асоциация за нестандартна реклама и аутдор"

София, ул. "Загоре" 5, ет 1, ап 1, тел: +359 2 944 06 96, e-mail: sdrujenieanra@gmail.com

**ДО: Г-ЖА ЙОРДАНКА ФАНДЪКОВА
КМЕТ НА СТОЛИЧНА ОБЩИНА**

КОПИЕ: Г-Н ЗАФИР ЗАРКОВ

КОПИЕ: Г-ЖА СИЛВИЯ ХРИСТОВА ✓

КОПИЕ: Г-ЖА МИЛКА ХРИСТОВА

КОПИЕ: Г-ЖА ИСКРА АНГЕЛОВА

КОПИЕ: Г-Н БОРИСЛАВ БОРИСЛАВОВ

ОТНОСНО: Провеждане на 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

УВАЖАЕМА ГОСПОЖО ФАНДЪКОВА,

След като се запознахме с предлаганите промени 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, имаме посочените по-долу възражения и предложения за изменение на конкретни текстове на проекта, върху които обърнахме внимание чрез нашия представител, изказал се по време на обсъждането на промените на 18.04.2018г. в сградата на Столична община, ул. „Московска“ № 33, както следва:

1. Възразяваме срещу редакцията на чл. 73, ал. 1. Там е направено недостатъчно добре обмислено смесване на понятията като се приравнява предпазната мрежа, върху която се извършва рекламна дейност, на рекламен елемент и механично се смесват в едно различни форми на осъществяване на рекламна дейност. Не възразяваме срещу първите две изречения от новия текст на чл. 73, ал. 1 от Наредбата, който гласи:

„С цел финансова подкрепа за ремонт и рехабилитация на фасадите на съществуващи сгради се разрешава със заповед на кмета на съответния район извършването на рекламна дейност върху площта на покритията на скелето за срока на строително-ремонтните и възстановителни работи, но за не повече от една година. Крайният срок се вписва в разрешението, въз основа на

план-графика по ал. 5. В I-ва зона се разрешава върху предпазната мрежа да се изобразява фасадата на сградата, като рекламата може да заема до 30% от площта на мрежата.

Възразяваме, обаче срещу последното изречение, което се предлага в този нов текст на чл. 73, ал. 1, което гласи: *„За целите на тази наредба предпазната мрежа, върху която се извършва рекламна дейност, се считат за рекламен елемент“.*

Това определяне на нещо, което не е рекламен елемент (каквато е предпазната мрежа) за такъв елемент е опасно за прилагането на Наредбата, защото по своята същност предпазната мрежа не е и няма как да бъде нещо друго, освен предпазна мрежа. Ако се приеме, тя да се нарече рекламен елемент, това означава, че всички ограничения, които следва да се спазват при рекламните елементи, като: големина, отстояния, височини и пр. изисквания, визирани в Наредбата и отнасящи се до рекламните елементи, ще следва да се прилагат и за предпазните мрежи. Това е едно необосновано третиране на предпазните мрежи като рекламни елементи. рекламната дейност върху предпазните мрежи по време на санирането на сградите е инцидентна такава, защото е само по време на санирането на сградите и се прави с цел да се осигури финансова подкрепа на съответните етажни собственици;

- ако се приеме, че предпазната мрежа е рекламен елемент това означава, че рекламата върху предпазната мрежа ще следва да се подчини на правилата, които въвежда приложение № 1 към чл. 4, а именно да се спазват норми на отдалеченост, наситеност и пр., които се определят от схемите по чл. 18 на Наредбата.

- след като целта, посочена в чл. 73, ал. 1, изр.първо е да се осигури финансова подкрепа за ремонт и рехабилитация на фасади на съществуващите сгради, няма как такава инцидентна по своя характер дейност да се подчини на правилата по чл. 18 и съобразяване с приложение № 1 към чл. 4. Ако Столична община иска по-бързо да се осъществи санирането на сградите, то тя трябва да насърчава и облекчава условията за това, а не да създава пречки на гражданите това да се случва.

Ето защо, ако се приеме изречението, че *предпазната мрежа, върху която се извършва рекламна дейност, се счита за рекламен елемент* това ще представлява сигурна спирачка пред обновяването на старите сгради, за които собствениците нямат нужните средства за рехабилитация.

В тази връзка не възразяваме тестът, който беше предложен за чл. 73, ал. 1 от предишния вариант на Наредбата да остане, а именно: *„При саниране на фасадите на съществуващи сгради се разрешава със заповед на кмета на общината да се извършва рекламна дейност върху площта на покритията на скелето за срока на строително-ремонтните и възстановителни работи, но за не повече от една година“.* Този текст необосновано е игнориран и вместо него се предлага нов текст, за който се отнасят горните ни бележки и възражения.

2. Възразяваме срещу третото изречение на чл. 73, ал. 1:

„В Първа зона се разрешава върху предпазната мрежа да се изобразява фасадата на сградата, като рекламата може да заеме до 30% от площта на мрежата.“ Инициативата на Столична община за рехабилитиране и на фасади в

първа зона е изключително добро начинание, но 30% от площта на мрежата, не прави тази инициатива възможна. Както изразихме становището си на обществените консултации, предложението ни е процентът да стане 60. Така реализируемостта става реална. В чл. 73, ал. 2 предлагаме срокът, записан в края да стане 2 години вместо „1 година и половина“ и да се добави „ремонтни и възстановителни дейности по вътрешни фасади, покриви, стълбища и други според индивидуалните нужди на сградата“.

Подкрепяме строги мерки за неосъществени ремонти на фасади. Можем да съдействаме и при оформяне на текстове.

3. Възражаваме срещу въвеждането в новия текст на чл. 77, ал. 1 от Наредбата на понятията „само акционно“ и „кампанийно“, когато се извършва рекламна дейност чрез прожектиране на рекламни изображения върху сгради и други обекти. Отново аргументите ни за това са, че с ограниченията „само акционно“ и „кампанийно“ се игнорират вече направени инвестиции в рекламни съоръжения с разрешителни, които са доказали своята иновативност и вписване в околната среда. Ако в текста на чл. 77, ал. 1 от Наредбата останат понятията „само акционно“ и „кампанийно“, това отново е дискриминационна мярка, която необосновано, но целенасочено унищожава един вид рекламен бизнес, който е нов за нашия рекламен пазар, за сметка на друг стар и традиционен такъв.

Кампанийната реклама е регламентирана като отделен начин за осъществяване на рекламна дейност и подробно е развита в текста на чл. 76. Коренно различен и специфичен е начинът на осъществяване на рекламна дейност, прожектиране на рекламни изображения върху сгради и други естествени или изкуствени обекти. Недопустимо е смесването на двете форми за осъществяване на рекламна дейност, защото това ще доведе до сместване на режима и процедурите за тяхното разрешаване. Следва да се посочи, че компетентният орган за разрешаване на кампанийната реклама е кмета на съответния район, докато по отношение на разрешението за рекламна дейност, прожектиране на рекламни изображения, компетентният орган е кмета на Столичната община.

В тази връзка не възражаваме текстът, който беше предложен за чл. 77, ал. 1 от предишния вариант на Наредбата да остане, а именно: „Рекламна дейност, извършвана чрез прожектиране на рекламни изображения върху сгради и други естествени или изкуствени обекти, се допуска с разрешение на кмета на Столичната община за срока на договора със собственика на имота или за срока на даденото съгласие от собственика на имота, но за не повече от пет години“. Този текст необосновано е игнориран и вместо него се предлага нов текст, за който се отнасят горните ни бележки и възражения.

Бихме искали да подчертаем, че становището на Столична община по повод индивидуални проекти, които могат да се осъществят в пешеходни зони (LED екрани и други дигитални устройства) според нас би следвало да не бъдат игнорирани, тъй като ще оживят и оцветят околната среда. Имаме превид нетрадиционни, красиви, впечатляващи и неагресивни визии, които да извадят града ни от „меката“ на традиционната реклама, заобикаляща ни навсякъде.

Очакваме нашите бележки, предложения и възражения да бъдат взети предвид при приемане на новите текстове от Наредбата, защото те почиват на принципни и ясни правила и нужди, които са в помощ на гражданите и фирмите на територията на Столична община, а не са насочени към дискриминация и създаване на условия за необосновано доминиране на един вид реклама над друг.

С уважение:

Кр. Вълва –
Председател на УС

