

ДО:

Г-Н ЦВЕТОМИР ПЕТРОВ

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА

СТОЛИЧНИЯ ОБЩИНСКИ СЪВЕТ

ДО:

Г-Н ИВАН ПУЛЕВСКИ

Относно: Публикуван за обществени консултации проект за Наредба за изменение и допълнение на Наредбата за преместваемите обекти, за рекламните, информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столичната община

Уважаеми господин Петров,

Във връзка с публикуван за обществени консултации проект за Наредба, внесен с Доклад с рег. № СОА25-ВК66-6870/13.08.2025 г., внасям предложение за допълнение на публикувания проект, както следва:

Предлагам в чл. 31 да бъдат създадени нови алинеи 2 и 3 със следното съдържание:

(3) В издадените разрешения за поставяне на рекламни елементи за локации, които се намират на разстояние по-малко от 300 метра от образователни институции по смисъла на Закона за предучилищното и училищното образование, висши училища по смисъла на Закона за висшето образование, читалища по смисъла на Закона за народните читалища, детски площадки, ученически и студентски общежития, както и от обекти, в които се предоставят социални услуги на деца и младежи, изрично се обозначава забраната за реклама на хазартни игри.

(4) Локациите на издадените разрешения за поставяне на рекламни елементи по ал. 3 се публикуват в публичен регистър „Локации с ограничителен режим за реклама на хазартни игри“ на интернет страницата на направление „Архитектура и градоустройство“.

Внасям предложението със следните

Мотиви:

С промените в Закона за хазарта (ЗХ) от миналата година (изм. обн. ДВ, бр. 42 от 2024 г.) се въведе серия от съществени нови ограничения в рекламата на хазартни игри. Голяма част от тях засягат външната реклама.

В частност, с чл. 10, ал. 1, т. 2, 4 и 5 беше изрично забранена рекламата на хазартни игри на обществени места (включително фасади на сгради); върху имущество – държавна собственост и общинска собственост, както и върху външни рекламни съоръжения в повече от 5 на сто от общата рекламна площ на всеки доставчик на рекламни услуги чрез външни рекламни съоръжения. За пръв път се въведе и легална дефиниция на понятието „реклама на хазартни игри“ (§ 1, т. 23 от ДР на ЗХ).

Нови, по-сериозни ограничения, са предвидени и за случаите, в които рекламата на хазартни игри е по принцип възможна. От основно значение за общините е правилото, че реклама върху външни изградени съоръжения тип билборд е допустима само ако тези съоръжения се намират на разстояние не по-малко от 300 метра от образователни институции по смисъла на Закона за предучилищното и училищното образование, висши училища по смисъла на Закона за висшето образование, читалища по смисъла на Закона за народните читалища, детски площадки, ученически и студентски общежития, както и от обекти, в които се предоставят социални услуги на деца и младежи. Отстоянието се измерва по правилата на Закона за хазарта, приложими за игралните зали, както и по правилата на Наредбата за правилата, начините, техническите способности и изискванията за измерване на отстояние по чл. 44 от Закона за хазарта, приета с ПМС № 241 от 4.10.2012 г.

Също така, въведе се правилото, че реклама на дейността на организатора на хазартни игри върху фасада на съответния обект за организиране на хазартни игри не може да надвишава двадесет на сто от фасадата и не може да бъде повече от 50 квадратни метра.

Не на последно място, в чл. 10, ал. 3 бяха определени много стриктни правила и изрични ограничения не само за местата, но и за допустимото съдържание на рекламните послания.

Рекламните съоръжения, както свободностоящите, така и поставените върху фасади на сгради, съставляват рекламни и информационни елементи по

смисъла на чл. 57 от Закона за устройство на територията. Ето защо, така очертаната нова правна рамка съставлява съществено предизвикателство пред общинските съвети, общинските и районните администрации, които са компетентни да регулират, разрешават, контролират и премахват рекламно-информационни елементи. Контролът в момента не е ефективен. Той по принцип е и много труден поради множеството участници и сложните вериги за доставка и изпълнение на рекламни услуги, които включват множество междинни звена между възложителя хазартен оператор и крайния изпълнител – оператор на съоръжения за външна реклама. Тази верига обхваща креативни агенции, копирайтьри, фирми за изпълнение на предпечатна подготовка и печат, медиа шопове (доставчици на комплексни рекламни услуги), фирми за транспорт и монтаж и др.

По изложените причини за всички участници в процеса, за общинските органи и за обществеността би било изключително полезно да бъде въведена система за улеснена проследимост на допустимите места за реклама на хазартни игри. Това би позволило операторите в рекламния бизнес, общинските и районните администрации, както и гражданите, да правят лесни и бързи справки за местата, на които по никакъв начин не може да се поставят рекламни послания, свързани с хазартни игри. Смята се, че това ще допринесе за създаването на правна сигурност и предвидимост за всички участници в процесите, от една страна, а от друга страна ще доведе до ефективно изпълнение на закона.

С уважение,

Бонка Василева

Председател на работна група във връзка с актуализация на нормативната уредба на СО по отношение на прилагането на Закона за изменение и допълнение на Закона за хазарта, обн. ДВ, бр. 42/14.05.2024 г.