



Българска асоциация за външна реклама

Изх.№2020-12-03/03-12-2020 г.

ДО

**СТОЛИЧЕН ОБЩИНСКИ СЪВЕТ**

София 1000, ул. „Московска“ № 33,

партер – фронтофис

**На вниманието на:** Малина Едрева – общински съветник,  
Силвия Христова – общински съветник и  
арх. Здравко Здравков – главен архитект  
на Столична община

**По електронен път:** [sshtereva@sofia-agk.com](mailto:sshtereva@sofia-agk.com)

**На вниманието на г-жа Стела Щерева**

**директор на дирекция ПНИФО – НАГ, СО**

**Относно:** Обществени консултации по Доклад с рег.№ СОА20-ВК66-9224/03.11.2020 г. относно проект за 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

## СТАНОВИЩЕ

### От Българската асоциация за външна реклама

по Доклад с рег.№ СОА20-ВК66-9224/03.11.2020 г. за приемане на проект на наредба 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

Съгласно чл. 16, т. 11 и 12 от действащата Наредбата за преместваемите обекти, за рекламните, информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на територията на Столична община (НПОРИМДЕРДТСО) поставянето на рекламни елементи върху дървета и върху терени от зелената система на Столична община е забранено. Съгласно наредбата тези терени попадат в самостоятелна Зона VI. Забраната е приета с измененията ѝ от 2014 г. В старата наредба от 2005 г и в предходните версии на действащата (от 2009 г. до 2014 г.) нямаше такива ограничения, а се прилагат разпоредбите на Закона за устройството и застрояването на Столичната община (ЗУЗСО) и Наредбата за за изграждане, поддържане и опазване на зелената система.

Съгласно чл. 12, т. 5 и 6 ЗУЗСО в устройствените зони и в самостоятелните терени на зелената система по принцип се допуска застрояване само за два вида преместваеми обекти: (1) тези по чл. 56 ЗУТ с площ до 10 кв.м. и монументално-декоративни и (2) информационни елементи по чл. 57 ЗУТ. И в двата случая обаче това може да стане само след проведено обществено обсъждане. Действащата Наредба за изграждане, поддържане и опазване на зелената система на Столична община отива и по-далеч като

изрично забранява поставяне на рекламни елементи дори и в бъдещи зелени площи, т.е. в частни имоти, отредени за зелени площи, които не са реализирани и не са отчуждени (чл. 20 от наредбата).

С настоящата нормотворческа инициатива се предлага ограничаване на забраната в един съвсем частен случай, който по наше мнение открива широки възможности за заобикалянето ѝ.

1. На първо място, предложението попада в противоречие с изричната разпоредба на чл. 12, т. 6 ЗУЗСО, която не съдържа понятията „акционни обекти“ и „акционни елементи“. В нея се прави препращане към „информационни елементи по чл. 57 ЗУТ“, което означава, че предложението следва да се приведе в съответствие с понятийния апарат по чл. 57 ЗУТ и да посочи коя точно категория обекти могат да се поставят. НПОРИМДЕРДТСО използва и дефинира понятието „акционно поставяне“, а не акционни обекти“. В § 1, т. 6 ДР на наредбата терминът „акционно поставяне“ е определен като „поставяне на преместваеми обекти, рекламни или информационни елементи за срок до един месец във връзка с културни и спортни прояви, с официални празници по смисъла на чл. 154, ал. 1 и 2 от Кодекса на труда, с традиционни празници като 1 март, 1 април, 6 май, 17 септември, както и с други дни, определени от Столичния общински съвет“. Това несъответствие създава неограничени възможности за лесно заобикаляне на разпоредбата, ако бъде приета, и за използването на рекламни елементи в зелени площи в нарушение на ЗУЗСО.
2. В контекста на предложението, промяната в чл. 23а засяга само общинските и държавни имоти, за които се създава привилегията да се поставят „акционни обекти и/или елементи“. Този извод може да бъде направен въз основа на използваното понятие „обща схема за поставяне“ като пререквизит за приемането на индивидуални схеми и за издаване на разрешения. При условията на чл. 56 и 57 ЗУТ схеми за поставяне могат да бъдат изработвани само и единствено за терени държавна и общинска собственост. Ноторен факт е обаче, че част от парковете в Столичната община са частна собственост. Предложението изцяло ги изключва от горните възможности. Частни терени не могат и няма как да попаднат в общата схема, тъй като не е известна предварително и волята на собствениците им да организират и провеждат акционни мероприятия. Ако пък се възприеме обща схема и върху частни имоти автоматично ще възникне въпрос за начина, по който е направена селекцията на допустимите по схемата терени. Ето защо, предложението съставлява компромис, който нарушава принципа на равенство на различните форми на собственост, въведен с Конституцията и доразвит в серия закони. То не е обосновано с конкурираща по сила обществена потребност и създава дискриминация на частната собственост чрез неравенство във възможностите за нейното ползване и управление. Законът за ограничаване на административното регулиране и административния контрол върху стопанската дейност (ЗОАРАКСД) предвижда, че при осъществяване на административното регулиране и административния контрол всички лица, които извършват или възнамеряват да извършват стопанска дейност, са равнопоставени независимо от формата им на собственост, правно-организационната форма или националността (чл. 1, ал. 2 ЗОАРАКСД). Тъй като спонсорството несъмнено съставлява форма на стопанска дейност от типа на промоционалните, това изискване трябва да бъде спазено и в случая.
3. Предложението не посочва ясно какви точно „акционни обекти и/или елементи“ попадат в режим на съвместимост със статута на зелената система. Следователно, това могат да бъдат (и по подразбиране най-често ще бъдат) прикрити форми на рекламно-информационни елементи. Използването на логото на спонсора категорично съставлява реклама, независимо дали и как ще бъде квалифициран материалния носител на рекламната комуникация. Съгласно цитираната по-горе разпоредба на чл. 12, т. 6 ЗУЗСО в зелени площи могат да бъдат поставяни само и единствено „монументално-декоративни и информационни елементи“, т.е. изрично изключена е третата категория по чл. 57 ЗУТ – рекламните елементи. Нито монументално-декоративните, нито информационните елементи могат да съдържат каквото и да било лого на спонсор или на друго лице, тъй като това автоматично ги трансформира в рекламно-информационни елементи, особено при прилагане принципа за предимство на съдържанието над формата. Спонсорството, за разлика от дарението (което е безусловен и алтруистичен акт),

е продукт на двустранен възмезден договор и в този смисъл срещу предоставянето на материална полза от общината, спонсорът също получава такава. Тъй като монументално-декоративните и чисто информационните елементи са категорично несъвместими с даването или получаването на материални облаги, те са несъвместими и с поместването на лого срещу спонсориране на акционни мероприятия. Тези обекти изпълняват една чисто обществена функция, изцяло свързана с морални ценности.

4. Предложението не посочва как ще бъде спазено изискването на чл. 12 ЗУЗСО за провеждане на обществено обсъждане преди поставянето на въпросните „акционни обекти и/или елементи“, в кой точно момент и по какъв ред ще бъде проведено то (напр. по специалния ред на чл. 127 ЗУТ или друг).
5. Мотивите на предложението са неотнормирани, което го прави необосновано. Предварителната оценка на въздействието на проекта за нормативен акт не съответства на изискванията на Закона за нормативните актове. Тя съдържа сериозни пропуски и несъответствия. В частност, твърди се, че проектът не създава нови регулаторни режими, а само прецизира съществуващите. Това не отговаря на действителността, тъй като се предлага първо по реда си уреждане на обществени отношения след забраната за поставяне в терени от зелените системи, въведена със ЗУЗСО през 2005 г. и конкретизирана с НПОРИМДЕРДТСО през 2014 г. По същество това означава първично въвеждане на регулаторен режим.
6. Прилагането на новата разпоредба в чл. 23а (ако бъде приета) ще доведе до отлив на част от рекламоделите за стандартните рекламно-информационни елементи, повечето от които са поставени в общински терени с конкурси, въз основа на които Столична община реализира значителни приходи. Това ще намали интереса към участието в конкурси и съответно – приходите на общината, тъй като много рекламоделители ще се преориентират към далеч по-изгодната схема за реклама по реда на чл. 23а. В перспектива това води до накърняване на общинския бюджет в приходната му част, а за рекламните агенции ще създаде спонсорирана от общината форма на нелоялна конкуренция и държавна помощ за рекламоделители, несъвместима с Общия пазар съгласно Закона за държавните помощи и приложимите директиви. Ето защо, като цяло предлаганата разпоредба ще ерозира пазара на рекламни услуги, което следва да бъде изследвано и отразено в мотивите, но не е направено. Това компрометира твърдението в мотивите, че предложението не изисква допълнителни материални ресурси от Столична община, тъй като реализацията му в практиката би засегнала тези ресурси.
7. Анализът на декларираните цели на предложението сочи, че то е насочено към заобикаляне на закона. Като основна цел се посочва „привличането на повече финансови средства за подпомагане на културната и спортна дейност на територията на Столична община“. Имайки предвид допустимостта за възмездно поставяне на лого на спонсор, предложението съдържа явен индикатор за въвеждане на скрит режим на недопустима рекламна дейност. Разпоредби, приети в заобикаляне на императивни законови разпоредби са оспорими и в отделни случаи водят до нищожност, особено ако Общинския съвет се ангажира да приеме норма в пряко противоречие със ЗУЗСО.

С оглед на изложените аргументи Българската асоциация за външна реклама е категорично против приемането на предложението за изменение и допълнение в двете наредби в този му вид и предлага наредбата за изменение и допълнение на НПОРИМДЕРДТСО и на НИПОЗССО да бъде оттеглена от вносителите, или респективно – да бъде отхвърлена.

Бихме подкрепили предложението при неговото модифициране в две насоки:

- На първо място, да се определи точен ред за спонсориране на акционните събития по начин, по който няма да позволи злоупотреби и заобикаляне на ограничението за едномесечния срок на събитието. В сегашния си вид е възможно едно лого да бъде използвано месеци наред чрез последователно спонсориране на събития на едно и също място. В този дух предлагаме да се ограничи последователното спонсориране на последващи събития от един и същи спонсор с цел неограничено продължаване на едномесечния срок. В противен случай ще стане очевидно, че става въпрос за използване на един и същ рекламно-информационен елемент.

- Да се разреши поставянето на рекламно-информационни елементи в зелени площи, съставляващи частна собственост при определени общи изисквания или схеми, след съгласуване с дирекция „Зелени системи“ за съответствие с тези изисквания и схеми.

Настоящото становище отразява единодушното общо мнение на всички наши членове, както и на управителния орган на асоциацията.



С УВАЖЕНИЕ:

Ангел Станчев  
Председател на УС на БАНР и  
представяващ

