

Изп. № 118/28.5.2018г.

НАГ-София www.sofia-agk.com
№САГ18-ДР00-977
29.05.2018
29.05.2018
Код за достъп:
LCJ347EA14FA



Вашият документ е
регистриран в деловодството
на Столична община под
рег. № 00A18-Н462-437

29.05, 2018г.

ДО

г-н ЗДРАВКО ЗДРАВКОВ
ГЛАВЕН АРХИТЕКТ НА СО
гр. София, ул. „Сердика“ № 5
office@sofia-agk.com

г-н ЗАФИР ЗАРКОВ
Общински съветник – СОС
гр. София, ул. "Московска" № 33

ОТ
СДРУЖЕНИЕ ЗА МОДЕРНА ТЪРГОВИЯ
гр. София 1463, ул. "Хан Аспарух" 8
Тел.: 088 957 77 46
Имейл: office@moderntrade.bg

ОТНОСНО: Среца от 16.05.2018 г. по повод проект на Наредба за изменение и допълнение на Наредбата на Столичния общински съвет за преместваемите обекти, за рекламните, информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столична община

Уважаеми г-н Здравков.
Уважаеми г-н Зарков.

На първо място бихме искали да благодарим за срещата от 16.05.2018 г. и за предоставената възможност да представим допълнителна позиция и конкретни предложения за текстове на *Наредбата 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 („Наредбата“)*.

В продължение на обсъжданията от срещата правим следните предложения:

1. **Относно предлаганото ограничение за реклама върху витрини и прозорци (чл. 68, ал. 1, т. 3 от Наредбата):**

Предложение:

*„Рекламната дейност по тази наредба се извършва чрез установените с нея елементи, средства, форми и дейности, като не се допуска [...] повече от **40%** реклама върху*

прозорците и витрините на търговски обекти, разположени на партерните етажи в сгради с лице към първостепенната улична мрежа, когато рекламата се отнася до стоки и/или услуги, които се предлагат в търговския обект. Ограничението по т. 3 не важи, в случай че външната линия на застрояване е на разстояние от уличната регулационна линия по-голямо от минимално установените по ЗУТ."

Мотиви:

Преди всичко подкрепяме предложението на г-н Здравков подобно ограничение на рекламата върху прозорци и витрини да не се отнася до самия търговец и неговата дейност. Що се отнася до рекламата на стоки и услуги, принципната ни позиция е, че подобряването на градската визия се дължи до голяма степен не на това какво се рекламира, а по какъв начин и с какви средства става това. Въпреки това, като разумен компромис намираме ограничаването на такава реклама не до 20%, а до 40%.

В сегашната редакция твърде общо е дефинирано, че ограничението важи за „брандиране по фронта на първостепенната улична мрежа“ без да се държи сметка за това, че едни сгради са разположени непосредствено на тротоара, а други могат да се намират на 15 и повече метра навътре от уличната регулационна линия и следователно рекламата на витрините се възприема по съвсем различен начин. Не смятаме напр., че реклама, разположена върху витрините на сграда с отстояние 15 м. и повече от уличната регулационна линия, натоварва визуално и/или смущава водачите на МПС. Нашето предложение е предлаганото ограничение да не важи за реклама върху витрините/прозорците на сгради, които се намират на разстояние от уличната регулационна линия, което е по-голямо от минимално установените по ЗУТ (по улици от първи клас - 15 м; по улици от втори клас 5 м; по улици от трети клас - 3 м.)

Позволяваме си да направим и някои предложения за терминологично подобряване на текста, тъй като в сегашната си редакция не съответства на терминологията на ЗУТ и останалите релевантни нормативни актове (заменили сме „фронт“ с „лице“, редактирали сме текста, включващ думата „брандиране“, заменили сме думата „витражи“ с „витрини“).

Поради празнота в Наредбата са възможни реални практически проблеми при изчисляване на процента реклама върху прозорците и витрините на търговския обект. Разумно би било да се позволи разполагане на реклама в съответния процент както върху всеки отделен прозорец/витрина, така и конкретният процент реклама да бъде разположен само върху някои прозорци/витрини (вкл. върху цялата им площ), а други да останат празни.

II. Относно разполагането на фирмени тотемни (чл. 55, ал. 3 от Наредбата):

Предложение:

„По изключение може да се разреши от компетентния орган по ал. 5 фирменият тотем да се постави и извън урегулирания поземлен имот за обекта, който обозначава, когато спазването на правилото по ал. 2 е фактически невъзможно, поставянето му не влошава изискванията за достъпност и фирменият тотем не се поставя зад уличната регулационна линия.“

Мотиви:

В съответствие с обсъденото на срещата предлагаме да бъде запазена ал. 3 на чл. 55, като се уточни изрично, че фирмени тотемни не могат да бъдат разполагани в улична регулация. Намираме този вариант за по-удачен от пълната забрана за разполагане на тотемни извън

имота, тъй като от една страна за бизнеса се запазва възможността да обозначава местонахождението на обектите си по подходящ начин, а от друга страна компетентният орган запазва правомощията си да преценя дали и къде точно да бъде разрешено поставянето на фирмен тотем, вкл. дали не попада в улична регулация.

Продължаваме да смятаме обаче, че е необходимо да се ревизират предложенията относно отстоянията между фирмени тотем и между фирмени тотем и рекламни елементи. Първо, фирменият тотем има различна функция от рекламния елемент и тя е да указва местонахождението на търговския обект. В този смисъл напълно логично досега фирмените тотем не бяха обект на ограничения в Приложение № 1 към Наредбата. При сега предлаганата регулация се обезсмисля уредбата на фирмените тотем като информационни елементи, защото те на практика са приравнени на рекламни. Отделно от това, създават се условия за дискриминационни решения, когато на малки разстояния са разположени повече от един търговски обект и/или рекламни елементи. Оказва се, че ако един търговец вече е поставил собствен тотем, други търговци в непосредствена близост може да бъдат лишени от тази възможност, когато отстоянията са по-малки от заложените в Наредбата. Нещо повече, оказва се, че търговците няма да имат право да поставят фирмени тотем и тогава, когато в близост няма тотем на други търговци, но има разположени рекламни елементи. **Предлагаме в Приложение № 1 към Наредбата да бъдат предвидени различни отстояния за разполагането на фирмени тотем и рекламни елементи или най-малко да бъдат намалени отстоянията, когато става въпрос за разполагане на фирмен тотем.**

III. Относно предсрочното прекратяване на разрешението за поставяне (чл. 30, ал. 4 от Наредбата):

Предложение:

„В случай на предсрочно прекратяване на договора по ал. 1 или изрично писмено оттегляне на съгласието с нотариална заверка на подписите срокът на разрешението за поставяне се счита за изтекъл и обектите или елементите се премахват по реда на ал. 8“.

Мотиви:

Както бе обсъдено и на срещата, смятаме, че е в общ интерес да бъде запазена досегашната редакция на чл. 30, ал. 4 от Наредбата. Допускането на възможността за прекратяване на разрешението за поставяне единствено по усмотрение на собственика на имота, без съгласието на титуляра на разрешението, създава риск от злоупотреби от страна на собствениците на имоти и съответно несигурност за лицата, които се ползват от преместваеми обекти/рекламни елементи.

IV. Относно разполагането на фирмени надписи (чл. 48, ал. 2, т. 2 и т. 4 от Наредбата):

Предложение:

„Фирмените надписи могат да бъдат поставяни: [...] 2. по фасадите или на покривите на нежилищни сгради, когато функцията, която обозначават, се осъществява в сградата“

Мотиви:

Считаме, че предвидените в проекта изисквания за фирмени надписи върху покривите *„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, ал. 2,

т. 4) са неясни и твърде ограничителни, като се създават предпоставки за произволно тълкуване при прилагането им.

На следващо място, изискването за разполагане на фирмени надписи върху фасади или покриви, когато функцията „която обозначават се осъществява в повече от 3/4 от площта на сградата“ чл. 48, ал. 2, т. 2 и т. 4) също е неясно и не отчита най-честите случаи, когато в нежилищна сграда има повече от един наемател и/или собственик, които осъществяват търговска дейност. При повече от едно лице възниква въпросът дали всеки наемател/собственик би имал право да разположи фирмен надпис или само този, който изпълнява изискването да осъществява функцията, която обозначава, в повече от 3/4 от площта на сградата. Първото разбиране трудно би могло да се възприеме, тъй като не отговаря на изричния текст на наредбата. Ако се приеме второто, на практика наемателите/собствениците на по-малки площи биха били дискриминирани в полза на тези на по-големи площи. Може да се стигне и до абсурдни случаи, в които няма наемател и/или собственик, който ползва повече от 3/4 от площта на сградата (а например 4 лица ползват по 1/4 от сградата), и съответно нито един фирмен надпис не може да бъде поставен върху нея или на фасадата ѝ. В този смисъл препоръчваме наредбата да бъде прецизирана или да отпадне.

Уточняваме, че продължаваме да поддържаме и останалите предложения, които направихме в предходните ни становища.

В заключение бихме искали да подкрепим изразената по време на срещата от 16.05.2018г. позиция на КРИБ и Българска Асоциация на застрахователните брокери, както и направените от тях предложения за подобряване на текстовете на Наредбата. Идентифицирането от различни пазарни участници на сходни проблеми е показателно за това, че предлаганите промени засягат съществени инвестиционни интереси на една голяма част от бизнеса в България. Смятаме, че намирането на компромисни решения е в основата на успеха на всяка регулация и се надяваме на такъв балансиран подход и в конкретния случай.

С уважение,



Йордан Матеев

Изпълнителен директор

Сдружение за модерна търговия