



Българска асоциация за външна реклама

ДО

Г-Н ИВАН ПУЛЕВСКИ

e-mail: stanovishta@spasisofia.org

Становище

По публикувания 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 ПУЛЕВСКИ,

Във връзка с публикувания за обществени консултации проект за Наредба, внесен в Столичния общински съвет с Доклад с рег. № СОА25-ВК66-6870/13.08.2025 г., предлагаме следните изменения и допълнения по проекта:

- 1. Предлагаме максималният срок на разрешенията за поставяне на рекламни и информационни елементи да стане 10 години.** За целта предлагаме изменения в чл. 30, ал. 1 от Наредбата като думите „но за не повече от пет години“ бъдат заменени с думите „но за не повече от десет години“, като текстът придобие следния вид:

„Чл. 30. (1) (Изм. - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) Разрешение за поставяне на преместваеми обекти и на рекламни елементи се издава за срока на договора със собственика на имота или за срока на даденото съгласие от собственика на имота, но за не повече от десет години.“

Мотивите ни за това са следните. До 2014 година срокът на разрешенията за поставяне беше 10 години. Той беше съкратен от десет на пет години с действащата Наредба, приета през 2014 г. и изменена през 2018 г. Досегашната практика по прилагането на наредбата доказва, че намаляването на срока е напълно неоправдано, поне що се отнася до елементите по чл. 57, ал. 1 от Закона за устройство на територията. Има съществена разлика между преместваемите обекти по чл. 56 ЗУТ и рекламните елементи по чл. 57, ал. 1 ЗУТ. Преместваемите обекти традиционно съставляват малки търговски обекти, които се премахват далеч по-трудно. Не така обаче стои въпросът с рекламните елементи. Те имат характерно присъствие в градската среда, поставени са по силата на подробна схема за целия град и са под непосредствения контрол на НАГ и главния архитект. Практиката показва, че честото издаване или преиздаване на разрешения за поставяне за едни и същи локации по схемата натоварва изключително много, както общинската администрация, така и операторите на рекламни елементи. Такова допълнително натоварване, включително финансово, не кореспондира с официално обявената правителствена и общинска политика за намаляване на административната тежест върху бизнеса. По икономическа логика сроковете на разрешенията за поставяне следва да бъдат адекватни спрямо сроковете на амортизация на самите рекламни елементи. При краткия срок се проявява тенденция към значително повишаване на разходите за външна реклама, оттам - повишаване цените на услугите за рекламодателите, намаляване

интереса към този вид реклама и изместване на фокуса ѝ към другите медии, а в крайна сметка - намаляване приходите на всички заинтересовани страни, включително и на Столична община.

2. На второ място, предлагаме да **отпадне изискването за одобряване на схеми за поставяне на рекламни елементи като условие за издаване на разрешение за поставяне.**

Нашите съображения за това предложение произтичат от пряко приложими норми на Закона за устройство на територията. Действащата разпоредба на чл. 57 ЗУТ не изисква одобряване на схема за поставяне на рекламни, информационни и монументално-декоративни елементи. Такова изискване има само за преместваемите обекти по чл. 56, ал. 1, т. 1 и 2 ЗУТ. Съгласно чл. 56, ал. 2 ЗУТ за обектите по ал. 1, т. 1 и 2 се издава разрешение за поставяне въз основа на схема и проектна документация, одобрени от главния архитект на общината. За разлика от тази разпоредба чл. 57, ал. 1 ЗУТ гласи, че върху недвижими имоти могат да се поставят рекламни, информационни и монументално-декоративни елементи въз основа на разрешение за поставяне, издадено по ред, установен с наредба на общинския съвет по чл. 13а или по чл. 56, ал. 2. Ето защо, по аргумент на противното основание за рекламни, информационни и монументално-декоративни елементи не следва да се одобрява схема за поставяне. Законодателят е установил този ред, тъй като елементите по чл. 57, ал. 1 имат своя проектна документация, която се представя съгл. чл. 28 от наредбата и Приложение № 4 към чл. 28, ал. 3 от нея. Всяко изискване на документация, която не е предвидена в закона, води до незаконосъобразност, до увеличаване на и без това високата административна тежест върху икономическите оператори и гражданите – собственици на поземлени имоти, както и до изкуственото генериране на правни спорове. Изискването за одобряване на схема за рекламни елементи е също така прекомерно и не съответства на целта на закона.

3. Третото ни основно предложение е да **отпаднат предлаганите промени в т. 2.2, 2.3, 2.4 и 2.6 на Приложение № 1 към чл. 4, с което бяха увеличени изискваните максимални разстояния между** рекламни елементи по начин, при който разстоянията за улиците от III клас се увеличиха значително, като бяха уеднаквени с разстоянията за улиците от II клас. Предложението е по същество да не се правят промени в изискванията за разстояния между два елемента от различен или еднакъв вид.

МОТИВИТЕ ни за това произтичат от обстоятелството, че тези разстояния вече бяха увеличени значително при предишни изменения на Наредбата и понастоящем са повече от достатъчни. Нови промени ще създадат допълнителна административна тежест и несигурност за бизнеса. В този смисъл предложението е и несъответно на целите, които са дефинирани в неговите мотиви.

С УВАЖЕНИЕ:

Любомир Павлов

Председател на УС на БАВР

Милен Попов

Член на УС на БАВР