

ДО
Г-Н ГЕОРГИ ГЕОРГИЕВ
ПРЕДСЕДАТЕЛ
СТОЛИЧЕН ОБЩИНСКИ СЪВЕТ

СТАНОВИЩЕ

ОТ

„НАЦИОНАЛНА АСОЦИАЦИЯ ЗА ВЪНШНА РЕКЛАМА“, ЕИК 175074130, със седалище и адрес на управление: гр. София, бул. „Евлоги Георгиев“ № 49, представявано от Тихомир Младенов

Относно: Провеждане на обществена консултация по 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

Правно основание: чл.26 от ЗНА

УВАЖАЕМИ ГОСПОЖИ И ГОСПОДА,

Относно публикувания Проект на решение за приемане на Наредба за изменение и допълнение на НПОРИМДЕРТСО от 20.05.2022г, Националната асоциация за външна реклама би искала отново да Ви обърне внимание към промяна, която засяга директно бизнеса ни и то без основателни причини, а именно:

1. Проект на решение, Чл. 16.4а.

„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:

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 разположението на равнините е повече от 3 метра.

в) върху фасади на големи свободностоящи магазини и търговски центрове, когато представляват кампанийна реклама на стоки, продавани в обекта. В тези случаи местата за разполагане на такава реклама се определят с разрешението за поставяне или инвестиционния проект на сградата и не могат да заемат повече от 20% от площта на фасадата в П-ра зона и 30% в останалите зони“.

Представяме пример на рекламен елемент върху фасада на сграда, представляваща калканна стена по смисъла на т.56 от ЗУТ, по подточка а):



Представяме пример на рекламен елемент върху фасада без отвори на едропанелните секционни жилищни сгради, която не представлява калкан по смисъл на т.56 от ЗУТ, по подточка б):



Представяме пример на рекламен елемент върху самостоятелна стена без отвори на едропанелните секционни жилищни сгради, която не попада в една равнина с фасадата с отвори, по *подточка б*):



Съгласно въведеното изискване в *подточка б*) за минимална разлика от 3м. между стената с отвори и стената без отвори, практически 90% от рекламните елементи, с които оперираме в големите жилищни комплекси ще отпаднат, тъй като такава голяма разлика в равнините НЕ СЪЩЕСТВУВА!!! Мотивите за тази промяна остават неясни. Очевидно тази рестрикция не може да бъде обоснована с желанието за естетизиране на градската среда. От предложените примери се вижда, че рекламните елементи върху двата типа стени без отвори (*от подточка б*) на едропанелните жилищни сгради изглеждат по един и същи начин и едва ли могат да бъдат разграничени по естетичен критерий. Това допълнение на наредбата единствено ще се отрази негативно върху бизнеса на компаниите ни и разбира се върху управлението на многофамилните сгради. Едно от най-забележимите обществени предимства на този формат е приходът за етажните собственици, благодарение на който те самите поддържат сградите си в нормален вид. Ето защо Ви молим да помислите отново върху това решение и да обосновете заложената промяна!

Нашето предложение е текстът по Чл.16.4а, подт. б), да бъде променен, както следва:

- *върху фасади без отвори, които не представляват калкани по смисъла на т.56 от §5 от ДР на ЗУТ от 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 разположението на равнините е повече от 1 метра.*

С УВАЖЕНИЕ:

ЗА НАВР:
ТИХОМИР МЛАДЕНОВ

