



Столична община

Входящ №

СОА25-ВК66-6870

Регистриран на 13.08.2025

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

СТОЛИЧНА ОБЩИНА СТОЛИЧЕН ОБЩИНСКИ СЪВЕТ

1000 София, ул. Московска №33, Тел. 93 77 591,

Факс 98 70 855, e-mail: info@sofcouncil.bg

ДО:

Г-Н ЦВЕТОМИР ПЕТРОВ

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА

СТОЛИЧНИЯ ОБЩИНСКИ СЪВЕТ

ДОКЛАД

ОТНОСНО: 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

На основание чл.21 от Закона за местно самоуправление и местна администрация.

УВАЖАЕМИ ГОСПОДИН ПРЕДСЕДАТЕЛ,

Предлагаме Столичен общински съвет да приеме изменения и допълнение в Наредба за преместваемите обекти, за рекламните, информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столична община, както това е описано в настоящия доклад, като преди приемането на измененията и допълненията в наредбата бъде проведена процедурата по обществено обсъждане.

I. Причините, които налагат приемането на промените :

Настоящото предложение за изменение и допълнение на Наредбата за преместваемите обекти, за рекламните, информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столична община се мотивира от необходимостта да бъде подобрена регулацията, уреждаща поставянето и експлоатацията на тези обекти, така че тя да отговаря на актуалните предизвикателства в градската среда, да осигури по-голяма предвидимост, прозрачност и ефективност в работата на

администрацията, както и да гарантира правата на гражданите и бизнеса при спазване на обществения интерес.

НПОРИМДЕРДТСО е приета на основание чл. 56, ал. 2 и чл. 57, ал. 2 от Закона за устройство на територията. С тези разпоредби законът е оправомощил общинските съвети да приемат правила за поставяне на преместваеми обекти, вкл. рекламни елементи, като уредят одобряването на схеми за тяхното разполагане и издаването на разрешения за поставянето им. Динамиката в градското развитие налага периодична преоценка на действащите правила и нормативи по устройството на територията. Докато по отношение на преместваемите обекти има известен напредък по отношение на качеството и ограничаване на количеството, то елементите за външна реклама са обект на трудно контролирано разпространение. Това доведе до рязко претоварване на визуалната среда в града, натрупване на конфликти в облика на градските пространства, сградите и архитектурните ансамбли, вместо тяхното решаване, генериране на допълнителни рискове за пътната безопасност и създаване на допълнително наднормено светлинно замърсяване. Всичко това налага адаптирането на правилата за поставяне и експлоатация на рекламни елементи за външна реклама към новите, по-високи очаквания и изисквания за естетизация, безопасност и удобство на градската среда за нейните обитатели. Тези очаквания и изисквания не могат да бъдат удовлетворени от сега действащите разпоредби на наредбата, поради което е необходимо тяхното доразвитие и надграждане.

Налице е сериозна необходимост от въвеждане на по-прецизни правила, свързани със сроковете за административно произнасяне, условията за поставяне на елементи в различните градски зони, публикуването на схемите и разрешенията, както и ограничаване на възможностите за визуално и светлинно замърсяване, особено в жилищните квартали. Част от настоящите текстове са неясни, противоречиви или технически неизпълними и водят до спорове, забавяне и нееднакво третиране. Предложените изменения целят именно преодоляване на тези слабости чрез систематичен и обоснован подход.

II. Целите, които се поставят с предложените промени:

Основната цел на предложените промени е да се подобри цялостната регулация на рекламната дейност в публичното пространство на София, така че тя да допринася за по-естетична, безопасна и достъпна градска среда. Въвеждат се нови ограничения за разполагане на рекламни елементи в зони с жилищна функция, определят се конкретни изисквания към типовите проекти, разширява се обхватът на публичността чрез задължително публикуване на разрешенията и цифровизация на данните. Също така се създават правила за изменения в издадени разрешения при промяна на обстоятелствата, с което се цели да се намали административната тежест за бизнеса и да се улесни адаптацията към обективни промени в средата. Чрез прилагането на принципа на равнопоставеност и на правната сигурност се осигуряват по-добри условия за гражданите, инвеститорите и администрацията.

Предложените изменения и допълнения имат за цел и значителното опростяване на техническите правила за поставяне на рекламни елементи (Приложение № 1 към чл. 4) по посока на яснота, разбираемост и изпълнимост. С промените се цели намаляване броя на билбордовете и тяхната честота (интензивността) на разполагане по пътищата чрез увеличаване на изискуемите отстояния между тях, независимо от техния вид. Досегашните допустими разстояния се увеличават и в редица случаи се изравняват за билбордове от различни видове. Това става включително чрез промяна в начина и формулата, по който се калкулират разстоянията между два съседни рекламни елемента. Също така, отстраняват се редица вътрешни логически противоречия между отделни позиции на техническите норми, с които се постига яснота и се предотвратява възникването на разнопосочно тълкуване и произволно прилагане на нормативите.

Не на последно място, налага се в наредбата да бъдат въведени отразени промени, наложени от решения на Административния съд София-град и Върховния административен съд, с които бяха отменени отделни разпоредби на наредбата.

III. Финансовите и други средства, необходими за прилагането на новата уредба:

За прилагането на измененията не се предвиждат нови значителни финансови ангажименти за Столична община. Предложените промени се изпълняват в рамките на съществуващия административен капацитет на направление „Архитектура и градоустройство“, районните администрации и дружеството „ГИС – София“ ЕООД. Разходите по актуализация на публичните регистри и цифровата карта са част от обичайната дейност на общинските структури и няма да изискват допълнителен ресурс. Част от измененията, свързани с отпадане на режима за въвеждане в експлоатация на рекламни елементи, както и съкращаването на административни процедури, ще имат дори ефект на оптимизация и спестяване на ресурси, както за администрацията, така и за гражданите и бизнеса.

IV. Очаквани резултати от прилагането, включително финансовите, ако има такива;

Очаква се с приемането на предложените изменения да се постигне повишаване на качеството на градската среда, намаляване на визуалната и светлинна агресия в жилищните зони, както и ограничаване на възможността за незаконни или неетични практики в рекламната дейност.

Предоставянето на повече публичност и достъп до информация ще укрепи доверието в институциите и ще намали предпоставките за административен произвол. Същевременно се очаква, че стандартите за разполагане на елементи на градското обзавеждане и рекламни носители ще повлияят положително върху облика на града, включително в периферните квартали, като се постигне по-справедливо третиране между централните и периферните части на София.

От икономическа гледна точка, по-ясните и предвидими правила ще създадат по-благоприятна среда за дългосрочно планиране от страна на търговците и рекламодателите и ще ограничат необходимостта от скъпи и често безрезултатни съдебни спорове.

Като допълнителен ефект, повишаването на изискванията за пространственото разположение на рекламните елементи ще позволи упражняването на по-ефективен контрол и ще намали административните разходи за това. Очаква се намаляване на цялостния брой на рекламните елементи, ограничаване на техния брой и размери в жилищните зони и отпадане на елементите за покривна реклама след изтичане срока на издадените разрешения за поставяне, т.е. не по-късно от следващите 3-5 години. Тези обстоятелства ще доведат до увеличаване на средната цена за отдаване под наем на части от общински недвижими имоти за разполагане на преместваеми обекти и рекламни елементи. В резултат на това се очаква сигурно и устойчиво повишаване на собствените приходи на Столичната община от наемни договори.

V. Анализ за съответствие с правото на Европейския съюз.

Предложените изменения не противоречат на Правото на Европейския съюз. Те са свързани с преместваемите обекти, за рекламните, информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столична община, както и с привеждане на нормативната уредба на местно ниво в съответствие с действащото национално законодателство.

Предлагаме следните конкретни изменения в текста на Наредбата със следните мотиви:

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 3. (1) (Изм. Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г.) Разрешения за поставяне на преместваеми обекти, рекламни, информационни и монументално декоративни елементи и елементи на градско обзавеждане се издават въз основа на схеми за поставяне и проектна документация, одобрени от главния архитект на СО. (2) Схемите за поставяне по ал. 1 се публикуват на интернет страницата на направление „Архитектура и градоустройство“ на Столична община www.sofia-agk.com	Чл. 3. (1) (Изм. Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г.) Разрешения за поставяне на преместваеми обекти, рекламни, информационни и монументално декоративни елементи и елементи на градско обзавеждане се издават въз основа на схеми за поставяне и проектна документация, одобрени от главния архитект на СО. (2) Схемите и разрешенията за поставяне по ал. 1 се публикуват на интернет страницата на направление „Архитектура и градоустройство“ на Столична община www.sofia-agk.com в срок от 14 дни от датата на одобряването им, а данните от тях се нанасят в цифровата карта на

	Столичната община, администрирана от „ГИС София“ ЕООД.
МОТИВИ: Единния публичен регистър по устройство на територията по чл. 5а ЗУТ все още не съществува и няма яснота дали и кога ще бъде въведен. Това налага да бъдат предвидени способи за публикуване на устройствените актове, които засягат преместваемите обекти по чл. 56 и 57 от Закона за устройство на територията, т.е. всички преместваеми обекти, за чието поставяне се изисква схема и разрешение. Липсата на срок за такова информиране на обществото е съществен недостатък. Той опорочава задължението за публикуване, тъй като е възможно то да не бъде изпълнено без негативни последици, т.е. юридически санкции. Предвидените срокове са основани на виждането, че публичността трябва да бъде дадена още през месеца, през който е одобрен съответния устройствен акт. Следва да се прави разлика между публикуването на разрешението и схемата (образите на текста и графичната част) от една страна, и на данните от тях. Тъй като данните се нанасят в съществуващите ГИС системи на Столичната община от друга администрация („ГИС – София“ ЕООД) за това е предвидена по-дълъг, а именно 14-дневен срок. Следва да се има предвид, че разпоредбата е дублирана в настоящия чл. 23г от Наредбата, поради което с настоящата редакция и заличаването на дублиращия текст това противоречие се отстранява.	
Чл. 10. (1) По типов проект се поставят: 1. (изм. – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) павилионите върху тротоари, площади, паркове, градини, зелени площи и други общински терени, попадащи в улична регулация, както и общински терени с предназначение за озеленяване или за обществени паркове; 2. откритите щандове и маси за търговия върху общински имоти; 3. рекламните елементи върху общински имоти; 4. обектите и елементите на спирките на масовия градски транспорт; 5. фирмените информационно-указателни табели и временните информационни елементи; 6. обществените информационни елементи; 7. съоръженията на обществените телефонни апарати (стойки, шлемове, кабинки и др.); 8. (нова – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.). рекламни елементи в	Чл. 10. (1) По типов проект се поставят: 1. (изм. – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) павилионите върху тротоари, площади, паркове, градини, зелени площи и други общински терени, попадащи в улична регулация, както и общински терени с предназначение за озеленяване или за обществени паркове; 2. откритите щандове и маси за търговия върху общински имоти; 3. рекламните елементи върху общински имоти; 4. обектите и елементите на спирките на масовия градски транспорт; 5. фирмените информационно-указателни табели и временните информационни елементи; 6. обществените информационни елементи; 7. съоръженията на обществените телефонни апарати (стойки, шлемове, кабинки и др.); 8. (нова – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) рекламни елементи в

рамката на булевардите и първостепенната улична мрежа.	рамката на булевардите и първостепенната улична мрежа.
(2) (Изм. - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.). Елементите по ал. 1, т. 3 върху публична собственост и по т. 6 се поставят само по общински типов проект.	(2) (Изм. - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) Елементите по ал. 1, т. 3 върху публична собственост и по т. 6 се поставят само по общински типов проект.
МОТИВИ: По своя правен статус общинският и корпоративният типов проект са идентични. И в двата случая типовият проект се одобрява от компетентния орган на Столичната община в рамките на едни и същи процесуални правила, което дават еднакви гаранции за защитата на обществения интерес. И в двата случая се произнася Общинският експертен съвет по устройство на територията, след което се извършва самото одобряване. Предложението за нова редакция на т. 3 от ал. 1 във връзка с предлаганата отмяна на т. 8 и ал. 2 по същество означава, че одобрен типов проект (общински или корпоративен) ще се изисква за всеки без изключение рекламен елемент върху всички държавни и общински имоти (публична и частна собственост), както и върху всички имоти на физически и юридически лица. Това предложение има за цел да подобри градската среда чрез стандартизиране на рекламните елементи и на елементите на градското обзавеждане.	
Чл. 16. Рекламните елемент трябва: 4. (изм. - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г., Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г., в сила от 14.07.2022 г.) да не се поставят върху фасади на сгради;	Чл. 16. Рекламните елементи трябва: 4. (изм. - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г., Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г., в сила от 14.07.2022 г.) да не се поставят върху фасади и покриви на сгради;
МОТИВИ: Забраната за поставяне на рекламни елементи по т. 4 се разширява и по отношение на покривната реклама. Това се налага с цел осигуряване на по-добри условия на градското обитаване. Освен естествените естетически съображения, забраната за поставяне на рекламни елементи по покривите произтича от оплаквания на живеещи в съседство със съоръженията за прекомерно светлинно замърсяване нощем. С това се нарушава правото на почивка на гражданите. От друга страна, забраната не засяга фирмените надписи, условията за поставяне на които са уредени в чл. 48 и сл. от Наредбата. Тяхното поставяне върху покриви на сгради не се ограничава с оглед на по-малките им размери, фиксираното съдържание и специфичното им предназначение. Покривите предоставят една неограничена рекламна площ, която много трудно може да се регулира и контролира поради особеностите на достъпа и условията за функциониране на етажната собственост по реда, предвиден в Закона за управление на етажната собственост. Покривната реклама, която е по правило свързана с електрическите инсталации, създава по-високи рискове от обикновените както за конструкцията на сградата, така и за безопасността на обитателите на сградата и за минувачите. Много често покривните рекламни елементи и по-скоро техните конструкции въобще не съставляват преместваеми обекти. По своята дефиниция (§ 5, т. 80 ДР ЗУТ) преместваемият обект може след отделянето му от повърхността и от мрежите на техническата инфраструктура да бъде преместван в пространството, без да губи	

своята индивидуализация и/или възможността да бъде ползван на друго място със същото или с подобно предназначение на това, за което е ползван на мястото, от което е отделен, като поставянето му и/или премахването му не изменя трайно субстанцията или начина на ползване на обекта, върху който се поставя или от който се отделя. Покривните рекламни конструкции по правило не могат да бъдат демонтирани без действия, съставляващи строеж сами по себе си. Всички основни ремонти, реконструкции и преустройства със и без промяна на предназначението на сградата и нейната покривна конструкция съставляват строеж по смисъла на § 5, т. 38 от ДР на ЗУТ. Поставянето и премахването на покривни рекламни елементи неизбежно налага изпълнението на строителни и монтажни работи и най-често съставляват основен ремонт по смисъла на § 5, т. 40 и 42 от ДР на Закона за устройства на територията, тъй като включват частично възстановяване и/или частична замяна на конструктивни елементи, основни части, съоръжения или инсталации на сградата, както и СМР, с които се заменят материали, конструкции и конструктивни елементи на сградата. Третирането на покривните конструкции като преместваеми обекти означава те да бъдат разрешавани чрез опростената процедура за одобряване на схема и издаване на разрешение по чл. 57 ЗУТ. Това обаче изключва необходимите СМР от предварителния контрол на устройствената администрация на общината. Това от своя страна пренася рисковете от отговорност за вреди върху компетентните общински органи, без да имат възможностите за прилагане на високите изисквания към инвестиционните проекти, характерни за строежите.

Забраната ще намали съществено рисковете за причиняване на вреди върху сградите и минувачите в случаите на некачествено проектиране и изпълнение на конструкцията, както и в зачестяващите природни събития с висока интензивност (бурен вятър, мъгли и др.). Тя ще намали и рисковете за безопасността на движението по пътищата и ще намали светлинното замърсяване в жилищните зони. Забраната се отнася само за рекламните елементи. Тя не засяга правото на собствениците на сгради да поставят свои и на наематели фирмени надписи върху фасадите и покривите на тези сгради по реда на чл. 48 от наредбата.

4а. (нова – Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г., в сила от 14.07.2022 г.) По изключение могат да се поставят:	4а. (нова – Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г., в сила от 14.07.2022 г.) По изключение могат да се поставят:
а) върху фасади на сгради, представляващи калканни стени по смисъла на т. 56 от § 5 от ДР на ЗУТ. В тези случаи рекламните елементи не могат да заемат повече от 75% от площта на фасадата;	а) не повече от един рекламен елемент с размер до 75% от площта на фасадата върху фасади на сгради, представляващи калканни стени по смисъла на т. 56 от § 5 от ДР на ЗУТ. В тези случаи рекламните елементи не могат да заемат повече от 75% от площта на фасадата;
б) върху фасади без отвори, които не представляват калкани по смисъла на т. 56 от § 5 от ДР на 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	б) не повече от един рекламен елемент с размер до 75% от площта на фасадата върху фасади без отвори, които не представляват калкани по смисъла на т. 56 от § 5 от ДР на ЗУТ на едропанелните секционни жилищни сгради или на самостоятелни стени без отвори на едропанелните секционни жилищни сгради, които не попадат в една равнина с

разположението на равнините е повече от 3 метра;	фасадите с отвори и разликата в разположението на равнините е повече от 3 метра;
МОТИВИ: Предложенията за ограничаване броя рекламни елементи върху калканни стени (б. „а“) и за заличаване на текста в т. 4а, б. „б“ цели да се ограничат възможностите за безконтролно разполагане на рекламни елементи върху самостоятелни стени без отвори в зоните на едропанелно жилищно застрояване, характерно най-вече за жилищните комплекси в града. Досегашното изключение е формулирано по неясен начин, поради което то може лесно да бъде заобиколено. Това от своя страна води до неговото практическо обезсилване. Освен това, целта на предлаганата промяна е политиката на Столичната община за естетизация на градската среда и създаване на по-благоприятни условия за нейното обитаване следва да се насочи и към жилищните комплекси, в които живее основната част от гражданите на София, а не само към широкия градски център и основните пътища в града, които в момента са в по-привилегировано положение. Изравняването на условията на обитаване до по-високо общо ниво е справедливата социална цел на настоящото предложение.	
9. да са ажурни в случаите на покривна реклама;	9. да са ажурни в случаите на покривна реклама;
МОТИВИ: С предложението за нова редакция на т. 4 по-горе се въвежда принципна недопустимост за поставяне на рекламни елементи на покривите на сгради. Това от своя страна обезсмисля и разпоредбата на т. 9, поради което се предлага нейната отмяна. След като покривната реклама се забранява по принцип, логическо следствие от това е и отпадането на условията за поставяне на такава.	

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 166. (Нов – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) (1) Самостоятелни рекламни елементи не могат да имат рекламна площ по-голяма от 60 м ² едностранно.	Чл. 166. (Нов – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) (1) Самостоятелни Рекламните елементи не могат да имат рекламна площ по-голяма от 60 м ² едностранно.
(2) Самостоятелни рекламни елементи с рекламна площ над 2 м ² едностранно се допускат само по улици от първи, втори и трети клас от първостепенната улична мрежа и по автомагистрала на територията на Столична община, както и в прилежащите на тези улици имоти.	(2) Самостоятелни Рекламни елементи с рекламна площ над 2 м ² едностранно се допускат само по улици от първи, втори и трети клас от първостепенната улична мрежа и по автомагистрала на територията на Столична община, както и в прилежащите на тези улици имоти.
МОТИВИ:	
Досегашното ограничение на размера на рекламната площ се прилага само за „самостоятелните“, т.е. по презумпция свободностоящи рекламни елементи. По такъв начин всички останали рекламни елементи могат да бъдат с произволни	

размери, независимо от мащаба на градската среда, в която се поставят. От друга страна, в ЗУТ и настоящата наредба няма предвидена дефиниция на „самостоятелни рекламни елементи“. С предложението за нова редакция на чл. 16б, ал. 1 и 2 се цели на първо място, отстраняване на възможностите за произволно прилагане на разпоредбите, а от друга страна, разширяване обхвата на ограничението за всички рекламни елементи, включително тези по фасадите на сгради, рекламата върху предпазни мрежи на строежи и други подобни. С предлаганата редакция се привежда в изпълнение общата политика на Столичната община за изчистване на градската среда и по-конкретно на широкия център и населените зони от големи формати. Тази мярка е в съответствие със световната практика, при която ограниченията за рекламни елементи върху сгради са дори много по-големи. Това се прави за да бъде съхранен цялостния архитектурен облик на сградите. В тази насока предлаганата промяна по чл. 16б е минимална и по-скоро консервативна.

Съгласно чл. 13а ЗУТ общинският съвет има правомощието да определя специфични изисквания за облика на градските пространства, сградите и архитектурните ансамбли. С норми на такава наредба могат да се определят допълнителни изисквания към обема и съдържанието на подробните устройствени планове и на инвестиционните проекти за нови сгради, реконструкция, пристрояване и надстрояване и основни ремонти на сгради и съоръжения, улици, площади и озеленени площи, свързани с благоустрояването на градските пространства, опазването и съхраняването на архитектурните ансамбли и градската среда. Следователно, право на Столичната община е и да формулира изисквания към градската среда, с които да ограничи използването на преместваеми обекти и на рекламни елементи в определени типове поземлени имоти или върху определени типове сгради.

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 16б. (Нов Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) Рекламните елементи подлежат на въвеждане в експлоатация по реда на Глава шеста с изключение на тези по чл. 73, ал. 1.	Чл. 16б. (Нов Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) Рекламните елементи подлежат на въвеждане в експлоатация по реда на Глава шеста с изключение на тези по чл. 73, ал. 1.
МОТИВИ: По своята същност рекламните елементи са стандартизиран индустриален продукт, най-често метална конструкция, изработен в условията на серийно производство по предварително одобрени типови проекти, а в отделни случаи – по индивидуален проект, но от готови фабрично изработени и стандартизирани елементи. С оглед разпоредбите на чл. 10, ал. 1 и 2 от Наредбата, в почти всички случаи рекламните елементи са по одобрен типов проект. Въвеждането в експлоатация е административно производство, предвидено по принцип само за строежи, каквито рекламните елементи не са. Нещо повече, въвеждат се в експлоатация не всички, а само за отделни категории строежи, характерни с по-висока сложност и следователно с по-висока степен на риск – строежите от първа до пета категория. Съгласно изричната разпоредба на чл. 178, ал. 2 ЗУТ не подлежат на въвеждане в експлоатация строежите от шеста категория и временните обекти. От определенията по § 5, т. 80 и 81 ДР ЗУТ следва, че рекламните елементи и преместваемите обекти не са нито строеж, нито временен обект, и тъй като няма оправомощаваща законова норма за това, общинският съвет не разполага с правомощието да въвежда нов тип строителен режим, както поради липса на	

разпоредба в този смисъл в чл. 56, ал. 2 и чл. 57, ал. 2 ЗУТ, така и поради противоречие с чл. 178, ал. 2 ЗУТ като нормативен акт от по-висока степен.

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

(Нов – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.)

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 17а. (Нов – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) (2) Във II-ра зона се забранява поставяне на: 1. преместваеми обекти с площ над 6.50 м; 2. увеселителни преместваеми обекти; 3. рекламни елементи с едностранна рекламна площ над 2 м², с изключение на рекламни елементи по покриви и калкани на сгради и стени без отвори. (3) В III-та зона се забранява поставяне на: 1. преместваеми обекти с площ над 9 м²; 2. рекламни елементи с едностранна рекламна площ над 9 м², с изключение на рекламни елементи по покриви и калкани на сгради и стени без отвори. (4) В IV-та зона се забранява поставянето на: 1. увеселителни преместваеми обекти; 2. рекламни елементи с едностранна рекламна площ над 12 м², с изключение на рекламни елементи по покриви и калкани на сгради и стени без отвори. (5) В V-та зона се забранява поставянето на увеселителни преместваеми обекти.	Чл. 17а. (Нов – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) (2) Във II-ра зона се забранява поставяне на: 1. преместваеми обекти с площ над 6.50 м; 2. увеселителни преместваеми обекти; 3. рекламни елементи с едностранна рекламна площ над 2 м², с изключение на рекламни елементи по покриви и калкани на сгради и стени без отвори. (3) В III-та зона се забранява поставяне на: 1. преместваеми обекти с площ над 9 м²; 2. рекламни елементи с едностранна рекламна площ над 9 м², с изключение на рекламни елементи по покриви и калкани на сгради и стени без отвори. (4) В IV-та зона се забранява поставянето на: 1. увеселителни преместваеми обекти; 2. рекламни елементи с едностранна рекламна площ над 12 м², с изключение на рекламни елементи по покриви и калкани на сгради и стени без отвори. (5) В V-та зона се забранява поставянето на увеселителни преместваеми обекти.

МОТИВИ:

Аналогично на предложението за изменение на чл. 16б и тук се цели уеднаквяване на изискванията към всички рекламни формати. Съгласно чл. 13а ЗУТ общинският съвет има правомощието да определя специфични изисквания за облика на градските пространства, сградите и архитектурните ансамбли. С норми на такава наредба могат да се определят допълнителни изисквания към обема и съдържанието на подробните устройствени планове и на инвестиционните проекти за нови сгради, реконструкция, пристрояване и надстрояване и основни ремонти на сгради и съоръжения, улици, площади и озеленени площи, свързани с благоустрояването на градските пространства, опазването и съхраняването на архитектурните ансамбли и градската среда. Следователно, право на Столичната община е и да формулира изисквания към градската среда, с които да ограничи използването на преместваеми обекти и на рекламни елементи в определени типове поземлени имоти или върху определени типове сгради. Мотивите са аналогични по отношение на предлаганите промени по ал. 3, т. 2, ал. 4, т. 2 и ал. 6.

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
	Създава се нова ал.8, както следва : чл.17а (8) В VII-а зона се забранява поставянето на рекламни елементи с едностранна рекламна площ над 2 кв.м.

МОТИВИ:

В седма зона попадат преди всичко по-тесни улици в жилищните райони на София. В допълнение към изложените мотиви за прилагането на чл. 13а ЗУТ, следва да се вземе предвид и обстоятелството, че седма зона обхваща почти изцяло зони за обитаване на голяма част от жителите на града. Локациите в нея нямат висока рекламна стойност, а от друга страна рекламните елементи в тях създават повече пречки, отколкото ползи на обитателите. С предлагана забрана се цели ограничаване на светлинното замърсяване и шумозамърсяването (при монтажа и поддръжката на елементите и рекламните постери) в най-населените зони. Другата основна цел на забраната е да се създадат условия за освобождаване на тротоарните пространства в жилищните квартали от пречки за пешеходците, родители с малки деца, велосипеди и детски колички, които представляват типичния пешеходен трафик в тези квартали.

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 23. (1) (Изм. – Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г.) Схемата за поставяне на преместваем обект или на рекламен елемент в имоти – частна собственост на физически или юридически лица, определя пространственото му разположение в поземления имот и неговия вид, тип, размер и предназначение. (8) (Нова – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г., изм. – Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г.) Схемата за поставяне по ал. 1 се съобщава на заинтересованите лица по реда на чл. 61 от АПК.	Чл. 23. (1) (Изм. – Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г.) Схемата за поставяне на преместваем обект или на рекламен елемент в имоти – частна собственост на физически или юридически лица, определя пространственото му разположение в поземления имот и неговия вид, тип, размер и предназначение. (8) (Нова – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г., изм. – Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г.) Схемата за поставяне по ал. 1 се съобщава на заинтересованите лица по реда на чл. 61 от АПК. Заявленията за одобряване на схеми за поставяне на рекламни елементи се разглеждат по реда на входящите им номера в регистратурата на НАГ. До одобряване на схемата или получаване на изричен отказ не могат да бъдат одобрявани схеми и издавани разрешения за поставяне на рекламни елементи без необходимите отстояния до рекламния елемент по проекта. Създаване на нова ал.9 Главният архитект внася схемата за становище на първото предстоящо заседание на ОЕСУТ след получаването на заявлението, но не по-рано от 7 дни, и одобрява схемата или издава изричен отказ за одобряването ѝ в 30-дневен срок от датата на заседанието на ОЕСУТ. При необходимост от изпълнение на указания на ОЕСУТ или главния архитект 30-дневният срок тече от датата, на която заявителят е внесъл документите в изпълнение на указанията.
МОТИВИ: С новите текстове на ал. 8 и 9 се предлагат детайлни правила за произнасяне по заявленията за одобряване на схеми за поставяне, каквито в момента липсват. Необходимо е да има и съответстващи им строги процесуални правила, които да въвеждат принципа за равно третиране пред закона и уважаване приоритета на първия по време. За целта се предлага произнасяне по преписките в поредността на тяхното постъпване. За да не се блокира дейността на НАГ се прокарва разлика между издаване на разрешение (респ. одобряване на схема за поставяне) и разглеждане на	

внесени заявления за одобряване или издаване на разрешение. Компетентният орган ще бъде длъжен да се произнася по преписките в поредността на тяхното постъпване, което няма да попречи междувременно да се разглеждат всички постъпили преписки. Това съответства на най-добрите практики, вече добре установени в редица случаи от държавната администрация, напр. в регистърните производства. Възприемането на тези правила ще намали съществено броя на ненужните съдебните спорове, които се повдигат по жалби на заявители.

В същото време, с цел намаляване на административната тежест, отпада съобщаването на схемите в частни терени по реда на чл. 61 от АПК. Трайна практика на съда е да не третира тези схеми като индивидуални административни актове и те не подлежат на обжалване. Разрешението за поставяне е индивидуалният административен акт, който се съобщава на заинтересованите лица и подлежи на обжалване.

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 23а. (Нов - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г., изм. - Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г.) 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 дървесна растителност или декларация за липса на растителност, заверени от компетентния орган по озеленяване.	Чл. 23а. (Нов - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г., изм. - Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г.) 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 дървесна растителност или декларация за липса на дървесна растителност, заверени от компетентния орган по озеленяване.
МОТИВИ: Добавената дума „дървесна“ цели да запълни един явен пропуск в текста. Очевидно е, че местният нормотворец е имал предвид точно нея, тъй като същата разпоредба изисква представяне „при необходимост заснемане и експертна оценка на наличната дървесна растителност“. При приемането си предложението ще отстрани всякакви съмнения и разнопосочни тълкувания на нормата на чл. 23а.	

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 23б. (Нов - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г., изм. - Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г.) Със схема за поставяне не може да се предвижда поставяне на преместваеми обекти и рекламни елементи в урегулирани поземлени имоти с приложен план за застрояване, с изключение на слънцезащитни съоръжения, ако със същите се нарушават предвидените по	Чл. 23б. (Нов - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г., изм. - Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г.) (1) Със схема за поставяне не може да се предвижда поставяне на преместваеми обекти и рекламни елементи в урегулирани поземлени имоти с приложен план за застрояване, с изключение на слънцезащитни съоръжения, ако със същите се нарушават предвидените по

ОУП на СО за зоната плътност и интензивност на застрояване, както и изискванията за минимална озеленена площ.	ОУП на СО за зоната плътност и интензивност на застрояване, както и изискванията за минимална озеленена площ.
	Създава се нова ал.2, както следва : (2) Със схема за поставяне не може да се предвижда поставяне на рекламни елементи урегулирани поземлени имоти с приложен план за застрояване, ако със същите се нарушават изискванията за минимална озеленена площ.
МОТИВИ: Между рекламните елементи и всички останали преместваеми обекти по чл. 56 и 57 ЗУТ има много съществена и принципна разлика. Рекламните елементи по правило не притежават еквивалента на „плътност на застрояването“. Опитът за механично пренасяне на критерии за застрояване като „плътност“, „КИНТ“, „максимална височина“, „кота корниз“ и др. са безпредметни и единственият резултат от прилагането им е двусмислие и създаване на множество възможности за произволно прилагане на нормата, с което се нарушава правото на лицата на еднакво третиране пред закона. В случая е донякъде логически възможно прилагането само на устройствен критерий за допустимост и това е конфликта със съществуващата растителност, особено високата дървесна растителност.	

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 23г. (Нов - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) Всички схеми за поставяне са публични и се съхраняват на достъпно за гражданите място в сградата на Направление "Архитектура и градоустройство" - Столична община и се публикуват на интернет страницата му - www.sofia-agk.com с изключение на схемите по чл. 19, ал. 11.	Чл. 23г. (Нов - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) Всички схеми за поставяне са публични и се съхраняват на достъпно за гражданите място в сградата на Направление "Архитектура и градоустройство" - Столична община и се публикуват на интернет страницата му - www.sofia-agk.com с изключение на схемите по чл. 19, ал. 11.
МОТИВИ: Материята се урежда системно, подробно и цялостно в чл. 3, ал. 2. С предлаганото заличаване на текста се отстраняват възможностите за неговото противоречиво и разнопосочно тълкуване.	

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 24. (1) Поставяне на преместваеми обекти и на рекламни елементи се извършва въз основа на разрешение за поставяне.	Добавят се нови ал. 11 и 12: (11) Разрешението за поставяне може да бъде видоизменяно в следните случаи:

	1. при промени в одобрената схема за поставяне, засягаща разположението на рекламния елемент в същата локация; 2. при промени в типа или размера на рекламния елемент; 3. при промяна в осветеността и начина на изграждане на временните връзки; (12) Изменението в разрешението за поставяне се извършва по реда за издаването му.
--	--

МОТИВИ:

В Закона за устройство на територията не са предвидени правила за това по какъв ред могат да се правят изменения в издаденото разрешение за поставяне преди изтичане на срока му. Разпоредбата на чл. 56, ал. 2 ЗУТ делегира тези правомощия на общинските съвети по тяхна преценка това е възможно да стане само с разпоредби на наредбата. Предлаганото допълнение на наредбата урежда една такава празнота и засяга само случаите, в които става въпрос за несъществени промени в обстоятелствата, посочени в разрешението, които попадат в три основни групи от хипотези.

Предложението за нова ал. 11 засяга на първо място хипотезите, в които по устройствени причини (най-често по искане на СО) се променя незначително местоположението или ориентацията в пространството на издаденото разрешение. Типичните случаи, сочени от практиката, са строителството на метрото, промените в спирки на градския транспорт, наложени от промени в маршрутите, необходимост от прилагане на ПУП в регулационната му част, промяна в нормативни изисквания и други подобни. Всички тези обстоятелства налагат спешно преместване на преместваеми обекти и рекламни елементи, поставени в части от имоти – публична общинска собственост въз основа на търг или конкурс, за определен или неопределен срок от време. Това е едно голямо неудобство и за двете страни по договорите за наем на терени, което може да бъде преодоляно само чрез издаване на ново разрешение до края на същия срок или с видоизменение на издаденото такова.

Втората група хипотези засяга промени в типа и размера на рекламния елемент. Тя обхваща най-често случаите, в които се налага промяна в типовия проект или съобразяване с нов общински типов проект, както и когато поради нормативни промени не е възможно поставянето на определен тип рекламен елемент, но е възможно поставянето на по-малък.

Третата група хипотези обхваща промените в осветеността и подаването на временните връзки. Те най-често се свеждат от преминаване от неосветени към осветени РЕ, както и случаите в които се налага промяна в точката на присъединяване на електрозахранването по една или друга причина, независеща от оператора на РЕ.

Във всички изброени случаи по ал. 11 и 12 крайната цел, която се постига, е когато се налагат несъществени промени в текста на разрешението за поставяне в рамките на срока му (а не след изтичането му) то да не бъде преиздавано, т.е. действието му във времето да не бъде прекратявано, съответно да не се допуска неговото

предсрочно прекратяване и загуба на права. Промяната не води до продължаване на срока на действие на разрешението. Предлаганите норми са мярка за облекчаване на административната тежест върху бизнеса, тъй като измененията ще изискват по-ограничен обем документация в сравнение с преиздаването, тъй като по правило измененията в обстоятелствата се налагат едностранно от общината.

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 25а. (Нов, Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) (1) За издаване на разрешение за поставяне на рекламен елемент върху калканна стена, когато елементът или стойките за осветлението му се навесват към съседен имот с дължина повече от 1,5 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.	Чл. 25а. (Нов, Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) (1) За издаване на разрешение за поставяне на рекламен елемент върху калканна стена, когато елементът или стойките за осветлението му се навесват към съседен имот с дължина повече от 1,5 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.

МОТИВИ:

Предложението за изменение на чл. 25а, ал. 1 привеждат нормата на наредбата в съответствие със Закона за устройство на територията и Закона за собствеността. На практика навесването означава съкращаване на законоустановеното разстояние между сградите чрез конструкция, поставена след влизане в сила на плана за застрояване и след изпълнение на одобрения инвестиционен проект на сградата. На първо място, съгласно чл. 50 ЗС собственикът на недвижим имот не може да извършва такива действия в своя имот, с които се създават пречки за използването на съседния имот по-големи от обикновените. ЗУТ не предвижда специални норми, създаващи изключение от това общо правило. Напротив, нормите на чл. 21, ал. 5, чл. 42, ал. 2 и 3, чл. 131 и др. на Закона за устройство на територията създават по-големи ограничения при засягане на чужд имот, при което във всички такива случаи се иска съгласието на всички собственици на този имот. Не на последно място, самата наредба въвежда задължителни изисквания за минимални отстояния до съседни имоти и сгради в редица случаи. Предлаганата нова редакция цели също така избягване на искове по чл. 109 от Закона за собствеността и воденето на дела с привличане на СО по тях, чиито резултат би бил отговорност на СО по ЗЗД и/или Закона за отговорността на държавата и общините за вреди, причинени с издаване на разрешението за поставяне.

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 27. (1) Не се издава разрешение за поставяне на обект или елемент на лице, което има: 1.неприключено административно-наказателно производство за нарушение на разпоредбите на тази наредба; 2. приключено производство по т. 1, но наложената глоба или санкция не е заплатена; 3. (изм. и доп. - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) неприключено с влязъл в сила акт административно производство по чл. 57а от Закона за устройство на територията за премахване на поставен или държан от него обект или елемент на територията на Столична община; 4. непогасени задължения към общината по наемни договори за други обекти или елементи.	Чл. 27. (1) Не се издава разрешение за поставяне на обект или елемент на лице, което има: 1.неприключено административно-наказателно производство за нарушение на разпоредбите на тази наредба; 2.приключено административно-наказателно производство по т. 1 за нарушение на разпоредбите на тази наредба, но наложената глоба или санкция не е заплатена; 3. (изм. и доп. - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) неприключено с влязъл в сила акт административно производство по чл. 57а от Закона за устройство на територията за премахване на поставен или държан от него обект или елемент на територията на Столична община; 4. непогасени задължения към общината по наемни договори за други обекти или елементи.

МОТИВИ:

Неприключилото административнонаказателно производство за административно нарушение означава, че все още не може да се говори за нарушител. Става въпрос за случаите, в които са направени констатации за извършено нарушение, но не е издадено наказателно постановление, тъй като все още не са събрани доказателства, вкл. обясненията на заинтересованите лица. На този етап на производството все още не може да се говори за доказана и даже за установена вина за извършено административно нарушение. Това може да доведе до отказ от административно обслужване, основан само на предположения на този етап. Нещо повече, възможно е нарушителят да не е бил точно установен. Все още административнонаказващият орган не е направил своето обосновано с доказателства заключение. Ето защо, отказът за разглеждане на книжа на потенциален нарушител този етап е обществено неоправдан. Той съставлява необоснована мярка за административна принуда.

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 28а. (Нов - Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г.) Доставка на електрическа или топлинна енергия, вода или газ към	Чл. 28а. (Нов - Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г.) Доставка на електрическа или топлинна енергия, вода или газ към преместваемия обект или

преместваемия обект или рекламния елемент се извършва след представяне на удостоверение за въвеждане в експлоатация.	рекламния елемент се извършва след представяне на удостоверение за въвеждане в експлоатация.
--	---

МОТИВИ:

С предложението за отмяна на чл. 168 отпада въвеждането в експлоатация на рекламните елементи. Това има за логическа последица и отпадането на необходимостта да се представя удостоверение за въвеждане в експлоатация като условие за извършване на доставка на електрическа енергия.

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
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 пет години. (10) (Нова - Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г., в сила от 14.07.2022 г.) 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.	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 пет години. (10) (Нова - Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г., в сила от 14.07.2022 г.) 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.

МОТИВИ:

С предложението за отмяна на чл. 168 отпада въвеждането в експлоатация на рекламните елементи. Това има за логическа последица и отпадането на необходимостта да се удължава действието на удостоверение за въвеждане в експлоатация и неговото отбелязване в разрешението за поставяне.

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 31. Разрешенията за поставяне се съобщават и влизат в сила по реда на Административнопроцесуалния кодекс.	Създава се нова ал.1 в чл.31 (1) Разрешението за поставяне се издава или отказва в 14-дневен срок от внасяне на заявление за издаването му, придружено от одобрената схема, а ако издаването му е поискано едновременно със заявлението за одобряване на схема - в 45-дневен срок от внасянето на заявлението.

	(2) Разрешенията за поставяне се съобщават и влизат в сила по реда на Административнопроцесуалния кодекс.
МОТИВИ: Липсата на срокове за произнасяне е съществен недостатък на Наредбата. Това създава пречки за нормалното протичане на административното производство и води до ненужно водени дела срещу Столичната община поради неуточнени срокове за обжалване. Причината за това е законовото допускане, че органите на местно самоуправление са определили срокове за произнасяне. Съгласно чл. 84, ал. 2 АПК мълчаливият отказ може да се оспори в едномесечен срок от изтичането на срока, в който административният орган е бил длъжен да се произнесе, а когато на заинтересованите лица не е съобщено за образуването на производството, срокът за оспорване е двумесечен от изтичането на срока за произнасяне. Срокът за произнасяне не е преклузивен, а само процесуален. Неспазването му не води до погасяване на права, а единствено до възникване на право на оспорване. По тази причина в много случаи сроковете по АПК не се спазват, а поради това че са много къси обективно не е възможно да бъдат спазени. Всяко едно устройствено решение изисква сериозни проучвания, съгласувания и произнасяне на няколко органи и администрации. Ето защо, следва да бъдат предвидени срокове, които да са реалистични, т.е. по необходимост по-дълги от общите. Въвеждането им е и мярка за намаляване на административната тежест, тъй като се създава предвидимост и се намалява потребността от водене на дела.	

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 33. (1) (Изм. и доп. – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) Обектите и елементите на спирките на масовия градски транспорт се поставят въз основа на разрешение за поставяне, издадено от главния архитект на Столична община. Разрешението за поставяне е едно за всички обекти и елементи в обхвата на спирката на масовия градски транспорт на Столична община.	
(3) В обхвата на спирката на масовия градски транспорт могат да се поставят само следните елементи и/или обекти: 1. спирков знак с информационно табло за нуждите на обществения транспорт; 2. кошче за отпадъци;	(3) В обхвата на спирката на масовия градски транспорт могат да се поставят само следните елементи и/или обекти: 1. спирков знак с информационно табло за нуждите на обществения транспорт; 2. кошчета за отпадъци, пейки и други елементи на градското обзавеждане; 3. спиркови навеси с маршрутни карти и пейки;

3. спирков навес с маршрутна карта и пейка; 4. павилион за продажба на превозни документи, преса и дребни пакетирани стоки; 5. съоръжение за автоматична продажба на превозни документи и издаване и зареждане на карти за транспорта на електронен носител; 6. рекламен елемент; 7. охранителна камера.	4. павилион за продажба на превозни документи на „Център за градска мобилност“ ЕАД, преса и дребни пакетирани стоки; 5. съоръжение за автоматична продажба на превозни документи и издаване и зареждане на карти за транспорта на електронен носител; 6. рекламен елемент; 7. охранителна камера.
---	--

МОТИВИ:

Предложената редакция на ал. 3 има за цел да актуализира, разшири и прецизира списъка с допустими елементи в обхвата на спирките на масовия градски транспорт, така че той да отразява реалните нужди на пътниците, добрите градоустройствени практики и ролята на Центъра за градска мобилност като оператор на обществения транспорт в София.

На първо място, включването на пейки и други елементи на градското обзавеждане в т. 2 цели да се регламентира възможността за облагородяване на спирките с базова инфраструктура, отговаряща на нуждите на чакащите пътници. Липсата на тези елементи в досегашния текст създава неяснота и възможности за противоречиво прилагане на наредбата от страна на администрацията.

Въвеждането на множествено число – „спиркови навеси с маршрутни карти и пейки“ в т. 3 – цели техническа коректност и по-голяма яснота при описанието на стандартните елементи на една спирка.

По отношение на т. 4, ограничаването на възможността за поставяне на павилиони за търговия единствено до такива, предназначени за продажба на превозни документи от „Център за градска мобилност“ ЕАД, цели да прекрати практиката на масово поставяне на търговски обекти със смесено предназначение в обхвата на спирките, което създава визуален хаос, затруднява достъпа до превозните средства и компрометира функцията на спирката като обществено пространство, свързано с мобилност и навигация.

Прецизирането на допустимите обекти цели едновременно подобряване на градската естетика и осигуряване на безопасна и удобна среда за пътниците, без търговска конкуренция на основната функция на спирката – транспортната. С тези промени се създава по-ясна нормативна рамка, която ще подпомогне и дейността на районните администрации и ЦГМ при разработване на проекти, провеждане на процедури и контрол върху елементите на спирките.

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 33. (8) При наличие на разделителен остров спирковият знак с информационно табло за нуждите на масовия градски	Чл. 33. (8) При наличие на разделителен остров, спирковият знак с информационно табло за нуждите елементите в обхвата

транспорт и кошче за отпадъци се поставят на острова, а спирковите навеси се поставят на прилежащия тротоар на спирката.	на спирката на масовия градски транспорт и кошче за отпадъци, описани в чл. 33 (3), се поставят на острова, а спирковите навеси се поставят на прилежащия тротоар на спирката върху спирковия остров, когато ситуацията го позволява.
--	--

МОТИВИ:

Настоящото изискване е твърде ригидно е не съответства на разнообразието на хипотези. Приоритет има безопасността на пътниците, и ако тя е осигурена, следва да се мисли и за тяхното удобство. Поставянето на спирковите навеси не на острова а на прилежащия или срещулежащия тротоар създава допълнителна опасност за пресичащите пътници. Поначало пресичането на улицата за достъп до спирката при приближаващ носител на масов транспорт е високорисково, още повече че ограниченията често се нарушават от пешеходците. При такава невъзможност за спазване на правилата следва да се ограничи самата необходимост от пресичане. Освен това, всеки случай трябва да се разглежда на базата индивидуална оценка на наличната площ и отстояния.

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 33. (10) Обектите и елементите в обхвата на спирките на масовия градски транспорт са общинска собственост.	Чл. 33. (10) Обектите и елементите в обхвата на спирките на масовия градски транспорт са общинска собственост.

МОТИВИ:

Правото на собственост и неговият носител се определят от придобивното основание, а не от разпоредба на подзаконов нормативен акт. Елементите в обхвата на спирките са по своя характер преместваеми обекти, т.е. движими вещи които не притежават серийни номера, нито могат да бъдат идентифицирани като строежите. Те съставляват дълготрайни материални активи, които могат да бъдат собственост на Столичната община, на Центъра за градска мобилност или на трети лица — при концесиониране или възлагане на обществена поръчка или други форми на публично-частно партньорство. Затова не е необходимо, и по-скоро е безоснователно, носителят на правото на собственост върху тези ДМА да се предопределя с разпоредба на нормативен акт.

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 33. (11) Обектите и елементите на спирките на масовия градски транспорт могат да се предоставят на трети лица за осъществяване на търговска и/или на	Чл. 33. (11) Обектите и елементите на спирките на масовия градски транспорт могат да се предоставят на трети лица за осъществяване на търговска и/или на

рекламна дейност по предвидения в закона рег.	рекламна дейност по предвидения в закона рег.
МОТИВИ: Изменението се налага от отпадането на възможността за поставяне на търговски обекти в обхвата на спирките в ал. 3	

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 48. (2) Фирмените надписи могат да бъдат поставяни: 1. върху стени, козирки, навеси и маркизи към партерните части на сградите непосредствено принадлежащи към обекта, чиято функция обозначават; 2. (изм. - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) по фасадите на нежилищни сгради, когато функцията, която обозначават се осъществява в повече от 3/4 от площта на сградата; 3. върху преместваеми обекти; 4. (нова - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) по покривите на нежилищни сгради, когато функцията, която обозначават се осъществява в повече от 3/4 от площта на сградата само във вид на ажурни букви и лого на фирмата, съобразени с общата височина на сградата и без изображения на съпътстващите го форми, фигури и други.	Чл. 48. (2) Фирмените надписи могат да бъдат поставяни: 1. върху стени, козирки, навеси и маркизи към партерните части на сградите непосредствено принадлежащи към обекта, чиято функция обозначават; 2. (изм. - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) по фасадите на нежилищни сгради, когато функцията, която обозначават се осъществява в повече от 3/4 2/3 от площта на сградата; 3. върху преместваеми обекти; 4. (нова - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) по покривите на нежилищни сгради, когато функцията, която обозначават се осъществява в повече от 3/4 2/3 от площта на сградата само във вид на ажурни букви и лого на фирмата, съобразени с общата височина на сградата и без изображения на съпътстващите го форми, фигури и други.
МОТИВИ: Предвидената пропорция от 3/4 е твърде рестриктивна. В контекста на забраната за покривната реклама върху жилищни сгради следва да се предвидят възможности за известно компенсиране по подходящ начин на собствениците и наемателите на сгради, в които се развива бизнес. В този обхват попадат и големите търговски обекти, както и офис-центровете, които заемат цели сгради или съществени части от тях.	

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 53. (1) (Изм. - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) Всяко юридическо или физическо лице има право да разположи върху имоти общинска	Чл. 53. (1) (Изм. - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) Всяко юридическо или физическо лице има право да разположи върху имоти общинска

собственост до четири броя фирмени информационно-указателни табели, свързани с един негов обект или дейност на разстояние не повече от 200 метра от обекта.	собственост до четири броя една фирмена информационно-указателна табела, свързана с един негов обект или дейност на разстояние не повече от 200 метра от обекта.
(2) На една улица (булевард) могат да се поставят не повече от две фирмени информационно-указателни табели за един обект или дейност - по една за всяка посока на движение.	(2) На една улица (булевард) могат да се поставят не повече от две фирмени информационно-указателни табели за един обект или дейност - по една за всяка посока на движение.
МОТИВИ: Предлаганите изменения в чл. 53 имат за цел да ограничат броя на информационните елементи в града, което е в съответствие с цялостната политика за пространствено и визуално разтоварване на улиците от преместваеми обекти, рекламни елементи и останалите елементи на градското обзавеждане. В много случаи фирмени информационно-указателни табели се използват в заобикаляне на правилата на наредбата за явна или скрита реклама, а не толкова за указване на геолокация. Поради огромното количество такива табели, при сега действащата правна уредба е практически невъзможно да се упражнява ефективен административен контрол без да се намали драстично техният брой. Публичните пространства са претоварени от информационни елементи, включително далеч извън централната градска част. Поставянето на една фирмена информационно-указателна табела в публични имоти на общината за един икономически оператор и едно място на дейност е повече от достатъчно, особено като се имат предвид далеч по-големите възможности на социалните мрежи и другите електронни медии, както и на приложенията за търсене и за геолокация, работещи в уеб-среда и през мрежите на мобилните оператори.	

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 73. (1) (Изм. - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) С цел финансова подкрепа за ремонт и рехабилитация на фасадите на съществуващи сгради се разрешава със заповед на кмета на съответния район въз основа на документите по ал. 5 извършването на рекламна дейност върху площта на покритията на скелето (предпазната мрежа) 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.	Чл. 73. (1) (Изм. - Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) С цел финансова подкрепа за ремонт и рехабилитация на фасадите на съществуващи сгради се разрешава със заповед на кмета на съответния район въз основа на документите по ал. 5 извършването на рекламна дейност върху площта на покритията на скелето (предпазната мрежа) за срока на строително-ремонтните и възстановителни работи, но за не повече от една-едина шест месеца. Крайният срок се вписва в разрешението, въз основа на план-графика по ал. 5. В I-ва и II-ра зона се разрешава върху предпазната мрежа да се изобразява фасадата на сградата,

	като рекламата може да заема до 30% от площта на мрежата.
(2) (Изм. – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) По изключение, когато санирането на сградите включва освен фасадата, подмяна на инсталации и/или извършване на необходими възстановителни дейности по конструкцията, както и когато се налага да се извършва реставрационна дейност, срокът по ал. 1 може да бъде до една година и половина.	(2) (Изм. – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) По изключение, когато санирането на сградите включва освен фасадата, подмяна на инсталации и/или извършване на необходими възстановителни дейности по конструкцията, както и когато се налага да се извършва реставрационна дейност, срокът по ал. 1 може да бъде до една година и половина.
МОТИВИ: Предложеното изменение на ал. 1 и отмяна на ал. 2 имат за цел да ограничат необоснованото проточване на ремонтните работи по фасадите. Практиката показва, че районните администрации и инспекторатите се затрудняват в контрола за спазване на този срок. Има случаи, в които рекламни покрития на скеле стоят години поради това, че ремонтът продължава много над предвидените срокове. Такава практика не следва да се толерира, тъй като от нея страда облика на градската среда. В добавка, изключението по ал. 2 създава рискове от лесно заобикаляне на ограничението, което го обезсмисля. Понятието „по изключение“ създава възможности за произволно прилагане в случаите на минимално необходими ремонтни дейности извън тези на фасадата. Подмяната на инсталации не засяга ремонта на фасадата и не се предопределя от него във времето. Ето защо, предложението е за пълно отпадане на текста.	

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
Чл. 73. (8) (Нова – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) Издадените разрешения по ал. 1 се публикуват на интернет страницата на съответната администрация и се вписват в нарочно създаден регистър към Направление "Архитектура и градоустройство" при Столична община.	Чл. 73. (8) (Нова – Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г.) Издадените разрешения по ал. 1 се публикуват на интернет страницата на съответната администрация в 7-дневен срок и в същия срок се вписват в нарочно създаден регистър към Направление "Архитектура и градоустройство" при Столична община.
МОТИВИ: Липсата на срок за изпълнение на тези административни задължения е съществен пропуск в наредбата, което ги обезсмисля. При липса на срок и санкции за неизпълнение тези действия не се извършват повсеместно, поради което се създава режим на неравно третиране на лицата пред закона. Публичността ангажира обществен ресурс за контрол, който е доказал своята ефективност. Това ще позволи и освобождаване на общински ресурси за административен контрол за по-съществени случаи.	

Приложение № 1 към чл. 4

(Изм. – Решение № 495 по Протокол № 86 от 23.07.2015 г., Решение № 509 по Протокол № 58 от 26.07.2018 г., Решение № 476 по Протокол № 59 от 7.07.2022 г., в сила от 14.07.2022 г.)

ТЕХНИЧЕСКИ ПРАВИЛА ЗА ПОСТАВЯНЕ НА ПРЕМЕСТВАЕМИ ОБЕКТИ И РЕКЛАМНИ ЕЛЕМЕНТИ

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
2.2. Елементите по т.2.1.1. (от 24 до 60 кв.м.) се поставят: - в имоти извън обхвата на тротоарите - на височина $\geq 4,50$ 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 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. (от 12 до 24 кв.м.) се поставят: - в имоти извън обхвата на тротоарите - на височина $\geq 4,50$ 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 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. (от 2 до 12 кв.м.) се поставят: - в имоти извън обхвата на тротоарите; - по тротоари и терени на крайуличното озеленяване на разстояние $\geq 1,00$ м от бордюрната линия, мерено по проекцията на рекламното пано;	2.2. Елементите по т.2.1.1. (от 24 до 60 кв.м.) се поставят: - в имоти извън обхвата на тротоарите - на височина $\geq 4,50$ 6,0 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 градски магистрали и булеварди: - I-ви клас - $\geq 390,00$ м.; - II-ри и III-ти клас - $\geq 260,00$ м.; - III-ти клас - $\geq 195,00$ м. 2.3. Елементите по т.2.1.2. (от 12 до 24 кв.м.) се поставят: - в имоти извън обхвата на тротоарите - на височина $\geq 4,50$ 6,0 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 градски магистрали и булеварди: - I-ви клас - $\geq 300,00$ м.; - II-ри и III клас - $\geq 200,00$ м.; - III-ти клас - $\geq 150,00$ м. 2.4. Елементите по т.2.1.3. (от 2 до 12 кв.м.) се поставят: - в имоти извън обхвата на тротоарите; - по тротоари и терени на крайуличното озеленяване 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.	- 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 - $\geq 1020,00$ м.; - II-ри и III клас - $\geq 80,00$ м.; - III-ти клас - $\geq 60,00$ м.
---	---

МОТИВИ:

Предложенията по отношение на допустимите разстояния между едни и същи тип рекламни елементи, както между различни типове от тях на практика уеднаквяват изискванията за улици от II и III клас. Предвидените различия между тях са необосновани. В духа на необходимостта от ограничаване броя на рекламните елементи и разтоварване на градската среда от прекомерна реклама се предлага тяхното разреждане по улици от III клас за всички типове рекламни елементи.

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
2.5. Елементите по т.2.1.4. (до 2 кв.м.) се поставят: - само във II-ра зона в публични градски пространства по одобрена схема; - на разстояние не по-малко от 25 м един от друг - на разстояние $\geq 1,00$ м от бордюрната линия, мерено по проекцията на рекламното пано; - при спазване на нормите за осигуряване на добра видимост към пешеходни пътеки, спирки и други места с пресичане на пешеходци - 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. Елементите по т.2.1.4. (до 2 кв.м.) се поставят: - само във II-ра зона в публични градски пространства по одобрена схема; - на разстояние не по-малко от 25 м един от друг - на разстояние $\geq 1,00$ м от бордюрната линия, мерено по проекцията на рекламното пано; - при спазване на нормите за осигуряване на добра видимост към пешеходни пътеки, спирки и други места с пресичане на пешеходци - 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. - всички останали класове - $\geq 50,00$ м.

МОТИВИ:

Техническите норми съдържат вътрешно логическо противоречие. По-горе в т. 2.5 е предвидено, че елементите по т.2.1.4. (до 2 кв.м.) се поставят на разстояние не

по-малко от 25 м един от друг. Същевременно, последният абзац на същата точка въвежда изисквания за различни отстояния в зависимост от класа улица. Двете норми взаимно се изключват, поради което нито една от тях не може да бъде приложена. С предлаганото отпадане се цели отстраняване на това противоречие в нормата на т. 2.5 от приложението и се изяснява въпроса на какво отстояние могат да бъдат два елемента с площ до 2 кв.м. един от друг.

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
2.6. 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 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. - 10020 м; - между елементи 2.1.2 и 2.1.3. - 10020 м; За улици II и III 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.
МОТИВИ: Предлаганите изменения са необходими за да приведат т.2.6 в съответствие с промените в т.2.2, т.2.3 и т.2.4.	

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
2.9. При определяне на разстоянието до регулационните линии или имотни граници на елементите по т.2.1.1 и 2.1.2 и 2.1.3., разположени в поземлени имоти, се прилагат нормативите за разполагане на застрояване със съответната височина в поземления имот (по отношение на класа улица, разстояния до регулационни и	2.9. При определяне на разстоянието до регулационните линии или имотни граници на елементите по т.2.1.1 и 2.1.2 и 2.1.3., разположени в поземлени имоти, се прилагат нормативите за разполагане на застрояване със съответната височина в поземления имот (по отношение на класа улица, разстояния до регулационни

имотни граници, до съществуващо или предвидено по подробен устройствен план застрояване в съседни имоти).	и имотни граници, до съществуващо или предвидено по подробен устройствен план застрояване в съседни имоти).
---	--

МОТИВИ:

Отпадането на разпоредбата на т. 2.9 се налага от нейната неприложимост поради неясното ѝ съдържание. Това я поставя в състояние на противоречие с императивната разпоредба на чл. 9, ал. 1 от Закона за нормативните актове (ЗНА), която изисква разпоредбите на нормативните актове да бъдат формулирани „на общоупотребимия български език, кратко, точно и ясно“. Неяснотата не може да бъде отстранена и при тълкуване на изложените мотиви при приемането ѝ (нарушение на чл. 28, ал. 2, т. 1 от ЗНА). На първо място, нормативите за застрояване в поземлен имот могат да бъдат конкретни, при влязъл в сила ПУП-план за застрояване, или общи – по общия устройствен план на София (ОУП). В повечето случаи ще се наложи те да бъдат определени по правилата на ОУП, който по дефиниция не съдържа контурите на застрояването. Нещо повече, нормативите за застрояване, предвидени в ОУП водят до поливариантни решения за застрояването, в зависимост от желанието на възложителя в обхвата на неговите инвестиционни намерения. На второ място, при липса на влязъл в сила план за застрояване за съседния имот няма как да бъдат измерени разстояния до застрояването в него. При това положение значение променливите, които могат да бъдат определени са само класа улица и разрешената по ОУП височина на застрояване. Третото основно съображение е, че рекламните елементи съществено се отличават от другите преместваеми обекти и от строежите, по своя двуизмерен характер, който не позволява измерване на разстояния до хипотетичен строеж, а само до имотната граница (която хипотеза е добре уредена в наредбата). Както строежите, така и останалите преместваеми обекти имат обемен характер. Не на последно място, единственият относим за рекламните елементи устройствен показател в имота е процента изискуемо озеленяване, вкл. с висока гървесна растителност. Това съображение е вече взето предвид с предложенията за изменения и допълнения по чл. 23а и чл. 23б, ал. 2 (нова), които създават ефективно средство за защита на зелената система и особено на гървесната растителност.

НАСТОЯЩ ТЕКСТ	ПРЕДЛАГАНА ПРОМЯНА
2.12. В обхвата на кръстовищата рекламните елементи се разполагат така, че да се гарантира осигуряването на пътна безопасност и видимост съгласно нормите на Наредба № РД-02-20-2 за планиране и проектиране на комуникационно-транспортната система на урбанизираните територии. Схемата за разполагане се съгласува задължително с органите по пътна безопасност. При изработване на цялостни схеми за разполагане на рекламни елементи на публични пространства се допуска в зоните на кръстовищата минималните	2.12. В обхвата на кръстовищата рекламните елементи се разполагат така, че да се гарантира осигуряването на пътна безопасност и видимост съгласно нормите на Наредба № РД-02-20-2 за планиране и проектиране на комуникационно-транспортната система на урбанизираните територии. Схемата за разполагане се съгласува задължително е органите по пътна безопасност. При изработване на цялостни схеми за разполагане на рекламни елементи на публични пространства се допуска в зоните на кръстовищата минималните

между елементите по т.2.1.3., мерени през кръстовището, да се намаляват с до 25% с цел по-добро естетическо оформление и след разглеждане на конкретната ситуация от специализирания състав на ОЕСУТ.	разстояния между елементите по т.2.1.3., мерени през кръстовището, да се намаляват с до 25% с цел по-добро естетическо оформление и след разглеждане на конкретната ситуация от специализирания състав на ОЕСУТ. със сектор "Пътна полиция" при СДВР.
МОТИВИ: Предлаганият за отпадане текст отваря неограничени възможности за административен произвол и обезсмисля въведените по-горе ограничения за разстоянията по т. 1, т. 2.1 и 2.2. Нарушава се и нормата за равно третиране на лицата по чл. 8, ал. 2 от АПК, която изисква в пределите на оперативната самостоятелност, при еднакви условия, сходните случаи се третират еднакво. В нарушение на чл. 13 АПК (принцип за последователност и предвидимост) липсват критерии за прилагане на тази оперативна самостоятелност, т.е. по какви критерии се преценява кое естетическо оформление е по-добро. Отстраняването на възможностите за произволни решения е ефективно средство за облекчаване на административната тежест, в случая – върху местната икономика. Също така, с предложените промени се прецизира, че компетентният орган по пътна безопасност за съгласуване на схемите е сектор „Пътна полиция“ при СДВР.	

С приемането на настоящите изменения и допълнения в Наредбата за преместваемите обекти, рекламните, информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столична община ще се постигне значителен напредък в посока по-добро управление на градската среда и повишаване на качеството на живот в София. Новите текстове предвиждат по-ясни и предвидими правила, които улесняват както гражданите, така и бизнеса, като същевременно дават на администрацията по-ефективни инструменти за контрол и публичност.

С промените се въвеждат ограничения върху обемните и светещи реклами в жилищните квартали, премахват се предпоставките за натрупване на визуално замърсяване, въвеждат се срокове и прозрачни процедури при разглеждане на заявления, отпадат ненужни административни тежести. Уеднаквяването на правилата и задължителната цифровизация на схемите ще улесни проследимостта, ще намали субективизма и ще повиши доверието в институциите. Чрез новата регулация се поставя фокус върху обществения интерес, балансирайки нуждите на бизнеса с правото на гражданите на безопасна, достъпна и естетична градска среда.

За прилагане на промените в Наредбата не са необходими допълнителни финансови средства.

Проектът на Наредба за изменение и допълнение на Наредбата за преместваемите обекти, рекламните, информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столична община е съобразен с действащото законодателство и не противоречи на правото на Европейския съюз.

Предвид гореизложеното и на основание чл.21 от Закона за местно самоуправление и местна администрация, предлагаме Столичен общински съвет да вземе решение, съгласно предложения проект.

ПРИЛОЖЕНИЕ:

1. Проект на Решение на Столичен общински съвет;
2. Оценка на въздействие;

С уважение,

Иван Вуценов

Станислав Милуеков

Трети Стефанова

Андрей Зографски

Росица Николова

Иван Сотиров