



До
Гл. архитект на гр.София
арх.- Здравко Здравков

Относно изменение и допълнение на Наредбата за преместваемите обекти за рекламните, информационните и монументално-декоративните елементи и за рекламната дейност на Столична Община.

Благодарим на Столична Община, че в тази наредба се повдига темата за дигиталните рекламни елементи. Те са важна част от бъдещето на града и на външната, дигиталната реклама в България или както е още позната в Европа и света (digital out of home) DOOH. По този начин официално можем да обърнем повече внимание на регулациите, по които функционираат тези съоръжения.

Предлагаме следното изменение и допълнение по:

Настоящ:

§10. Създават се чл. 16а, чл. 16б и чл. 16в:

„(1) Рекламните елементи или части от тях не могат да излъчват видео или анимация, мигащи или движещи се светлини, когато същите се намират на открито

Промяна:

(1а) Дигиталните рекламни елементи или части от тях не могат да излъчват пълно движение на картината (видео), когато същите се намират на локации където има движение на МПС.

- Допуска се само използването на фини движения на части от картината.

Частична анимация (не видео) на даден елемент от съдържанието, като например: лого, текст, цифри, или векторен елемент,

- Не могат да излъчват звук.

- Рекламното послание не трябва да прилича на знак / сигнал за движение.

- Посланието не трябва да отвлича вниманието на всяко моторно превозно средство или пешеходец чрез контрастиращо съдържание

(1б) Дигиталните рекламни елементи или части от тях могат да излъчват пълно движение на картината (видео), когато същите се намират на пешеходни локации.

- Не могат да излъчват звук.

(1в) Дигиталните рекламни елементи или части от тях могат да излъчват пълно движение на картината (видео), когато същите се намират на фасади на

сгради.

- Не могат да излъчват звук.

Необходимо е да се въведат критерии, по които да се категоризират видовете дигитални рекламни елементи или (Digital Out Of Home, DOOH елементи) по:

- Локация:
 1. Където има движение на МПС (без право на видео съдържание, 1а)
 2. На пешеходни локации (с право на видео съдържание, 1б)
 3. Фасади на сгради (с право на видео съдържание, 1б)
- Технология на дигитално рекламния елемент (LCD, LED...)
- Размер на дигитално рекламния елемент

Настоящ:

(2) Не се разрешава статичните изображения на дигиталните рекламни и информационни елементи да се сменят по-често от веднъж на 8 секунди, като всяка смяна следва да е завършена за не повече от 1 секунда.

Отново е необходимо да се категоризират елементите и спрямо тяхната локация и въздействие да се определи нуждата от ограничение.

Настоящ:

(3) Дигиталните рекламни елементи трябва да притежават и използват автоматични възможности за затъмняване. Режимът на прилагане на затъмняването се определя в разрешението за поставяне.

Всяко съвременно дигитално съоръжение е способно да димира своята светлина, а в над 90% от използвания софтуер за тяхното управление е залегната функция за управление на яркостта, контраста по график с цел икономия на енергия и регулиране на нивото на осветяване през светлата и тъмната част на денонощието, както и спрямо мястото на което е монтирано. Необходимо е да се разпишат конкретни стойности за светлата и тъмна част от денонощието, след като се направя необходимите измервания, дигиталните елементи да имат еднаква яркост.

Обобщение:

Локации на дигитално рекламни елементи	Видео съдържание	Не се разрешава Смяна на съдържанието под 8 секунди	Режим на затъмняване
<i>движение на МПС</i>	не	да	да
<i>пешеходни</i>	да	не	не
<i>фасади</i>	да	не	да

Председател АДВР

/Пламен Цонев

