

SVETU MESTNE OBČINE KRANJ
OBČINSKI UPRAVI MOK

ZADEVA: Predlogi sprememb Odloka o oglaševanju in usmerjevalnem sistemu v Mestni občini Kranj z obrazložitvami

1. člen

V 1. člen členu odloka je opredeljeno, da je dejavnost oglaševanja in usmerjevalnega sistema v Mestni občini Kranj določena kot izbirna gospodarska javne služba, ki se izvaja kot gospodarska dejavnost. Na podlagi pridobljenega pravnega mnenja Inštituta za javno upravo z dne 7. 7. 1999 (kopijo lahko po potrebi posredujem):

»**Občina ne sme določiti, da je plakatiranje gospodarska javna služba.** Določitev neke dejavnosti za gospodarsko javno službo **pomeni omejevanje konkurence**; za to pa občina potrebuje zakonsko podlago oz. utemeljene razloge javnega interesa. V primeru dejavnosti plakatiranja noben zakon ne daje takšne podlage, **plakatiranje pa tudi ni dejavnost, ki je objektivno ne bi bilo mogoče zagotavljati na trgu** (to bi bil namreč lahko razlog za določitev te dejavnosti kot javne službe na podlagi 1. člena Zakona o gospodarskih javnih službah, Uradni list RS, št. 32/93).

Ker plakatiranje ne more biti javna služba, so **občinski odloki, ki to določajo, po našem mnenju nezakoniti**. Nezakonito je kakorkoli omejevati konkurenco na področju te dejavnosti, npr. z javnim razpisom oziroma s podelitvijo koncesije.

Občina lahko regulira dejavnost plakatiranja na dva načina. Prvič, postavitve reklamnih panojev na določenem območju lahko **omeji s prostorskimi izvedbenimi akti**. Drugič, v celoti lahko **ureja pogoje plakatiranja na javnih površinah**. Plakatiranje na lokalnih javnih površinah namreč pomeni posebno uporabo grajenega javnega dobra, ki je v lasti občine. Občina lahko določi mesta, predvidena za plakatiranje, postavi pogoje in določi merila za razporeditev oglaševalskih kapacitet na javnih površinah med zainteresirane gospodarske subjekte.«

lahko pride do situacije, ko bo kateri izmed gospodarskih subjektov, ki se ukvarja z zunanjim oglaševanjem izpodbijal zakonitost omenjenega odloka. Glede na priloženo pravno mnenje, lastno poznavanje zakonodaje ter mnenja nekaterih pravnikov, ki poznajo to področje predlagam, da se uporabi drugo pravno osnovo za ta odlok.

Zaradi tega predlagam, da se v 1. členu črta besedilo »*kot gospodarska javne služba, ki se izvaja*«.

2. člen

Predlagam, da se zadnji del stavka v drugem odstavku 2. člena »*ter na zunanjih stenah avtobusov mestnega prometa*« izbriše, saj je to **izrazito komercialna dejavnost**. Prav tako je ta vrsta oglaševanja urejena v 16. in 17. členu odloka, tako da se sedaj ista dejavnost obravnava na dva različna načina.

V tretjem odstavku 2. člena je zapisano da usmerjevalni in obvestilni sistem postavljajo izvajalci ali drugi izvajalci izbrani z javnim razpisom. Predlagam, da se ta odstavek dopolni tako da se bo glasil »*Usmerjevalni in obvestilni sistem postavljajo in upravljajo izvajalci*

oglaševanja ali drugi izvajalci, izbrani z javnim razpisom.« Razlog za takšno spremembo je v tem, da je takšen sistem potrebno vzdrževati, dopolnjevati in spreminjati, zato je edino logično, da tisti, ki je sistem postavil zanj tudi skrbi, ga razvija, dopolnjuje in vzdržuje.

3. člen

V prvem odstavku 3. člena se odstrani besedna zveza »in napravah«, saj takšno poimenovanje v Zakonu o graditvi objektov ne obstaja. Naštete objekte za oglaševanje je potrebno čim **bolj natančno opisati, da ne bi prihajalo do različnih tolmačenj** v katero kategorijo kakšen objekt za oglaševanje spada, prav tako pa je pri nekaterih objektih opis napačen. Predlagam, da se drugi odstavek 3. člena črta, saj daje **preveliko diskrecijsko pravico občini pri določanju drugih objektov za oglaševanje**. Če vsako leto pristojni oddelek dopusti zgolj nekaj izjem, se lahko v roku nekaj let nabere nepregledna množica raznovrstnih objektov za oglaševanje. To pa bi pomenilo, da se **izničuje namen tega odloka**, ki je urediti in poenotiti oglaševanje v občini. Prav tako se je med objekte za oglaševanje dodalo toteme, kot sestavni del usmerjevalno obvestilnega sistema, ter prenosne objekte za oglaševanje. Te termine sicer ta odlok v drugih členih že uporablja. Iz seznama objektov za oglaševanje pa se **je izloči usmerjevalne in obvestilne table, saj imajo le-te status prometnega znaka** v skladu s Pravilnikom o prometni signalizaciji in opremi na javnih cestah. Zato predlagam, da se jih da v samostojni odstavek tega člena.

Zato predlagam, da se 3. člen po novem glasi:

»Oglaševanje kot gospodarska dejavnost se izvaja na objektih za oglaševanje, ki so:

1. Obešanke na drogovich javne razsvetljave

so objekti oglaševanje, ki se nameščajo na drogove javne razsvetljave, velikosti (enostranske površine) največ 2,0 m²;

2. Čezcestni transparenti

določa jih največja možna dimenzija 8 m (širina) in 1 m (višina).

Obeša se pravokotno na cestišče na obstoječo konstrukcijo, zid oziroma steber, z dvojno varovanimi jeklenimi vrvmi ali s posebno nosilno konstrukcijo, lahko pa je tudi pritrjen na konstrukcijske elemente nadvoza preko javne ceste;

3. Svetlobne vitrine (city light)

Določa jih površina- min. 0,7 m², max. 2,1 m² (enostranski ali dvostranski). Lahko so postavljene v sklopu avtobusnih postajališč ali samostojno;

4. Plakatni panoji

Določa jih osnovna oglaševalska površina - min. 0,7 m², max. 2,8 m² (enostranski ali večstranski). Lahko so v različnih izvedbah: enonožni ali večnožni, glede na vrsto pa enostranski, dvostranski, tristranski, večstranski ali stenski. Plakatni stebri so lahko max. površine do 5,6 m²;

5. Reklamni jumbo panoji

lahko so samostojni enonožni ali dvonožni, stenski, glede na vrsto pa enostranski ali dvostranski. So površine 12 m²;

6. Reklamni rollo panoji

je tehnološka nadgraditev jumbo panojev z izmenljivo vsebino; osvetljen je z notranje strani. So površine 12 m²;

7. Reklamni panoji z vrtljivo površino - roto panoji

je dimenzije največ 6x3 m (18 m²). Na njem se s pomočjo prizem vsebine izmenično pojavljajo;

8. Elektronski reklamni panoji (displaji)

s tehnične plati predstavlja v bistvu televizijo na prostem, ki jo je moč upravljati na daljavo. So površine največ 18 m²;

9. Fasadni panoji

delijo se na panoje, ki so pritrjeni na slepe fasade in gradbiščne zavese. Panoji pritrjeni na slepe fasade imajo dolgotrajno naravo oglaševanja, medtem ko so gradbiščne zavese bolj začasnega značaja (za čas gradnje). Pri slepih fasadah gre za pritrjevanje reklame v standardizirane okvirje (nosilce platna);

10. Veliki panoji (mega pano, giga pano, big pano in drugo)

lahko so dvonožni ali enonožni, glede na vrsto pa enostranski ali dvostranski. So površine nad 18 m² do največ 90 m². Postavlja se jih lahko izključno ob hitrih cestah ali avtocestah;

11. Končna tabla (totem)

je objekt za oglaševanje, ki je namenjen obeleževanju poslovnih subjektov. Postavlja se jih izključno v sklopu usmerjevalnega in obvestilnega sistema, v neposredni bližini objekta (v kateri je poslovni subjekt) o katerem obvešča;

12. Prenosni objekti za oglaševanje

so objekti za oglaševanje (ulični reklamni panoji, A - panoji), ki se jih lahko prenaša in nimajo temeljenja. So površine največ do 0,7 m² enostransko.

Usmerjevalni in obvestilni sistem sestavljajo usmerjevalne table, ki imajo značaj prometnega znaka za obveščanje (niso objekti za oglaševanje) in končne table (totemi).«

4. člen

Pri 4. členu predlagam, da se črta besedilo »ali s pravilnikom o merilih za določitev lokacij in o lokacijah za oglaševanje za posamezne vrste nosilcev oglaševanja.« Razloge za takšno črtanje lahko najdete v že prej omenjenem mnenju Inštituta za javno upravo. Občina namreč lahko **gospodarsko dejavnost** na določenem območju **regulira zgolj s prostorskimi akti**, v katerih določi na katerih območjih je dovoljena oziroma prepovedana gradnja objektov in uporaba le teh za zgolj določene gospodarske dejavnosti. Ker bo svet mestne občine Kranj še **v tem letu obravnaval spremembe PUP-a** za Kranj mesto in Kranj podeželje, se lahko to že razmeroma **hitro uredi**. Predlagam, da pristojni oddelek mestne občine Kranj **vodi seznam lokacij objektov za oglaševanje**, ki bi vseboval lokacije objektov za oglaševanje, ne glede na lastništvo nepremičnine. Tako bi na pregleden in jasen način v vsakem trenutku vedeli (tudi Medobčinski inšpektorat Kranj) kateri objekt je postavljen v skladu z veljavnimi predpisi in katerega je potrebno odstraniti.

5. člen

V 5. členu je potrebno uporabiti enotno terminologijo, se pravi »objekti za oglaševanje« in ne »naprave ali nosilci oglaševanja« in to iz istih razlogov kot sem jih navedel že pri obrazložitvi sprememb 3. člena odloka. V skladu z obrazložitvijo in predlogom sprememb 4. člena odloka, predlagam, da se drugi odstavek 5. člena spremeni tako, da je **postavitev objektov za oglaševanje možna izključno na lokacijah, ki so zavedene v seznam lokacij objektov za oglaševanje, ki naj ga vodi pristojni oddelek MOK**. Tako da bi se po novem 5. člen glasil:
»Lokacije za postavitev objektov za oglaševanja določi oddelek MOK, pristojen za okolje in prostor, na podlagi občinskega prostorskega načrta in se zavedejo v Seznam lokacij objektov za oglaševanje, ki ga vodi oddelek MOK pristojen za razvoj in investicije (v nadaljevanju: pristojni oddelek MOK). Seznam lokacij objektov za oglaševanje vsebuje lokacije objektov za oglaševanje ne glede na lastništvo nepremičnine.

Vpis lokacije za postavitev objektov za oglaševanje v Seznam lokacij objektov za oglaševanje, se lahko izvede tudi na podlagi vloge izvajalca oglaševanja, gospodarskega subjekta ali drugega zainteresiranega za postavitev objekta za oglaševanje.

V primeru vpisa lokacije za postavitev objekta za oglaševanje v Seznam lokacij objektov za oglaševanje je dolžan predlagatelj plačati dajatev v višini, kot je s sklepom določi župan MOK.

Vpis v Seznam lokacij objektov za oglaševanje se lahko zavrne. Pritožbeni organ je župan.«

Tovrstna ureditev vpisa objektov za oglaševanje v seznam lokacij objektov za oglaševanje **tudi na zakonit način omogoča pobiranje določenih dajatev za vsak postavljen objekt za oglaševanje na zasebnih zemljiščih**, kar v osnutku odloka v skladu z zakonodajo ne bi bilo mogoče. S tem pa bi se MOK zmanjšali prihodki iz naslova oglaševanja za več kot 50%.

6. člen

V 6. členu odloka je potrebno narediti kar nekaj sprememb. **Za postavitev objektov za oglaševanje na zasebnih zemljiščih v skladu z veljavno zakonodajo ni mogoče izvesti javnega razpisa.** Zaradi tega predlagam, da se na vseh ustreznih obstoječih lokacijah objektov za oglaševanje še vedno ohrani pogodbeni odnos z obstoječimi izvajalci oglaševanja, za vse proste lokacije objektov za oglaševanje pa se izvede javni razpis. Tako, da predlagam, da bi se po novem 6. člen glasil:

»Proste lokacije za postavitev objektov za oglaševanje na zemljiščih ali objektih v lasti MOK pridobi izvajalec oglaševanja na podlagi javnega razpisa za obdobje petih let z možnostjo podaljševanja, in sicer za:

- 1. obešanke na drogovih javne razsvetljave,*
- 2. čezcestne transparente (nosilce),*
- 3. svetlobne vitrine,*
- 4. plakatne panoje,*
- 5. reklamne (jumbo) panoje,*
- 6. reklamne (rollo) panoje,*
- 7. reklamne panoje z vrtljivo površino - roto panoje,*
- 8. elektronske reklamne panoje (displaje),*
- 9. fasadne panoje (brez gradbiščnih zaves),*
- 10. velike panoje.«*

7. člen

Pri 7. členu je potrebno v prvem odstavku besedno zvezo iz »nosilcev oglaševanja« spremeniti v »objektov za oglaševanje«. Razlog je uskladitev terminologije odloka s terminologijo, ki je uporabljena v Zakonu o graditvi objektov.

V drugem odstavku je potrebno dodati **nov izločitveni kriterij za tiste, ki so objekte za oglaševanje na področju Mestne občine Kranj postavili brez soglasja le-te.** Na ta način se izloči tiste, ki niso spoštovali dosedanjega odloka in so objekte za oglaševanje postavljali v nasprotju z njim. Doda se torej nova četrta točka: »4. so postavili objekte za oglaševanje brez soglasja MOK.«

8. člen

8. člen sicer upošteva velik **nabor kriterijev** za izbiro najugodnejšega ponudnika, vendar pa so le-ti **nedomišljeno vrednoteni**, kar bi imelo za posledico možnost številnih izigravanj. To pa bi v končni fazi pomenilo, da občina ne bi dobila dejansko najugodnejšega ponudnika. **Prevelik pomen se daje višini nadomestila**, neupoštevajoč dejstvo, da v primerjavi z drugimi primerljivimi občinami **MOK že sedaj pobira nadpovprečno visoko komunalno takso in nadomestilo**. Kar bi **posledično lahko privedlo do bistveno zmanjšanih prihodkov občine iz naslova zunanjega oglaševanja**. Višino najmanjšega nadomestila bi morala občina v odloku sama določiti, z ostalimi merili pa poskrbeti, da **za izvajanje dejavnosti dobi najkvalitetnejšega izvajalca**. Tako na primer lahko nekdo pri prvem merilu, višina ponujenega nadomestila, ponudi samo npr. 4% nižjo nadomestilo, prejme pa lahko tudi več kot 50% manj točk. Prav tako ovrednotenje merila **omogoča taktiziranje med seboj povezanih podjetij**, ki lahko na podlagi usklajenega delovanja dosežejo nižje nadomestilo od obstoječega. **Merilo referenc ni niti vsebinsko niti količinsko ustrezno**, kar dopušča možnost da bi na razpisu uspeli prijavitelji, ki niso zadosti usposobljeni za izvajanje dejavnosti. Prav tako je popolnoma **vsebinsko neopredeljen kriterij opremljenosti za izvajanje dejavnosti**, saj konkretno sploh ne navaja katero opremo bi posamezni prijavitelj moral imeti, temveč le pavšalno govori celo o podizvajalcih, ki naj bi zagotavljali potrebno opremljenost prijavitelja. Pri **drugih ugodnostih ponudnika je vrednotenje merila popolnoma neustrezno**, saj je enako kot pri prvem merilu, nedorečeno in **omogoča netransparentnost in favoriziranje določenih ponudnikov**. Zadnji odstavek je v nasprotju z vsemi ostalimi meri tega člena in lahko način izbire najugodnejšega ponudnika povsem spremeni. Prav tako ni jasno, kako je mogoče pri najugodnejšem ponudniku upoštevati tudi finančno in organizacijsko usposobljenost ne da bi se ta tudi ustrezno ovrednotila. Zato v izogib neustreznim in nepreglednim merilom izbora tvegamo tudi verjetnost uspešnih pritožb na izbor najugodnejšega ponudnika. Zaradi vsega naštetega **predlagam, da so vsa merila vnaprej znana in med seboj enakovredna**, saj se le tako ob določitvi najnižje višine nadomestila lahko zagotovi, da bo izbrani ponudnik dejansko najugodnejši tako s finančnega kakor tudi iz vidika kakovosti izvajanja. Zato predlagam, da se 8. člen glasi:

»Postopek javnega razpisa vodi petčlanska strokovna komisija, ki jo imenuje župan izmed zaposlenih Mestne občine Kranj.

Strokovna komisija po pregledu in ocenjevanju ponudb pripravi predlog za izbiro najugodnejšega ponudnika za vsako lokacijo objektov za oglaševanje, na osnovi sledečih enakovrednih meril:

- višina nudenega nadomestila,*
- reference za izvajanje oglaševanja za posamezne vrste objektov za oglaševanje,*
- finančna usposobljenost,*
- strokovna usposobljenost,*
- organizacijska usposobljenost,*
- opremljenost z osnovnimi sredstvi (delovna in tovorna vozila, itd..) za izvajanje dejavnosti,*
- kakovost objektov za oglaševanje in*
- obveščanje (oglaševanje) za potrebe MOK.*

Višina neto nadomestila (najmanjšega) za uporabo površin v lasti MOK za izvajalce oglaševanje ali stranke, ki so lokacije za postavitev objektov za oglaševanje pridobili v skladu z 6. in 10. členom tega odloka znaša za:

1. obešanke na drogovih javne razsvetljave - $1,7 \times 1,1$ m - (1 kos): 0,210 EUR/ m²/dan,
2. čezcestne transparente (nosilce) (1 kos): 0,070 EUR/ m²/dan,
3. svetlobne vitrine (1 kos): 0,340 EUR/ m²/dan,
4. plakatne panoje (1 kos): 0,170 EUR/ m²/dan,
5. reklamne (jumbo) panoje (1 kos): 0,150 EUR/ m²/dan,
6. reklamne (rollo) panoje (1 kos): 0,300 EUR/ m²/dan,
7. reklamne panoje z vrtljivo površino - roto panoje (1 kos): 0,340 EUR/ m²/dan,
8. elektronske reklamne panoje (displaje) (1 kos): 0,340 EUR/ m²/dan,
9. fasadne panoje (brez gradbiščnih zaves) (1 kos): 0,170 EUR/ m²/dan,
10. velike panoje (1 kos): 0,170 EUR/ m²/dan,
11. usmerjevalni sistem:
 - 11.a. usmerjevalne table (1 kos): 0,215 EUR/ kom/dan,
 - 11.b. končne table (1 enoto na tabli): 0,276 EUR/ m²/dan,
12. druge objekte za oglaševanje:
 - 12.a. enostranske površine do 2,8 m²: 0,500 EUR/ m²/dan,
 - 12.b. enostranske površine 2,8 m² in več: 0,400 EUR/ m²/dan.

Višina nadomestila za uporabo površin v lasti MOK se lahko letno revalorizira v skladu s stopnjo inflacije po podatkih Statističnega urada RS.«

Natančno definicijo posameznih meril pa naj določi 5-članska komisija, saj gre za strokovno vprašanje, ki ga ni moč na ustrezen način opredeliti v odloku.

9. člen

Potrebno bi bilo določiti, da se lahko za izvajanje določenih dejavnosti za določene objekte za oglaševanje **izbere tudi več ponudnikov**. To omogoča, da bo v Kranju **večja konkurenca** med oglaševalci in posledično tudi **konkurenčnejša ponudba za uporabnike storitev**. Zaradi tega predlagam, da se prvi odstavek 9. člena po novem glasi:

»Izvajalce oglaševanja se izbere na osnovi pridobljenega števila točk s sklepom. Lahko se odloči, da se ne izbere nobenega ponudnika oziroma ne izbere izvajalca oglaševanja za posamezne objekte za oglaševanje ali da se za posamezno vrsto objektov za oglaševanje izbere več izvajalcev oglaševanja.«

V tretjem odstavku 9. člena se popravi tekst, ki se nanaša na to kdo sklene pogodbo. **Pogodbo med seboj namreč sklepajo pravne osebe**, pri kateri Mestno občino Kranj zastopa župan oz. po njegovem pooblastilu eden izmed podžupanov. Zaradi tega predlagam, da se tretji odstavek po novem glasi:

»Z izbranim izvajalcem oglaševanja sklene Mestna občina Kranj pogodbo o izvajanju dejavnosti oglaševanja (v nadaljevanju: pogodba), s katero se določijo medsebojna razmerja, pravice in obveznosti pogodbenih strank.«

10. člen

Določitev določenih objektov za oglaševanje za občasno ali kratkotrajno oglaševanje je neustrezno, tako npr. **plakati, nalepke, napisi in podobno niso objekti za oglaševanje** in jih

kot take zato ne moremo določiti. Prav tako je **potrebno določiti rok postavitve objektov** za občasno ali kratkotrajno oglaševanje, ki ne sme biti daljše od enega leta, saj v nasprotnem primeru le-ti lahko postanejo de facto trajni. **Motorna in priklopna vozila**, ki so prirejena, kot objekti za oglaševanje **ne spadajo** med občasno ali kratkotrajno **oglaševanje za lastne potrebe**, kot so določeni v prvem odstavku 10. člena, ampak so izvajanje dejavnosti oglaševanja za potrebe tretjih oseb (**komercialno oglaševanje**). Občina **ne sme dopustiti njihovega parkiranja na javnih površinah brez javnega razpisa in ustrezne določitve lokacij**, na katerih se takšna vozila lahko parkirajo (v kolikor občina to želi, spremembe, ki jih jaz predlagam, ne predvidevajo parkiranje na javnih površinah). V nasprotnem primeru se bo še naprej dogajalo tako kot do sedaj, ko so ta vozila parkirana v križiščih, kjer ovirajo preglednost le-teh ter tako ogrožajo varnost udeležencev v prometu. Prav tako **ne bi smeli dopustiti parkiranje teh vozil na javnih parkiriščih**, saj se s tem po nepotrebnem zmanjšujejo površine, ki so namenjene parkiranju. Tako da predlagam, da se 10. člen glasi:

»Lokacije za postavitve objektov za oglaševanje za občasno ali kratkotrajno oglaševanje za lastne potrebe, kot so:

- 1. prenosljivi ulični reklamni panoji površine 0,7 m² (A panoji, enostranski, dvostranski),*
- 2. objekti in naprave,*
- 3. reklamni panoji za brezplačno oglaševanje v lasti MOK,*

pridobi izvajalec oglaševanja, za obdobje do enega leta, na podlagi soglasja za občasno ali kratkotrajno oglaševanje pristojnega oddelka MOK.

Objekte za oglaševanje na vozilih in prikolicah lahko izvajalec oglaševanja postavi ob javnih cestah znotraj varovalnega pasu javnih cest le na podlagi soglasja pristojnega oddelka MOK. Oglaševanje na vozilih in prikolicah je prepovedano na vseh javnih površinah in površinah v lasti MOK.

Objektov za oglaševanje iz tega člena, ni potrebno zavesti v seznam lokacij objektov za oglaševanje.«

11. člen

Ponovna terminološka neuskkljenost med odlokom in Zakonom o graditvi objektov. **Mestna občina Kranj ni pooblaščen za izdajanje kakršnih koli dovoljenj za postavitve objektov za oglaševanje**, saj je to v pristojnosti drugih organov (upravne enote). V primeru izdaje dovoljenja s strani Mestne občine Kranj, **bi bil lahko izvajalec oglaševanja zaveden in bi mislil**, da lahko na podlagi izključno tega dovoljenja objekt za oglaševanje tudi postavi. Zaradi tovrstnih postopkov in nepridobitve tudi drugih nujno potrebnih soglasij, ki jih predvideva zakonodaja s področja graditve objektov, bi lahko prišlo tudi do situacij, na podlagi katerih bi ljudje umrli (npr. poškodovanje električnih, telekomunikacijskih, plinskih in drugih vodov) ter neustrezna prometna umestitev objektov za oglaševanje v prostor. Predlagamo, da se na območju starega mestnega jedra, zaradi specifičnih omejitev in možnosti, omogoči Mestni občini Kranj, da izvajalcem oglaševanja omogoči cenejše oglaševanje za lastne potrebe s tem, da jih oprosti plačila občinskih taks, ki jih sicer v ta namen zaračunava. Po drugi strani pa je treba občini omogočiti, da, v kolikor bi rada uvedla drugačen režim v starem mestnem jedru, izdana soglasja tudi enostransko prekličče. Predlagam, da občinska uprava do druge obravnave pripravi grafične karte, tako da bo iz njih nedvoumno jasno kateri del Kranja je zajet kot območje starega mestnega jedra. Zato predlagam, da se 11. člen ustrezno popravi, tako da se glasi:

»Izvajalec oglaševanja na objektih za oglaševanje iz 10. člena tega odloka lahko pridobi soglasje za postavitve objektov za oglaševanja na podlagi vloge, ki mora vsebovati:

- 1. navedbo lokacije za posamezno vrsto objekta za oglaševanje,*
- 2. prikaz objekta za oglaševanje z opisom in navedbo tehničnih podatkov,*
- 3. čas trajanja oglaševanja,*
- 4. soglasje lastnika nepremičnine, če je ta v zasebni lasti.*

Izvajalec oglaševanja sme pričeti z oglaševanjem, ko je pridobil soglasje pristojnega oddelka MOK (v nadaljevanju: soglasje) in ostala potrebna soglasja in dovoljenja v skladu z zakonodajo, ki ureja področje graditve objektov (Zakon o graditvi objektov). Pogoj za pričetek oglaševanja je tudi plačilo s soglasjem določenega nadomestila za uporabo površin v lasti MOK in odmerjene občinske takse za celoten čas oglaševanja.

MOK lahko izvajalce oglaševanje iz 10. člena tega odloka, ki postavljajo objekte za občasno ali kratkotrajno oglaševanje za lastne potrebe, znotraj območja starega mestnega jedra, oprosti plačila nadomestila za uporabo površin v lasti MOK in odmerjene občinske takse za celoten čas oglaševanja. Območje starega mestnega jedra je prikazano na karti, ki je sestaven del tega odloka.

V primeru nespremenjenih okoliščin, ki bi lahko vplivale na izdajo soglasja iz prvega odstavka tega člena in drugih morebitnih soglasij in dovoljenj iz drugega odstavka tega člena, se soglasje iz prvega odstavka tega člena vsakič avtomatsko podaljšuje za čas, za katerega je bilo izdano.

MOK si pridržuje pravico kadarkoli preklicati izdano soglasje iz prvega odstavka tega člena z odpovednim rokom 30 dni.«

12. člen

Lokacije za postavitve objektov za oglaševanje se lahko pridobijo na podlagi pogodbe, soglasij in upravnih dovoljenj. Zaradi tega je v prvem, drugem in tretjem odstavku 12. člena potrebno temu ustrezno prilagoditi tudi terminologijo. Prav tako je napačno opredeljen pojem v 4. odstavku 12. člena, ki govori o **nezasedenosti oglasnih površin, saj le-to ne more biti razlog za odstranitev objektov za oglaševanje.** Zasedenost objektov za oglaševanje je stvar ponudbe in povpraševanja. Povprečna zasedenost objektov za oglaševanje nikoli **ne presega 70%** in tako je popolnoma normalno, da so lahko posamezni objekti za oglaševanje v določenem delu leta nezasedeni tudi več kot 30 dni. Predlagatelj je imel verjetno v mislih, da se objekti za oglaševanje ne uporabljajo, kar pa nikakor ne gre enačiti z nezasedenostjo. Zato predlagam, da se 12. člen po novem glasi:

»Pridobljene lokacije sme izvajalec oglaševanja uporabljati dokler izpolnjuje vse obveznosti, določene s tem odlokom, pogodbo, soglasji in upravnimi dovoljenji.

Po poteku obdobja, določenega za oglaševanje, je izvajalec oglaševanja dolžan objekte za oglaševanje odstraniti najkasneje v tridesetih dneh po poteku roka oziroma v roku, določenem v soglasju.

Izvajalec oglaševanja, ki preneha z oglaševanjem ali preneha uporabljati objekte za oglaševanja pred potekom obdobja, določenega s pogodbo ali s soglasjem, je dolžan o tem obvestiti pristojni oddelek MOK največ sedem dni po prenehanjem oglaševanja ali uporabe

objektov za oglaševanja, v roku trideset dni od tega obvestila pa mora objekte za oglaševanje odstraniti.

V primeru, da izvajalec ne uporablja objekta za oglaševanje več kot 30 dni, izda pristojni oddelek MOK odločbo o preklicu soglasja za uporabo lokacije in odstranitvi objekta za oglaševanje.»

13. člen

Tako kot v 12. členu, je tudi pri 13. členu potrebno spremeniti nekatere izraze, saj se lokacije za postavitve objektov za oglaševanje lahko pridobijo na podlagi pogodbe, soglasij in upravnih dovoljenj. Seznam objektov za oglaševanje vodi pristojni oddelek mestne občine Kranj, na podlagi katerega tudi izdaja ustrezna soglasja. Zato **izvajalcem oglaševanja ni potrebno dostavljati teh podatkov**. Rok za zamenjavo poškodovanega oglasnega sporočila mora biti določen glede na dan ko je le-ta za to poškodbo izvedel. Saj je **v praksi možno, da je določeno oglasno sporočilo poškodovano dalj časa (npr. 10 dni)** ne da bi izvajalec oglaševanja za to izvedel. **Vsebina oglasov je določena na podlagi veljavne zakonodaje**, zato je s tem odlokom ni mogoče določiti na drug način. Zaradi tega predlagam, da se 13. člen glasi:

»Lokacije za postavitve objektov za oglaševanje sme izvajalec oglaševanja uporabljati le v skladu s tem odlokom, pogodbo in soglasjem.

Izvajalec oglaševanja mora objekte za oglaševanje označiti s firmo, uporabljati jih sme le v skladu s tem odlokom, s pogodbo in soglasjem.

Izvajalec oglaševanja je dolžan redno vzdrževati in obnavljati objekte za oglaševanja ter skrbeti za njihov urejen videz.

Poškodovana ali neurejena oglasna sporočila mora izvajalec oglaševanja zamenjati z novimi, najkasneje v roku 7 (sedmih) dneh, ko je za poškodbo izvedel.»

14. člen

Vidnost ali nevidnost objektov za oglaševanje za lastne potrebe **ne moremo deliti na vidnost ali nevidnost z javne površine**, saj zato v zakonodaji ne obstaja nobena razlaga. Oglaševanje na zunanjih stenah avtobusov je oglaševanje za potrebe tretjih oseb (komercialno oglaševanje) in nima nobene povezave z oglaševanjem za lastne potrebe. Zato predlagam, da se v prvem odstavku 14. člena tekst *»in je vidno z javne površine ter na zunanjih stenah avtobusov mestnega prometa.»* izbriše.

Usmerjanje gospodarskih subjektov do njihovih poslovnih prostorov **je že urejeno v tem odloku**, na podlagi usmerjevalnega in obvestilnega sistema. Ta sistem upravlja in postavlja izbrani izvajalec na podlagi javnega razpisa. **Izgled usmerjevalnih in obvestilnih tabel, ki imajo status prometne signalizacije je določen** v skladu s Pravilnikom o prometni signalizaciji in prometni opremi na javnih cestah. Kakršno koli postavljanje totemov namesto predpisane prometne signalizacije bi bilo v nasprotju z veljavno zakonodajo, tako na državnih kot na občinskih cestah. **Področje usmerjevalnega in obvestilnega sistema je že ustrezno urejeno v tem odloku**, kakor tudi na področju Mestne občine Kranj in je zato ni potrebno, v nasprotju z zakonodajo, podvajati. Predlagam, da se zelo omeji možnost postavljanja

reklamnih objektov za lastne potrebe. Takšno oglaševanje naj se prvenstveno omogoči mikro podjetjem, ki delujejo na geografsko depriviligiranem območju (na podeželju) in potrebujejo nekoliko več usmerjevalnih tabel do svojih prostorov. Da bodo te izjeme res veljale zgolj za ta podjetja in določena podeželska območja, predlagam, da občinska uprava do drugega branja odloka pripravi grafično karto na kateri bodo ta depriviligirana območja označena. Zato predlagam, da se 3. in 4. odstavek 14. člena črtata in da se namesto njiju doda nov 3. odstavek, ki se glasi:

»Ne glede na določila prvega in drugega odstavka tega člena, lahko stranka za lastne potrebe oglašuje tudi na površinah, ki so za te primere določene v karti, ki je sestavni del tega odloka, pod sledečimi pogoji:

- površina objekta za oglaševanje je največ 1 m²,
- objekt za oglaševanje mora imeti tudi funkcijo usmerjevanja v levo ali desno v neposredni (iz prometnega vidika primerni) bližini križišč,
- za sestavni del ceste, ki je označena na karti iz tega odstavka se šteje tudi varovalni pas te ceste v skladu z zakonodajo na področju prometa.«

Razlaga, zakaj mora biti namesto dovoljenja zapisano soglasje je pojasnjena pri komentarju k 11. členu odloka. Zaradi tega predlagam, da se novi četrti odstavek 14. člena glasi:

»Krajevne skupnosti lahko oglašujejo za lastne potrebe na poslovnih stavbah, prostorih in funkcionalnih zemljiščih, kjer opravljajo svojo dejavnost, določenih v soglasju pristojnega oddelka MOK.«

15. člen

Objekte za oglaševanje za lastne potrebe je možno **postaviti na podlagi veljavne zakonodaje s področja graditve objektov**, ki poleg, v tem odloku določenega soglasja pristojnega oddelka, **zahteva še številna druga soglasja** (upravljavcev infrastrukturnih objektov in prometa) **ter upravná dovoljenja glede na površino in višino objekta za oglaševanja** (Uredba o vrsta objektov glede na zahtevnost). Zato predlagam, da se 15. člen glasi:

»Stranka sme postaviti objekt za oglaševanje za lastne potrebe na podlagi soglasja pristojnega oddelka MOK (v nadaljevanju: soglasje), ki se lahko izda za čas izvajanja dejavnosti, in morebitna ostala potrebna soglasja in dovoljenja v skladu z zakonodajo, ki ureja področje graditve objektov (Zakon o graditvi objektov).

Objekte za oglaševanje za lastne potrebe je potrebno vpisati v Seznam objektov za oglaševanje.

Stranka, ki je prenehala opravljati dejavnost na določeni lokaciji, je dolžna o tem obvestiti pristojni oddelek MOK najmanj sedem dni pred prenehanjem oglaševanja ali uporabe objektov za oglaševanje, v roku trideset dni od tega obvestila pa mora odstraniti objekte za oglaševanje.

Ne glede na določila prvega in drugega odstavka tega člena, za objekte za oglaševanje za lastne potrebe, ki so nameščeni na objektih v lasti strank in ne presegajo velikosti 2m², soglasje in vpis v Seznam objektov za oglaševanje ni potreben.«

16. člen

Ker je potrebno oglaševanje na zunanjih stenah avtobusov mestnega prometa in ker je oglaševanje v 17. členu tega odloka določeno kot oglaševanje pod posebnimi pogoji, bi bilo potrebno pred 16. členom napisati oz. določiti novo poglavje Oglaševaje pod posebnimi pogoji. **Oglaševanje na zunanjih stenah avtobusov mestnega prometa ni oglaševanje na lastnih stavbah ali funkcionalnih zemljiščih, kot je to pogoj za lastno oglaševanje, temveč se odvija na avtobusih mestnega prometa.** Zaradi tega je tovrstno oglaševanje potrebno določiti kot oglaševanje pod posebnimi pogoji. Da pa se občinske uprave razbremeni dodatnih administracijskih nalog, predlagam, da se obveza poročanja in prijavljanja takšnega oglaševanja prenese na pooblaščenega izvajalce mestnega potniškega prometa. Zato predlagam, da se doda novo naslov poglavja in se celoten 16. člen spremeni tako, da se glasi:

»VI. OGLAŠEVANJE POD POSEBNIMI POGOJI

16. člen

Stranka lahko oglašuje za lastne potrebe pod posebnimi pogoji na zunanjih stenah avtobusov mestnega prometa z nalepkami, napisi in podobno. Stranka mora s pooblaščenim izvajalcem mestnega prometa za oglaševanje z njim skleniti pogodbo. Cenik in njegove vsakokratne spremembe in pogoje za oglaševanje mora v pisni obliki potrditi MOK.

Izvajalec mestnega prometa je dolžan pristojnemu oddelku MOK v petnajstih dneh prijaviti oglaševanje na zunanjih stenah avtobusov mestnega prometa. Prijava mora vsebovati podatke o stranki, obdobju oglaševanja in velikosti nalepke, napisa in podobno. Prijavi mora izvajalec mestnega prometa predložiti tudi fotokopijo pogodbe. Pristojni občinski organ z odločbo odmeri občinsko takso izvajalcu mestnega prometa.«

17. člen

Ker je **oglaševanje na zunanjih stenah avtobusa že podrobneje določeno v 16. členu odloka**, ga ni potrebno ponovno omenjati v prvem stavku 17. člena, ki v nadaljevanju omenja druge oblike oglaševanja pod posebnimi pogoji. Tako, da predlagam, da se prvi odstavek 17. člena spremeni tako, da se glasi:

»Oglaševanje pod posebnimi pogoji je tisto oglaševanje na objektih za oglaševanje za katero veljajo posebni pogoji izvajanja. Vsi objekti za oglaševanje se lahko postavijo na podlagi veljavne zakonodaje s področja graditve objektov in posebnih dodatnih pogojev iz tega člena.«

18. člen

Usmerjevalni in obvestilni sistem obsega usmerjevalne in obvestilne table, katerih izgled in dimenzije so določene v skladu s Pravilnikom o prometni signalizaciji in prometni opremi na javnih cestah, ki imajo značaj prometne signalizacije, in končne table (totemi), ki obeležujejo poslovne stavbe in dejavnosti ter so objekti za oglaševanje. **Obvestilne table**, ki bi bile namenjene vodenju prometa do gospodarskih subjektov, kot je to določeno v tretjem odstavku tega člena, **ne morejo imeti značaja nosilca oglaševanja**. Zato predlagam, da se 18. člen glasi:

»Usmerjevalni in obvestilni sistem sestavljajo usmerjevalne in obvestilne table, ki imajo značaj prometnega znaka za obveščanje (niso objekti za oglaševanje) in končne table (totemi), ki so objekti za oglaševanje.

Usmerjevalne in obvestilne table se postavljajo v skladu z določili Pravilnika o prometni signalizaciji in prometni opremi na javnih cestah (UL RS, št. 46/2000, 110/2006, 49/2008 in 64/2008).«

19. člen

Predlagam, da se besedilo v drugi točki terminološko uskladi, tako, da se po novem glasi:

»2. upravljanje (postavljanje, zamenjavanje, dopolnjevanje, odstranjevanje in vzdrževanje) usmerjevalnih in obvestilnih tabel ter trženje usmerjevalnih in obvestilnih tabel,«

20. člen

20. člen je potrebno terminološko uskladiti, drugače pa nanj nimam pripomb. Terminološko usklajen 20. člen se tako glasi:

»Izvajalca dejavnosti urejanja usmerjevalnega in obvestilnega sistema se izbere z javnim razpisom v okviru postopka javnega razpisa za oddajo lokacij za postavitev objektov za oglaševanje.«

21. člen

Tudi pri tem členu je potrebna terminološka uskladitev ter uskladitev členov. Zaradi tega predlagam, da se 21. člen po novem glasi:

»Uporaba lokacij za postavitev objektov za oglaševanje ali objektov za oglaševanje, ki niso pridobljene v skladu s 2., 5., 6., 10., 11., 14., 15., 16. in 17. členom odloka, je prepovedana.

Oglaševanje na zunanjih površinah izložb, sten, oken, vrat, zidov, ograj, dreves, gradbiščnih ograj in izven vseh objektov za oglaševanje je prepovedano.

Prepovedana je nenamenska uporaba in poškodovanje objektov za oglaševanje, usmerjevalnih in obvestilnih tabel ter poškodovanje in zakrivanje oglasnih, usmerjevalnih in obvestilnih sporočil.«

22. člen

V 22. členu je potrebna terminološka uskladitev ter uskladitev sklicevanja na posamezne člene. Zaradi tega predlagam, da se spremenjeno besedilo 22. člena glasi:

»Izvajalci oglaševanja ali stranke iz 2., 5., 10., 16. in 17. člena tega odloka so dolžni plačevati občinsko takso v skladu z odlokom o občinskih taksah v MOK ali v skladu z določbami tega odloka (17. člen). V kolikor so objekti za oglaševanje postavljeni na javnih površinah ali površinah v lasti MOK.

Obveznost plačila občinske takse nastane z dnem postavitve objekta za oglaševanja, preneha pa z njegovo odstranitvijo. Občinsko takso je treba plačevati tudi za čas, ko izvajalec oglaševanja ali stranka ne uporablja postavljenega objekta za oglaševanje.«

23. člen

Za objekte za oglaševanje, ki stojijo na zasebnih zemljiščih ne obstaja pravna podlaga za obračunavanje enkratne letne odškodnine. Plačilo občinske takse in nadomestila za uporabo površin v lasti MOK je že določeno v 8. in 22. členu tega odloka. Določila drugega odstavka 23. člena so tudi v nasprotju z 11., 17. in 22. členom. Zaradi tega predlagam, da se **23. člen v celoti črta.**

24. člen

Nimam pripomb na 24. člen.

25. člen

Tudi v 25. členu je potrebna terminološka uskladitev ter uskladitev sklicevanja na posamezne člene. Zaradi tega predlagam, da se spremenjeno besedilo 25. člena glasi:

»Medobčinski inšpektorat Kranj lahko izda odločbo o takojšnji odstranitvi objekta za oglaševanje ali usmerjevalne in obvestilne table, če ugotovi:

- 1. da izvajalec oglaševanja ni ravnal v skladu z določili 13. člena tega odloka,*
- 2. da je izvajalec oglaševanja ali stranka postavil objekte za oglaševanje ali usmerjevalne in obvestilne table v nasprotju s 2., 5., 6., 10., 11., 14., 15., 16., 17. in 18. členom tega odloka,*
- 3. da izvajalec oglaševanja ali stranka ne plača občinske takse ali drugih finančnih obveznosti več kot tri mesece.*

Pritožba zoper odločbo, izdano na podlagi tega člena, ne zadrži njene izvršitve.

V primeru, da izvajalec oglaševanja ali stranka objekta za oglaševanje ali usmerjevalne in obvestilne table ne odstrani v roku, določenem v odločbi, Medobčinski inšpektorat Kranj za izvršitev odločbe določi drugo pravno ali fizično osebo, ki odstrani objekt za oglaševanje ali usmerjevalno in obvestilno tablo na stroške izvajalca oglaševanja ali stranke.«

26. člen

Zaradi uskladitve sklicevanja na posamezne člene odloka, je potrebno vnesti tudi naslednji tekst:

»5. ravna v nasprotju s 16. členom,«

Nadaljnje člene pa ustrezno preštevilčiti.

27. člen

Za izvajalce oglaševanja ali stranke, ki **imajo objekte za oglaševanje postavljene na podlagi veljavnih soglasij in dovoljenj MOK** ali drugih pristojnih organov na zemljiščih ali objektih, ki niso v lasti MOK, **ne obstaja zakonska podlaga, da bi se njihovi objekti za oglaševanje odstranili.** Zato jih je potrebno, v kolikor to zahtevajo določila tega odloka, avtomatsko vpisati v predviden Seznam objektov za oglaševanje. Pristojni oddelek MOK mora v skladu s predlogom in interesu preglednosti vzpostaviti Seznam lokacij objektov za oglaševanje. Na podlagi Seznama lokacij objektov za oglaševanje, ki bo vključeval vse možne lokacije objektov za oglaševanje v MOK (tako obstoječe kot tudi morebitne nove), **se preveri njihova**

ustreznost z že postavljenimi objekti za oglaševanje. Za ustrezne obstoječe lokacije predlagam podaljšanje pogodbe z obstoječimi izvajalci oglaševanja, saj bi **na ta način zagotovili največje možne prihodke iz naslova zunanega oglaševanja tudi vnaprej.** V kolikor določene obstoječe lokacije objektov za oglaševanje niso postavljene na strokovno ustreznih lokacijah, jih je potrebno v doglednem roku odstraniti. Za morebitne nove ustrezne lokacije objektov za oglaševanje **se izvede javni razpis v skladu s tem odlokom.** Zato predlagam, da se spremenjeno besedilo 27. člena glasi:

»Izvajalec oglaševanja, ki ima na dan sprejetja tega odloka že sklenjeno pogodbo z MOK, se za tiste lokacije za objekte za oglaševanje, kjer že ima postavljene objekte za oglaševanje in so zemljišča ali objekti v lasti MOK ter so ali bodo vpisane v Seznam lokacij objektov za oglaševanje, sklene pogodba v skladu s 6. in 9. členom tega odloka.

Izvajalec oglaševanja, ki ima na dan sprejetja tega odloka že sklenjeno pogodbo z MOK, mora že postavljene objekte za oglaševanje z lokacij za postavitev objektov za oglaševanje, kjer so zemljišča ali objekti v lasti MOK in ne bodo vpisane v Seznam lokacij objektov za oglaševanje, odstraniti v roku 30 dni po prejetem pozivu.

Izvajalcem oglaševanja ali strankam iz 2. člena tega odloka, ki imajo v času uveljavitve tega odloka, objekte za oglaševanje postavljene na podlagi veljavnih soglasij oziroma dovoljenj MOK ali drugih pristojnih upravnih organov, na zemljiščih ali objektih, ki niso javne ali v lasti MOK, se lokacije objektov za oglaševanje avtomatsko vpišejo v Seznam lokacij objektov za oglaševanje.«

28. člen

V kolikor stranka v roku 6 mesecev ne pridobi ustreznih soglasij in dovoljenj mora objekt po tem roku odstraniti. Določilo drugega odstavka 28. člena je vsebinsko mrtvo v kolikor stranka ne zaprosi za ustrezno soglasje pristojni oddelek MOK ali ne pridobi ostalih ustreznih soglasij in dovoljenj v skladu z veljavno zakonodajo. Ponovno je potrebno opozoriti, da je soglasje pristojnega oddelka MOK samo eno izmed potrebnih soglasij in dovoljenj, ki jih stranka mora pridobiti za postavitev objekta za oglaševanje. Zaradi tega predlagam, da se 28. člen po novem glasi:

»Stranke, ki v času uveljavitve tega odloka oglašujejo za lastne potrebe, so dolžne v roku 6 mesecev po uveljavitvi tega odloka pridobiti soglasja in dovoljenja za postavljene objekte za oglaševanje v skladu s 15. členom tega odloka.

V kolikor se soglasij in dovoljenj ne pridobi, mora stranka postavljene objekte za oglaševanje odstraniti v roku iz prvega odstavka tega člena.«

29. člen

Nimam pripomb na 29. člen.

30. člen

V skladu s prej predlaganimi popravki odloka naj bi pristojni oddelek MOK vzpostavil Seznam lokacij objektov za oglaševanje, na podlagi katerega bi bil na pregleden in vsakomur dostopen način omogočen vpogled v vse lokacije objektov za oglaševanje. **Predlagani Pravilnik o merilih za določitev lokacij in o lokacijah za oglaševanje za posamezne vrste objektov za oglaševanje ni ustrezna zakonska podlaga za določitev lokacij za objekte za**

oglaševanje. To je možno izvesti izključno s prostorskimi izvedbenimi akti. Zaradi tega predlagam, da se spremenjeno besedilo 30. člena glasi:

»Lokacije za postavitev objektov za oglaševanje oglaševanja MOK določi oddelek, pristojen za okolje, v enem letu po uveljavitvi občinskega prostorskega načrta in jih vpiše v Seznam lokacij objektov za oglaševanje.«

31. člen

Nimam pripomb na 31. člen.

32. člen

Nimam pripomb na 32. člen.

Kranj, 7. 10. 2009

Andrej Dolenc

