



MESTNA OBČINA KRANJ

Ž U P A N

Slovenski trg 1, 4000 Kranj
tel. 04/ 2373101, fax. 04/ 2373106

Številka: 032-0068/2008-46/16

Datum: 18.05.2010

SVET MESTNE OBČINE KRANJ

ZADEVA: Odlok o oglaševanju in usmerjevalnem sistemu v mestni občini Kranj – druga obravnava – ODGOVORI NA PRIPOMBE IZ PRVE OBRAVNAVE

Odgovori na pripombe Odbora za prostorsko urejanje in gospodarsko infrastrukturo:

- Oddelek za finance MOK razpolaga s podatki o višini pobranih občinskih taks in dajatev.
- Merila so enakovredna, kar pomeni, da bo vsako posamezno merilo imelo npr. maksimalno 10 ali 20 točk. Odvisno od tega kako bo ta merila pripravila imenovana komisija.

Dva primera kriterijev, kot bi jih lahko na podlagi odloka določila komisija: finančna usposobljenost – 10 točk

Kot finančna usposobljenost se bodo šteli podatki, ki bodo pridobljeni iz točke 3.4. razpisne dokumentacije. Finančna usposobljenost se bo ovrednotila za leto 2008 na naslednji način:

za podjetja oziroma samostojne podjetnike:

dobiček oz. izguba iz poslovanja (pri poslovanju):

- v kolikor izkazuje dobiček iz poslovanja ter ne izkazuje izgube.....3 točke
- v kolikor izkazuje izgubo iz poslovanja, ki ni večja od čistega dobička....1 točko
- v kolikor ima prikazano čisto izgubo ali nekrito izgubo0 točk

gospodarnost poslovanja

- v kolikor je kazalnik gospodarnosti poslovanja enak ali večji kot 1.....3 točke
- v kolikor je kazalnik gospodarnosti poslovanja od 0,8 do 0,99.....1 točko
- v kolikor je kazalnik gospodarnosti poslovanja do 0,79.....0 točk

razmerje med čistim dobičkom / izgubo in prihodki iz poslovanja
(čista dobičkonosnost prihodkov iz poslovanja)

- v kolikor je razmerje večje kot 0,01.....4 točke
- v kolikor je razmerje od 0,005 do 0,01.....2 točki
- v kolikor je razmerje od 0,001 do 0,004.....1 točko
- v kolikor je razmerje negativno ali manjše od 0,001.....0 točk

izgled reklamnih tabel – 10 točk

Ponudnik mora predložiti izgled reklamnih tabel, ki jih v skladu z razpisom želi postaviti. Največja dovoljena dimenzija reklamne površine reklamnih tabel je 150 (višina) × 100 (širina) cm.

Kot izgled reklamnih tabel se bo ovrednotila kakovost reklamnih tabel po naslednjem ključu:

- nerjaveča pločevina ali aluminij ali vroče cinkano železo: 10 točk
 - železo zaščiten s premazi (barvo): 7 točk
 - plastika in drugo: 3 točke.
- Določbe tega člena so jasne. Župan bo na podlagi 8. člena izmed zaposlenih imenoval komisijo, ki bo na podlagi kriterijev 8. člena morala le te ustrezno kvantificirati ter določiti kako se bo dokazovalo izpolnjevanje posameznega pogoja. Vsi ti pogoji bodo zapisani v razpisni dokumentaciji, na katero je, v kolikor se nekdo z njo ne bo strinjal, možna tudi pritožba. Komisija bo na podlagi meril pripravila predlog za izbor izvajalcev. O izboru izvajalcev direktor občinske uprave izda upravno odločbo, na katero se je možno tudi pritožiti. Pritožbeni organ je župan.
 - Vsi gospodarski subjekti, ki imajo objekte za oglaševanje postavljene na podlagi veljavnih dovoljenj ali soglasij uživajo pravno varnost glede njihove veljavnosti postavitve. Gospodarski subjekti, ki oglašujejo za lastne potrebe in imajo objekte za oglaševanje večje od 10 m² in za te objekte nimajo pridobljenih ustreznih dovoljenj ali soglasij, bodo morali le-te legalizirati najkasneje do 31. 12. 2010.

Odgovori na pripombe svetnikov:

Odgovori Andreju Urbancu:

Gre za splošni, širši status nepridobitnih organizacij.

Tretja alineja 2. odstavka 18. člena ureja posebno obliko oglaševanja pod posebnimi pogoji, ki zaradi svojih značilnosti zahtevajo posebno obravnavo in je ni mogoče enačiti z drugimi komercialnimi ali nekomercialnimi oblikami oglaševanja. Cirkusa v Sloveniji ni, pridejo iz tujine, ostanejo v državi malo časa. Treba jim je omogočiti da oglašujejo, da pa pri tem plačajo določeno nadomestilo ter da tako oglaševanje poteka pod bolj urejenimi pogoji. Medobčinski inšpektorat Kranj je imel v preteklosti velike težave s kaznovanjem in izterjavo kazni, saj gre za tujo pravno osebo, ki preden se vsi postopki iztečejo, že zapusti Slovenijo.

Besedo občutno smo nadomestili s konkretnim zneskom, ki sedaj znaša 10.000 EUR. Objekti splošnega družbenega pomena so objekti kot so knjižnica, muzej itd. in ne neki zasebni objekti, ki bi jih uporabljalo izključno za zasebne namene.

16. člen, ki se nanaša na oglaševanje na avtobusih smo spremenili.

Odgovor Alojzu Gorjancu:

V kolikor ima nek subjekt oglasno površino večjo od 10 m² se bo moral vpisati v seznam in za to plačevati letno dajatev, ki jo s sklepom določi župan MOK in ne sme biti nižja kot nadomestilo iz tretjega odstavka 8. člena tega odloka.

Odgovori na pripombe Civilne iniciative:

1. Primerjava 2. odstavka 24. člena veljavnega Odloka in 2. odstavka 21. člena predloga Odloka

Besedilo 2. odstavka 24. člena veljavnega Odloka določa:

»Lepljenje plakatov na zunanjih površinah izložb, sten, oken, vrat zidov, ograj, dreves, gradbiščnih ograj in podobno je prepovedano.«

Pomen citiranega določila je povsem jasen: lepljenje plakatov je prepovedano, če se jih lepi na **zunanj**o površino. Lepljenje plakatov na **notranji** površini je torej dovoljeno.

Zgoraj citirano, vsakomur razumljivo določilo veljavnega Odloka poskuša zdaj predlagatelj nadomestiti z nejasnim besedilom v 2. odstavku 21. člena predloga Odloka:

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

Najprej, kaj naj bi pomenil pojem »oglaševanje na zunanjih površinah izložb«? Ali npr. plakat, ki je nalepljen na notranjo stran izložbe, toda viden z javne površine, ustreza »oglaševanju na zunanji površini izložbe«, ker je vsebina plakata pač vidna od zunaj? Ali sploh obstaja kaj takega kot »oglaševanje na **notranjih** površinah«, oziroma ali ni vsako oglaševanje po logiki stvari na »zunanji površini«? Drugič, predlog Odloka prepoveduje oglaševanje »izven vseh objektov za oglaševanje«. Postavlja se torej vprašanje, ali je izložbeno okno »objekt za oglaševanje«. Glede na to, da je izložbeno okno del poslovnega prostora (nepremičnine) in ne samostojen objekt in da prav tako ni navedeno v 3. členu predloga Odloka med objekti za oglaševanje, izložbeno okno očitno ni »objekt za oglaševanje«. S tem pridemo do absurdnega sklepa: imetnik poslovnega prostora v svojem izložbenem oknu ne sme oglaševati. Npr. plakat o znižanju cen, nalepljen na notranjo površino izložbenega okna, skladno z 2. odstavkom 21. člena predloga Odloka pomeni prepovedano oglaševanje, ker se izvaja »zunaj objekta za oglaševanje«. **Določilo 2. odstavka 21. člena predloga Odloka tako odpira možnosti za radikalno omejevanje svobode izražanja in je po našem mnenju v nasprotju z Ustavo, pa tudi stališčem Varuha človekovih pravic, ki ga prilagamo.** V svojem dopisu z dne 16.11.2009 Varuh opozarja MO Kranj, da je neumestno enačiti komercialno oglaševanje in obveščanje javnosti o vsebini peticije ter da je način uresničevanja človekovih pravic mogoče določiti le z zakonom in ne z občinskim odlokom.

Oglaševanje ZNOTRAJ lokalov, na notranji strani izložb, ni predmet urejanja tega odloka, saj Mestna občina Kranj za takšno urejanje NIMA zakonske podlage. Zaradi tega takšno oglaševanje s tem odlokom ni prepovedano.

2. 4. odstavek 15. člena predloga Odloka

Po 4. odstavku 15. člena predloga Odloka za namestitvev objektov za oglaševanje na poslovne stavbe v lasti podjetnikov soglasje MOK **ni** potrebno, toda pod dvema pogojema:

- da gre za objekt za oglaševanje **za lastne potrebe**
- in da objekt ne presega velikosti 2 m².

Pod predpostavko, da je plakat »objekt za oglaševanje«, kar je nejasno, je določilo 4. odstavek 15. člena predloga Odloka deloma celo v nasprotju z zgoraj obravnavanim določilom 2. odstavek 21. člena predloga Odloka, saj dovoljuje namestitev do 2 m² velikega plakata v izložbeno okno, seveda pod pogojem, da je plakat »za lastne potrebe«. Kaj pomeni, da je objekt za oglaševanje »za lastne potrebe«? Odgovor najdemo v 2. odstavku 14. člena predloga Odloka, po katerem oglaševanje »za lastne potrebe« obsega oglaševanje firme, dejavnosti, izdelkov, storitev in podobnega z nosilci oglaševanja. Skratka, vsak napis na poslovnem prostoru, ki ne oglašuje firme, dejavnosti, izdelkov itd. podjetnika, temveč, recimo, izraža njegovo nezadovoljstvo nad ukrepi občinske oblasti, **ni** napis »za lastne potrebe« in ga je torej dovoljeno namestiti le s soglasjem MO Kranj. MO Kranj z omenjenim določilom očitno omejuje svobodo izražanja.

Plakat ni objekt za oglaševanje, ampak medij, ki se namešča na objekt za oglaševanje. Vsak napis na poslovnem objektu, ki ne oglašuje firme, dejavnosti, izdelkov in podobno in hkrati ni objekt za oglaševanje, ni predmet urejanja tega odloka. V kolikor se nekdo svobodno izraža izven objektov za oglaševanje in to ni predmet oglaševanja, ga ta odlok pri tem NE OMEJUJE.

V kolikor pa podjetje ima napis za lastne potrebe, ki je večji od 10 m², pa je le-tega potrebno vpisati v Seznam. Vpis v Seznam je potrebno plačati. Podjetjem je omogočeno torej neko osnovno oglaševanje za lastne potrebe, ki ne pomeni dodatnih stroškov ali birokracije za podjetja. Oglasne površine, ki so večje od 2 m², pa so določen nadstandard, ki tudi močneje posega v okolico. Zaradi tega se nam zdi prav, da so takšni objekti zavedeni v Seznam in na se za to plača določeno dajatev. Za oglasne površine, ki so večje od 20 m², pa je potrebno pridobiti gradbeno dovoljenje, kar pa sicer ni predmet tega odloka.

Predlog rešitve preimenovanja v 2. odstavku 21. člena iz oglaševanja v lepljenje plakatov ni strokovno primerno, saj omogoča izigravanje namena tega določila. Plakat bi lahko nekdo na drug način kot z lepljenjem namestil na objekte iz 2. odstavka 21. člena.

Odgovori na pripombe Komisije za krajevne skupnosti:

- Odlok je vsebinsko slabo pripravljen, tudi slovnične napak in vsebinsko nepravilna uporaba pojmov.

Pripomba je preveč splošna, da bi jo lahko komentirali.

- Pri grafiki se pokrivata meji območij – oranžna, rdeča – kaj je pravilno

Grafiki določata dve različni režimski področji, ki se medsebojno lahko tudi prikrivata. Eno območje je označeno z rdečo, drugo pa z modro barvo. Oranžne barve na Režimski karti ni.

- Ni odgovorjeno na vprašanje, kaj pomeni oglaševanje znotraj lokalov, ki so v privatni lasti.

Ta odlok NE ureja področja oglaševanja znotraj lokalov ter drugih stavb, ki so v zasebni lasti, saj za to ne obstaja zakonska podlaga.

- Kako bo občina ukrepala, ko je parkirano vozilo z reklamo in odstranjena tablica, ker gre v bistvu tu za zapuščeno vozilo.

Vozilo, ki nima nameščenih tablic lahko redar po obravnava po 244. členu Zakona o varnosti cestnega prometa.

- Odlok je namenjen »mestu«, ni primeren za podeželje, kjer tudi ni možnosti za oglaševanje.

Novi odlok glede na prejšnjega ravno obratno, razširja možnost oglaševanja na podeželju (izven rdečega polja na Režimski karti), kjer subjektom v skladu z 3. odstavkom 14. člena dodatno omogoča oglaševanje za lastne potrebe v funkciji usmerjanja do njihovih poslovnih prostorov.

- Kako je/bo rešena problematika »kozolcev« za oglaševanje; to ni razvidno iz odloka

Oglaševanje na kozolcih je v skladu z 2. odstavkom 21. člena prepovedano.

- Ali je možno na obvestilne table za ulični sistem dodati označevalno tablo za podjetnika, ki je od glavne ceste oddaljen in na ulici, v katero napoti obvestilna tabla.

Obvestilne (usmerjevalne) table imajo status prometnega znaka in se postavljajo v skladu z veljavno zakonodajo. Poleg teh usmerjevalnih tabel pa je možno dodatno postavljati tudi objekte za oglaševanje s funkcijo usmerjanja v skladu s 3. odstavkom 14. člena na področjih, ki so zato določena na Režimski karti.

- Ali se bodo pred avtobusna postajališča postavile table za oglaševanje v izogib lepljenju po drevesih, ograjah.

Lepljenje po drevesih in ograjah je v skladu z 2. odstavkom 21. člena prepovedano. Table za oglaševanje (plakatne panoje) pa se lahko postavlja na lokacijah, ki jih določi pristojna služba MOK. V kolikor se lokacija nahaja na zemljiščih ali objektih v lasti MOK, se izvajalca oglaševanja dobi z javnim razpisom na podlagi 6. člena tega odloka.

- Ni možnosti za oglaševanje za potrebe KS.

Krajevne skupnosti lahko oglašujejo v skladu 4. odstavkom 14. člena ter 1. in 2. odstavkom 17. člena. V sklopu tega oglaševanja lahko zadovoljijo vsem potrebam svojega delovanja in tudi potrebam za promocijo lastnih kulturno-zabavnih prireditev ali drugih izjemnih dogodkov.

- Ali se lahko podjetniki »oglašujejo« na reliefnih tablah ob vstopu v KS, kjer je prikazano območje KS.

Oglaševanje gospodarskih subjektov na reliefnih kartah je urejeno v 4. odstavku 14. člena.

Odgovori na pripombe Odbora za gospodarstvo:

Finančne posledice za gospodarske subjekte:

Gospodarski subjekti, ki bodo oglaševali za lastne potrebe in bo njihov objekt za oglaševanje presegal površino 10 m², bodo morali plačevati letno dajatev za vpis v Seznam objektov za oglaševanje, v višini, kot jo bo s sklepom določil župan, ki pa ne bo mogla biti nižja kot nadomestilo iz 3. odstavka 8. člena odloka.

Finančne posledice za MOK:

Predvideva se povečanje prihodkov iz naslova lastnega oglaševanja in iz naslova oglaševanja kot gospodarske dejavnosti. Vse skupaj pa je odvisno od strokovne presoje glede primernosti števila objektov za oglaševanje, ki bodo postavljeni na območju MOK.

Odgovori Statutarno pravni komisiji:

- uprava naj pojasni, zakaj ni v odloku določenih kriterijev za določitev lokacij, pač pa se lokacije določijo šele s sprejetjem prostorskih izvedbenih aktov MOK, saj če ne bodo sprejeti pravočasno, odlok ne bo izvršljiv,

Lokacije bodo določile strokovne službe občine. Pri tem bodo upoštevale Zakon o javnih cestah, prostorske akte občine ter tudi lastno strokovno presojo - da bodo objekti za oglaševanje enakomerno razporejeni po celotni občini ter da ne bo prihajalo do prezasičenosti z objekti za oglaševanje ali pa da ne bodo ovirali prometne varnosti, preglednosti itd. Seveda pa se bo najprej popisalo vse obstoječe lokacije ter nato preverilo ali zadostujejo prej omenjenim kriterijem. Odlok bo izvršljiv, čemur pritrjujejo tudi sodbe sodišč, ki so razsodile v korist MOK.

- 2. člen: v 3. odst. naj se črta besedilo za besedo »razpisom«,

Bomo upoštevali.

- 3. člen: * 1.točka: opredeli naj se ali je se skupna največja površina, in sicer ali navedena površina velja za eno ali obe strani obešanke,

Tekst je jasno napisan. Gre za površino velikosti do 2 m². Ker pa je površina obojestranska, je OGLASNE površine, ki jo lahko izbrani oglaševalec trži do 4 m².

- * 2. točka: navede naj se dimenzija kot pri ostalih objektih,

2. točka 3. člena se nadomesti z besedilom:

Čezcestni transparenti

določa jih največja možna dimenzija do 8 m širine in do 1 m višine.

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. točka: opredeli naj se ali je se skupna največja površina, in sicer ali navedena površina velja za eno ali obe strani svetlobne vitrine, ter črta angleški izraz,

3. točka 3. člena se dopolni tako, da se sedaj glasi:

Svetlobne vitrine

Določa jih enostranska oglasna površina velikosti 2,1 m² (enostranski ali dvostranski). Lahko so postavljene v sklopu avtobusnih postajališč ali samostojno;

- * 8. točka: črta naj se tehnični opis objekta,

8. točka 3. člena se spremeni tako, da se sedaj glasi:

Elektronski reklamni panoji (displaji)

s tehnične plati predstavljajo v bistvu televizijo na prostem. So oglasne površine največ 18 m²;

- * 13. točka: uprava naj pojasni za katere druge objekte gre pri tej točki,

13. točka 3. člena se izbriše. Doda se nov odstavek, ki se glasi:«Oglaševanje kot gospodarsko dejavnost se lahko izvaja samo na objektih za oglaševanje, ki so naštetni in opisani v prvem odstavku tega člena. »

- 5. člen: * v 2. stavku 3. odstavka naj se črta prva beseda »**ali**«, ter besedilo za besedo »**dajatve**«,

Javne površine so širši pojem kot zemljišča ali objekti v lasti MOK. Vključuje namreč tudi zemljišča v lasti Republike Slovenije, DRSC, DARS itd. zato se beseda ali ne črta. Besedilo za besedo dajatve se črta.

* v 4. odstavku se črta 2. stavek,

Ta pripomba se sprejme.

* v 5 odstavku se za besedo »**zavrne**« doda besedilo »**z obrazloženim pisnim sklepom.**«,

Ta pripomba se sprejme.

- 6. člen: * 11. točka: uprava naj pojasni za katere druge objekte gre pri tej točki,

11. točka se črta.

- 8. člen: * 1. odstavek: uprava naj določi, da so merila jasno ovrednotena v javnem razpisu, pa čeprav neenakovredno,

Merila so enakovredna, kar pomeni, da bo vsako posamezno merilo imeli npr. maksimalno 10 ali 20 točk. Odvisno od tega kako bo ta merila pripravila imenovana komisija.

Dva primera kriterijev, kot bi jih lahko na podlagi odloka določila komisija: finančna usposobljenost – 10 točk

Kot finančna usposobljenost se bodo šteli podatki, ki bodo pridobljeni iz točke 3.4. razpisne dokumentacije. Finančna usposobljenost se bo ovrednotila za leto 2008 na naslednji način:

za podjetja oziroma samostojne podjetnike:

1) dobiček oz. izguba iz poslovanja (pri poslovanju):

- v kolikor izkazuje dobiček iz poslovanja ter ne izkazuje izgube.....3 točki
- v kolikor izkazuje izgubo iz poslovanja, ki ni večja od čistega dobička....1 točko
- v kolikor ima prikazano čisto izgubo ali nekrito izgubo0 točk

2) gospodarnost poslovanja

- v kolikor je kazalnik gospodarnosti poslovanja enak ali večji kot 1.....3 točke
- v kolikor je kazalnik gospodarnosti poslovanja od 0,8 do 0,99.....1 točko
- v kolikor je kazalnik gospodarnosti poslovanja do 0,79.....0 točk

3) razmerje med čistim dobičkom / izgubo in prihodki iz poslovanja
(čista dobičkonosnost prihodkov iz poslovanja)

- v kolikor je razmerje večje kot 0,01.....4 točke
- v kolikor je razmerje od 0,005 do 0,01.....2 točki
- v kolikor je razmerje od 0,001 do 0,004.....1 točko
- v kolikor je razmerje negativno ali manjše od 0,001.....0 točk

izgled reklamnih tabel – 10 točk

Ponudnik mora predložiti izgled reklamnih tabel, ki jih v skladu z razpisom želi postaviti. Največja dovoljena dimenzija reklamne površine reklamnih tabel je 150 (višina) × 100 (širina) cm.

Kot izgled reklamnih tabel se bo ovrednotila kakovost reklamnih tabel po naslednjem ključu:

- nerjaveča pločevina ali aluminij ali vroče cinkano železo: 10 točk
- železo zaščiteno s premazi (barvo): 7 točk

- plastika in drugo: 3 točke.

* 2. odstavek: pred besedo »znaša« naj doda besedo »najmanj«,

Ta pripomba se smiselno sprejme.

- 9. člen: v povezavi z 8. členom je potrebno jasneje določiti nalogo komisije, župana in direktorja občinske uprave, glede izbire izvajalca,

Določbe tega člena so jasne. Župan bo na podlagi 8. člena izmed zaposlenih imenoval komisijo, ki bo na podlagi kriterijev 8. člena morala le te ustrezno kvantificirati ter določiti kako se bo dokazovalo izpolnjevanje posameznega pogoja. Vsi ti pogoji bodo zapisani v razpisni dokumentaciji, na katero je, v kolikor se nekdo z njo ne bo strinjal, možna tudi pritožba. Komisija bo na podlagi meril pripravila predlog za izbor izvajalcev. O izboru izvajalcev direktor občinske uprave izda upravno odločbo, na katero se je možno tudi pritožiti. Pritožbeni organ je župan.

- 10. člen: * 1. točka 1. odstavka: opredeli naj se ali je se skupna največja površina, in sicer ali navedena površina velja za eno ali obe strani objekta, te pred besedo »pristojnega« doda besedilo »ki ga izda«,

Prvi del pripombe se upošteva tako, da se v prvi točki 10. člena, za besedo panoi vstavi beseda »enostranske«. Drugi del pripombe se upošteva.

- 11. člen: v 2. odstavku se črta besedilo »s soglasjem«,

Ta pripomba se sprejme.

- 14. člen: * uprava naj uskladi izraze glede stranke, kot je to določeno v 6. odstavku tega člena,
* 3. odstavek: beseda »Karta« naj se nadomesti z novim besedilom »**Režimski karti**«, beseda »največ« pa z besedo »**praviloma**«, 2. alineja naj se nadomesti z novim besedilom, ki se glasi »**v bližini križišč mora imeti objekt za oglaševanje tudi funkcijo usmerjevanja v levo ali desno**«,
* 6. odstavek: črta se beseda »**komercialnega**«, na koncu stavka pa doda besedilo »**za druge**«,

Vztrajamo na tem, da beseda »največ« ostane, saj je prvenstveni namen teh tabel ta, da usmerjajo obiskovalce. Beseda praviloma dopušča izigravanje namena tega člena za potrebe oglaševanja. Le-tega pa urejajo že drugi členi tega odloka.

Besedilo druge alineje 14. člena ustrezno nalaga, da morajo biti takšne table postavljene tako, da ne ovirajo preglednosti voznikom, kar pa novi predlog spremembe besedila ne ureja.

6. odstavek tega člena se popravi tako, da se glasi:

»Stranke oglaševanja za lastne potrebe ne se smejo izvajati oglaševanja kot gospodarske dejavnosti (komercialnega oglaševanja za druge subjekte).«

- 15. člen: v 1. odstavku se črta besedilo za besedo »**zakonodajo**«,

V prvem odstavku 15. člena se črta besedilo v oklepaju »(Zakon o graditvi objektov).«

- 16. člen in 17. člen naj se zamenjata,

Ne vidimo razlogov za zamenjavo teh dveh členov.

- 16. člen: uprava naj preveri ali lahko MOK določa cenik, v kolikor pravne podlage ni, naj se ta določba črta,

16. člen se spremeni tako, da se sedaj glasi:

- 17. člen: v zadnji alineji naj se črta beseda »**občutno**«,

Izbris te besede vnaša možnost izigravanja namena tega odloka. Se pa strinjamo, da je potrebno besedo občutno bolj natančno določiti s konkretnim zneskom. Predlagamo znesek v višini 10.000 EUR.

- 18. člen: 2. odstavek se črta,

Drugi odstavek tega člena se spremeni tako, da se glasi:

»Usmerjevalne in obvestilne table se postavljajo v skladu z zakonodajo.«

- 19. člen: uprava naj pojasni, katere so druge dejavnosti iz 4. točke tega člena,

Druge dejavnosti so priprava strokovnih podlag, ki so osnova za izdajanje odločb o postavitvi prometne signalizacije (državne ceste DRSC, občinske ceste občina).

- 21. člen: se črta,

Ta člen se ne črta, saj je bistvenega pomena za izvajanje tega odloka.

- 23. člen. črta se besedilo »**katerih kršitev je opredeljena kot prekršek**«,

Besedilo se ne črta, saj se na ta način razmejuje pristojnosti Medobčinskega inšpektorata ter drugih oddelkov ter služb.

- 27. člen: rok je prekratek in se mora vezati na sprejetje prostorskih izvedbenih aktov MOK,

Na 35. seji MOK so bili v prvem branju sprejeti prostorski akti, tako da se lahko utemeljeno pričakuje, da bodo prostorski akti sprejeti še v letu 2010. Zaradi tega predlagamo, da se rok za umaknitev objektov za oglaševanje, ki ne pridobijo ustreznih dovoljenj, podaljša do konca leta 2010, do 31. 12. 2010.

Pripravil:
Stanislav Koren

Simon Naglič, spec.
VODJA ODDELKA ZA RAZVOJ IN INVESTICIJE

Damijan Perne, dr.med.spec.psih.
ŽUPAN