Ogres novada pašvaldības saistošo noteikumu Nr.9/2025

“Par reklāmas un reklāmas objektu izvietošanas kārtību

Ogres novadā” paskaidrojuma raksts

|  |  |
| --- | --- |
| **Paskaidrojuma raksta sadaļas** | Norādāmā informācija |
| 1. Mērķis un nepieciešamības pamatojums
 | Saistošo noteikumu izdošanas mērķis ir veidot mūsdienīgu, harmonisku publisko apkārtējo ārtelpu, nosakot reklāmu un izkārtņu izvietošanas­, izmantošanas kārtību un ekspluatācijas prasības publiskās vietās vai vietās, kas vērstas pret publisku vietu Ogres novada pašvaldības administratīvajā teritorijā. Noteikumi paredz, ka no 2027. gada 1. janvāra Reklāmas objekts, izņemot norādi, izkārtni, mobilo reklāmu, pieturvietas un afišu stabus, ir tikai digitālais ekrāns. Pašvaldības dome nosaka Reklāmas izvietošanas kārtību uz digitālajiem ekrāniem. Ņemot vērā Apvienoto Nāciju Organizācijas (turpmāk – ANO) Ģenerālajā asamblejā pieņemto rezolūciju “Mūsu pasaules pārveidošana: ilgtspējīgas attīstības programma 2030. gadam” un tajā noteikto Ilgtspējīgas attīstības mērķu (turpmāk – IAM) 11. mērķi un 11.3. apakšmērķi, kas aicina uz iekļaujošu un ilgtspējīgu urbanizāciju un pilsētvides plānošanu, ierobežojot reklāmu izvietošanu tradicionālā formā un veicinot digitālo risinājumu integrāciju, tiek radīta harmoniskāka un estētiskāka pilsētvide, kas uzlabo pilsētvides vizuālo kvalitāti. Respektējot IAM 12. mērķi, kas paredz nodrošināt ilgtspējīgus patēriņa un ražošanas modeļus, Noteikumi nosaka digitālo ekrānu ieviešanu un ierobežojumus tradicionālai reklāmas metodei. Tiek veicināta resursu racionāla izmantošana un samazināts vizuālais piesārņojums. Digitālie ekrāni nodrošina vienotu un organizētu risinājumu, kas ļauj pilsētvidi un lauku ainavas veidot sakārtotākas. Reklāmas digitālos ekrānus ir vieglāk integrēt arhitektūras risinājumos, padarot tos mazāk uzkrītošus un piemērotus dažādām vietām. Digitālie ekrāni spēj vienlaikus atainot vairākas reklāmas dažādos laikos, kas ar tradicionālajām reklāmas metodēm nav iespējams. Aizstājot tradicionāli sastopamās polivinilhlorīda reklāmas ar digitālajiem ekrāniem, pašvaldība samazina plastmasas materiāla izmantošanu, kas veido kaitīgus izmešus, piemēram, dioksīnus, kas piesārņo ūdeni un būtiski ietekmē CO₂ emisiju apjomu. Pārejot uz digitālajiem ekrāniem, tiek atslogota sarežģīta polivinilhlorīda pārstrāde, jo šis materiāls satur dažādas piedevas mīkstinātājus, stabilizatorus u.c., kas ietekmē tā atkārtotu izmantošanu. Digitālo ekrānu energoefektivitāte, kurus darbina atjaunojamie energoresursi saules, vēja vai cita veida zaļā enerģija, tādējādi vēl vairāk samazinot CO₂ emisijas un radot pozitīvu ietekmi uz klimata pārmaiņu mazināšanu. Latvijas atkritumu apsaimniekošanas politikas pamatā ir atkritumu rašanās novēršana, kam seko atkritumu reģenerācija un pārstrāde saskaņā ar Eiropas Savienības “atkritumu hierarhijas” principiem. Valsts mērogā šie mērķi ir nostiprināti, piemēram, atkritumu apsaimniekošanas plānā, kurā uzsvērta nepieciešamība būtiski samazināt tādu materiālu apjomu, kuri nav viegli pārstrādājami vai pārstrādē vispār nenonāk. Plāns veicina pāreju no lineārā “paņemt–ražot–izmest” modeļa uz aprites ekonomiku, kur preces un izejvielas tiek pēc iespējas ilgāk saglabātas lietošanā. Tas nozīmē, ka valstij un pašvaldībām jāievieš pasākumi, kas maksimāli kavē atkritumu nonākšanu poligonos un tā vietā veicina otrreizējo izejvielu iegūšanu. Digitālo ekrānu ieviešana tieši palīdz īstenot atkritumu rašanās novēršanas posmu – reklāmas saturs tiek mainīts elektroniski, bez jaunu drukāto materiālu ražošanas un izmešanas. Tādējādi samazinās kopējais atkritumu apjoms, kā arī netiek patērēti lieki dabas resursi. Turklāt digitālajam risinājumam nav nepieciešamas specializētas tehnoloģijas šādu atkritumu pārstrādei, kas vienlaikus mazina slogu uz atkritumu apsaimniekošanas sistēmu un atbalsta Latvijas un ES virzību uz aprites ekonomikas principu ieviešanu.Lai stiprinātu **aprites ekonomiku**, paātrinātu **Eiropas zaļā kursa** mērķu sasniegšanas tempu un veicinātu sabiedrības pāreja uz **vidi saudzējošākiem paradumiem,** secināms, ka drukāto reklāmas materiāli aizstāšana ar digitālo ekrānu nosakāma visa novada teritorijā.Noteikumu 4. punkts paredz organizētu, estētisku un funkcionalitāti saglabājošu reklāmas izvietošanu pilsētvidē un ārpus tās, tādējādi uzlabojot iedzīvotāju dzīves kvalitāti. Ierobežojot reklāmu skaitu uz vienas ēkas fasādes, tiek panākta vienota koncepcija un estētiska ārtelpa. Pārmērīga reklāmu skaita izvietošana var radīt vizuālu haosu un kaitēt ēku arhitektoniskajām vērtībām. Daudzas ēkas, īpaši kultūrvēsturiskā mantojuma objekti ir ievērojamas ar savu arhitektonisko dizainu. Pārāk daudz reklāmu uz ēkas fasādes var bojāt tās izskatu un pazemināt tās arhitektonisko vērtību. Ierobežojot reklāmu izvietošanu uz ēku fasādēm, tiek saglabāta ārtelpas kvalitāte, kas ir tik ļoti svarīga iedzīvotājiem, tūristiem un uzņēmējiem. Noteikumi paredz uzņēmējiem pārdomāt savas reklāmas stratēģijas, lai tās būtu efektīvas, nevis pārmērīgas. Ierobežojums palīdz nodrošināt reklāmas izvietojumu saskaņā ar kopējiem pilsētplānošanas mērķiem, kas ilgtermiņā nodrošina stabilitāti gan uzņēmējiem, gan pašvaldībai, veidojot sakārtotu un pārskatāmu reklāmas vidi. Ja reklāmas laukumi tiek saskaņoti ar būvniecības ieceri, ēkas arhitektūra tik nodota izvērtēšanai atbilstošam speciālistam, kas spēj respektēt ēkas arhitektoniskās vērtības un izvairīties no arhitektoniski nepiemērotām reklāmas izvietošanas vietu plaknēm. Tādējādi secināms, ka minētais nosacījums ir svarīgs, lai nodrošinātu estētiski pievilcīgu vidi, veicinātu kvalitatīvu uzņēmējdarbības vizuālo noformējumu un saglabātu arhitektoniskās vērtības. Tā ieviešana palīdzēs veidot pārskatāmu, efektīvu un sabiedrībai draudzīgu reklāmas vidi, kas atbilst mūsdienu pilsētplānošanas un ilgtspējīgas attīstības principiem.Noteikumu 7.5. apakšpunkts paredz aizliegumu izvietot reklāmas vai reklāmas objektus tuvāk par 50 metriem no piemiņas vietas un kapu teritorijas ārējām robežām. Nosacījuma mērķis ir nodrošināt cieņpilnu attieksmi pret piemiņas vietām un kapu teritorijām, saglabājot to apkārtējās vides estētisko un emocionālo vērtību, kā arī novērst nevēlamu vizuālo ietekmi, kas traucē teritorijas atmosfēru. Piemiņas vietas un kapsētas ir teritorijas ar augstu emocionālo sajūtu, kultūrvēsturisko nozīmi un sabiedrisko vērtību. Reklāmu vai reklāmas objektu izvietošana pārāk tuvu šīm vietām var tikt uztverta kā necienīga rīcība. Piemiņas vietām un kapu teritorijām jābūt harmoniskām, sakoptām un estētiski patīkamām. Reklāmu tuvums var negatīvi ietekmēt šo vietu vizuālo izskatu, radot vizuālo piesārņojumu un traucējot sabiedrībai uztvert teritoriju kā īpašu un neatņemamu vides sastāvdaļu. Cilvēki, kuri apmeklē kapus vai piemiņas vietas, bieži to dara, lai pieminētu savus tuviniekus vai atcerētos nozīmīgus vēsturiskus notikumus. Reklāmas vai reklāmas objekti šādās vietās var novērst uzmanību, traucēt mieru un izraisīt nevajadzīgu emocionālu diskomfortu, jo īpaši, ja reklāmu saturs ir kontrastējošs ar vietas būtību. No minētā secināms, ka šāda nosacījuma ieviešana ir būtiska, lai saglabātu cieņu, estētisko kvalitāti un emocionālo mieru šajās teritorijās. Ar Noteikumu 5. punktā esošo jēdzienu “ilgstoša stāvēšana” saprotama mobilo reklāmas objektu, piemēram, piekabju ar reklāmām novietošana stāvēšanai uz ilgu laiku, kas pārsniedz 60 minūtes, faktiski aizņemot to kā pastāvīgu atrašanās vietu. Galvenā pazīme, kas norāda uz ilgstošu stāvēšanu, ir objekta nepārvietošana. Tas ilgi stāv vienā un tajā pašā vietā vai funkcionē kā reklāmas objekts. Objekts netiek izmantots kā transporta līdzeklis vai pārvietošanas iekārta, bet tikai kā reklāmas objekts.Īpaša statusa teritorijas šo noteikumu izpratnē ir teritorijas vai objekti, kas noteikti Pašvaldības teritorijas attīstības plānošanas dokumentos un/vai kurās jāsaglabā tajās esošā vēsturiskā apbūve, pilsētas telpa, pilsētvides mērogs un raksturs un/vai, kurās noteiktas īpašas prasības vēsturiskās kultūrvides aizsardzībai un saglabāšanai, piemēram, Ogres vēsturiskā centra apbūves teritorija, valsts un vietējas nozīmes kultūras pieminekļu aizsardzības teritorijas, piemiņas vietas, ainaviski vērtīgas teritorijas u.c.Noteikumu 8.5. apakšpunkts nosaka ierobežotu izmēru digitālajiem ekrāniem, kas attiecas uz īpaša statusa teritorijām. Ņemot vērā likumā “Par kultūras pieminekļu aizsardzību” noteikto īpaša statusa teritorijas ir nozīmīgas sabiedrības identitātes, kultūras un vēstures saglabāšanai. Šādu teritoriju aizsardzība ir īpaši svarīga, lai nodrošinātu harmonisku un līdzsvarotu attīstību, saglabājot vēsturiskās un estētiskās vērtības. Lielāki digitālie ekrāni par Noteikumos noteikto 1200x600 mm izmēru pilsētvides ārtelpā var būt vizuāli uzbāzīgi un radīt disharmoniju kultūrvēsturiskajā ainavā. Lieli Digitālie ekrāni īpaša statusa teritorijās var radīt nepiemērotu komercializācijas iespaidu, tā aizēnojot arhitektoniskās vērtības, kas veido šādu teritoriju unikālo identitāti. Īpašas statusa teritorijas bieži vien ir tūrisma galamērķi, un to pievilcība ir saistīta ar autentisko vidi un unikālo vēsturisko atmosfēru. Noteikumi paredz izņēmumu no minētā nosacījuma, proti, ka digitālā ekrāna izmērs var pārsniegt noteikto lielumu, ja tajā tiek pārraidīta tikai kultūras, tūrisma vai ar sportu saistītu informācija, jo šāda informācija papildina teritorijas funkciju un neizkropļo tās identitāti. Tādejādi secināms, ka nosacījums par digitālo ekrānu izmēru ierobežojumu īpašas statusa teritorijās ir svarīgs sabiedrības interesēm un kultūras mantojuma saglabāšanai. Tas palīdz aizsargāt vēsturisko un estētisko vidi, vienlaikus veicinot harmonisku līdzāspastāvēšanu starp mūsdienu tehnoloģijām un vēsturisko mantojumu.Noteikumu 7.12. apakšpunkts paredz sakārtotas un estētiskas pilsētvides attīstību, nodrošinot līdzsvaru starp komerciālajām interesēm un sabiedrības vajadzībām pēc harmoniskas un vizuāli pievilcīgas dzīves telpas, vienlaikus izceļot kultūras, tūrisma un sporta nozīmi. 100 metru attālums tiek noteikts no katra reklāmas objekta centra koordinātu punkta līdz nākamā objekta centram, mērot kartē taisnā gaisa līnijā. Saistība ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) 2024/1991 (2024. gada 24. jūnijs) par dabas atjaunošanu un ar ko groza Regulu (ES) 2022/869 (Dokuments attiecas uz EEZ) norādāms, ka samazinot reklāmas objektu skaitu, tiek saglabāta un uzlabota dabiskā ainava, kas ir nozīmīgs faktors ilgtspējīgai vides aizsardzībai. Mazāks reklāmu blīvums ļauj efektīvāk uzturēt harmonisku ainavu, kurā dabiskie elementi, piemēram, koki, zālāji un ūdens objekti, kā arī kultūrvēsturiski nozīmīgas ēkas un infrastruktūra, paliek vizuāli dominējoši. Tas palīdz saglabāt dabas un vēsturisko vietu identitāti un mazināt mākslīgi radītu objektu dominanci. Harmoniskāka ainava veicina estētiskus risinājumus pilsētvides plānošanā un arhitektūrā, kas var sekmēt atbilstošu un integrētu pieeju, izvēloties reklāmas objektus un to izvietojumu. Reklāmas objektu ierobežojumi veicina mazāk agresīvus dizaina risinājumus, kas pasargā no ainavas un arhitektūras disonanses, veicinot estētiski vienotu un vizuāli līdzsvarotu vidi, kurā dabas un kultūras vērtības tiek saglabātas un akcentētas. |
|  | Noteikumi nosaka reklāmu, īslaicīgu reklāmu, reklāmas objektu ar piesaisti zemei vai bez tās, tīkla reklāmas, mobilās reklāmas, gaismas projekcijas, transparentu, afišu, plakātu, pilonu, sludinājumu, informatīvo materiālu izvietošanu un citu neminētu reklāmu vai reklāmas objektu un izkārtņu izvietošanas kārtību publiskās vietās vai vietās, kas vērstas pret publisku vietu, izvietošanas ierobežojumus, ekspluatācijas, grafiskā dizaina maiņas saskaņošanas kārtību, demontāžas kārtību, reklāmas izvietošanas atļaujas saņemšanas kārtību un administratīvo atbildību par Noteikumu neievērošanu.Atbilstoši Pašvaldību likuma 45. panta otrās daļas 4. punktam ar saistošajiem noteikumiem tiek noteikti administratīvie sodi, brīdinājums vai naudas sods, par saistošo noteikumu pārkāpšanu, lai mazinātu reklāmas objektu izvietošanu neatbilstoši pašvaldības reklāmas vai reklāmas objekta izvietošanas atļaujai vai bez pašvaldības atļaujas un nodevas samaksas, lai veicinātu reklāmas izvietošanas principu ievērošanu un reklāmas uzturēšanu tehniski drošā un vizuāli labā stāvoklī, kā arī nodrošinātu reklāmas objektu demontāžu. Piemērojamā soda apmērs tiks diferencēts atkarībā no pārkāpuma un nodarītā kaitējuma smaguma, ko izvērtēs Pašvaldības administratīvā komisija. Nosakot administratīvā soda veidu un mēru, administratīvā komisija ņems vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pie atbildības saucamās personas personību (juridiskajai personai – reputāciju), mantisko stāvokli, pārkāpuma izdarīšanas apstākļus, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus. Administratīvais sods paredzēts ar mērķi atturēt Noteikumos minētās personas no pārkāpumu izdarīšanas, aizstāvēt pārējo iedzīvotāju tiesības dzīvot sakoptā, tīrā un drošā vidē. Noteikumu izdošanas mērķis nav administratīvi sodīt pēc iespējas vairāk personu, bet gan nodrošināt drošu, mūsdienīgu un harmonisku publisko vidi. |
| 1. Fiskālā ietekme uz pašvaldības budžetu
 | Piemērojot Noteikumus, nav plānoti papildus budžeta ieņēmumi. Nav nepieciešams veidot jaunas institūcijas vai darba vietas, lai nodrošinātu saistošo noteikumu izpildi. |
| 1. Sociālā ietekme, ietekme uz vidi, iedzīvotāju veselību, uzņēmējdarbības vidi pašvaldības teritorijā, kā arī plānotā regulējuma ietekme uz konkurenci
 | Digitālie ekrāni paplašina reklāmas ekspozīcijas iespējas ne tikai komerciāla rakstura reklāmām, bet arī sabiedrības informēšanai un izglītošanai, piemēram, veselības kampaņām, aktuāliem valsts un pašvaldības paziņojumiem. Samazinot drukāto reklāmu izvietošanu, pilsētvidē būs mazāk vizuālās uztveres piesārņojuma, kas pozitīvi ietekmē sabiedrības uztveri un dzīves kvalitāti. Digitālie ekrānu izmantošana veicinās interaktīvu reklāmu un informatīvu materiālu izplatību, kas, savukārt, veicināts reklāmas efektivitāti, uzrunājot dažādas sabiedrības grupas, tostarp cilvēkus ar redzes traucējumiem vai citām īpašām vajadzībām, nodrošinot lielāku uztveri. Ņemot vērā ANO 1992. gada 9. maija Vispārējā konvencijā par klimata pārmaiņām noteikto, digitālo ekrānu izmantošana ar energoefektīviem risinājumiem, veicinās oglekļa emisiju samazināšanu salīdzinājumā ar tradicionālo drukāto reklāmas materiālu ražošanu, kas mazinās reklāmas radīto atkritumu daudzumu. Mazāk izkaisītas un uzkrītošas reklāmas pilsētvidē var mazināt iedzīvotāju stresa līmeni un uzlabot psiholoģisko labsajūtu. Digitālo ekrānu pielietojums ir plašāks par tradicionālo reklāmu - tie var tikt izmantoti, lai informētu sabiedrību par veselības kampaņām, fiziskām aktivitātēm un citiem veselības veicināšanas pasākumiem, kam ir ietekme uz sabiedrisko domu un tādējādi arī uz sabiedrības veselības stāvokli. Uzņēmējiem digitālie ekrāni ļaus efektīvāk pārvaldīt savas reklāmas kampaņas, ļaujot pielāgot saturu atbilstoši diennakts laikam, mērķauditorijai vai īpašiem notikumiem. Reklāmu tehnoloģiju uzņēmumi attīstīs jaunus pakalpojumus, piemēram, digitālo ekrānu nomu, pārvaldību un analītiku, kas veicinās inovācijas un ekonomisko attīstību. Lai gan digitālās reklāmas sākotnējās izmaksas ir augstākas kā tradicionālam reklāmas objektam, ilgtermiņā tas piedāvā lielāku elastību un zemākas uzturēšanas izmaksas, kas nāk par labu arī mazajiem uzņēmumiem. Digitālie ekrāni piedāvā iespēju dažādiem uzņēmumiem vienlaikus izmantot vienu reklāmas platformu, kas veicina vienlīdzīgus konkurences apstākļus. Tiks veicināta konkurence starp reklāmas tehnoloģiju uzņēmumiem, radot jaunas iespējas pakalpojumu un tehnoloģiju uzlabošanai.Ierobežojot reklāmas skaitu uz ēku fasādēm, tiek veicināta vizuālā uztveres kārtība un estētika pilsētvidē. Ierobežojuma mērķis ir uzlabot cilvēku dzīves apstākļus pilsētās, uzsverot pilsētvides cīņu pret vizuālo un telpisko piesārņojumu, kas pozitīvi ietekmē iedzīvotāju psiholoģisko un emocionālo labsajūtu. Regulējums palīdzēs saglabāt arhitektonisko ēku fasāžu oriģinalitāti. Reklāmās, kas tiek izvietotas saskaņā ar būvniecības ieceri, jau, saskaņojot būvniecības ieceri, tiks izvērtēts, vai tās ir piemērotas konkrētās ēkas arhitektūrai un tās vērtībai, tādējādi veicinot ilgtspējīgu pilsētvides attīstību. Ar reklāmas izvietošanas ierobežošanu uz ēkām tiks samazināts materiālu patēriņš un atkritumu apjoms. Ierobežojot reklāmas skaitu uz ēkas fasādēm, Pašvaldība veicina vienlīdzīgus konkurences apstākļus, jo visi uzņēmēji tiek pakļauti vienādiem noteikumiem un ierobežojumiem attiecībā uz reklāmu izvietošanu. Uzņēmēji pārdomāti veidos reklāmas stratēģijas, lai tās būtu efektīvas un atbilstošas mūsdienu prasībām. Minētais stimulēs uzņēmējdarbības inovācijas, veicinot jaunu, radošu pieeju reklāmas dizainam. Ierobežojot reklāmu skaitu uz ēkas fasādēm, tiek nodrošināta taisnīga konkurence starp uzņēmējiem. Lielāki un mazāki uzņēmumi iegūs līdzvērtīgas iespējas izmantot reklāmas vietas. Noteikumu 9.5. apakšpunkts sekmē cieņpilnu sabiedrības attieksmi pret piemiņas vietām un kapu teritorijām, kas ir saistītas ar kultūras un vēsturiskajām iezīmēm. Šāda veidā tiek stiprināta sociālā kohēzija un veicināta savstarpēju cieņa starp dažādām sabiedrības interešu grupām. Reklāmas objektu ierobežošana noteiktā attālumā no kapu teritorijām un piemiņas vietām saglabā šo teritoriju vizuālo harmoniju un estētisko kvalitāti, palīdz uzturēt sakoptu un mierpilnu vidi, kas ir būtiska šīm īpašajām vietām. Nosacījums veicina līdzsvarotu attieksmi pret pilsētvides attīstību un dabas un kultūrvēsturisko teritoriju saglabāšanu. Ierobežojot pārmērīgu reklāmu koncentrāciju, tiek mazināts apkārtējo kapu ainavu un skatu līniju degradācijas risks. Samazinot vizuālo un kognitīvo pārslodzi, ko izraisa reklāmu klātbūtne, tiek veicināts emocionālais miers un samazināts stress cilvēkiem, kas uzturas šajās teritorijās. Reklāmu izvietošanas ierobežojumi noteiktās teritorijās veicina rūpīgāku reklāmas stratēģiju izstrādi, veicinot kvalitatīvāku un sabiedrībai pieņemamāku ar reklāmu saistītu uzņēmējdarbības vidi. Reklāmu ierobežojumi pie piemiņas vietām un kapu teritorijām nodrošina godīgu konkurenci, jo uzņēmēji fokusēsies uz reklāmas kvalitāti un kreativitāti, nevis uz agresīvu reklāmu izvietošanu visiem pieejamās vietās. Ierobežojums reklāmu vai reklāmas objektu izvietošanai pilsētās un ciemos tuvāk par 100 m vienai no otras veicina IAM 11. mērķa sasniegšanu, uzlabojot pilsētvides estētiku un dzīves kvalitāti. Mazāks reklāmas objektu blīvums rada sakārtotāku un harmoniskāku publisko ārtelpu, kas palīdz saglabāt kultūras un dabas mantojumu un veicina sabalansētu un funkcionālu apdzīvoto vietu plānošanu. Saskaņā ar IAM 13. un IAM 15. mērķi, pieņemot Noteikumus tiek samazināts reklāmas objektu radītais resursu patēriņš un veicināta energoefektivitāte. No reklāmām atbrīvotā telpa pilsētvidē var tikt izmantota zaļo zonu veidošanai, kas veicina bioloģisko daudzveidību, uzlabo gaisa kvalitāti un mazina cilvēku radīto ietekmi uz klimatu. Atbilstoši IAM 3. mērķī noteiktajam tiek mazināts vizuālais piesārņojums, kas samazina stresu un emocionālo pārslodzi. Harmoniska un estētiska vide labvēlīgi ietekmē cilvēku emocionālo labsajūtu. Ņemot vērā IAM 8. mērķī noteikto, pieņemot Noteikumus tiek sekmēti vienlīdzīgas konkurences apstākļi un veicināta kvalitatīvu reklāmas risinājumu izstrāde. Ierobežojot reklāmu blīvumu, tiek veicinātas inovācijas un ilgtspējīgi reklāmas risinājumi, kas harmoniski iekļaujas pilsētvidē, radot ieguvumus visai sabiedrībai. IAM 10. mērķis paredz mazināt nevienlīdzību. Pieņemot Noteikumus tiek nodrošinātas vienlīdzīgas iespējas uzņēmējiem. Tas veicina godīgu konkurenci un atbalsta pārdomātu, videi draudzīgu pieeju reklāmas komunikācijā. |
| 1. Ietekme uz administratīvajām procedūrām un to izmaksām
 | Reklāmas vai reklāmas objektu izvietošanas projektus skaņos un atļaujas reklāmas izvietošanai izdos Ogres novada pašvaldības centrālās administrācijas Ogres novada būvvaldes speciālisti.Līdzšinējā kārtība atļauju izsniegšanā un nodevas maksāšanā netiek mainīta.Nav paredzētas papildus administratīvo procedūru izmaksas.Noteikumu izpildes nodrošināšanai nav nepieciešams veidot jaunas pašvaldības institūcijas, darba vietas vai paplašināt esošo institūciju kompetenci. Nav plānotas administratīvo procedūru izmaksas.Noteikumi tiks publicēti oficiālajā izdevumā "Latvijas Vēstnesis". Noteikumi tiks publicēti pašvaldības informatīvajā izdevumā un oficiālajā pašvaldības tīmekļvietnē, vienlaikus nodrošinot atbilstību oficiālajai publikācijai norādot atsauci uz oficiālo publikāciju atbilstoši Pašvaldību likuma 47. panta astotajai daļai.Jautājumu un neskaidrību gadījumā par Noteikumu piemērošanu iedzīvotāji var vērsties Ogres novada pašvaldībā. |
| 1. Ietekme uz pašvaldības funkcijām un cilvēkresursiem
 | Tiek nodrošināta Pašvaldības funkcija noteikt reklāmu, īslaicīgu reklāmu, reklāmas objektu ar piesaisti zemei vai bez tās, tīkla reklāmas, mobilās reklāmas, gaismas projekcijas, transparentu, afišu, plakātu, pilonu, sludinājumu, informatīvo materiālu izvietošanu, uzturēšanu un citu neminētu reklāmu vai reklāmas objektu un izkārtņu izvietošanas kārtību publiskās vietās vai vietās, kas vērstas pret publiskām vietām, izvietošanas ierobežojumus, ekspluatācijas, grafiskā dizaina maiņas saskaņošanas kārtību, demontāžas kārtību, reklāmas izvietošanas atļaujas saņemšanas kārtību un administratīvo atbildību par saistošo noteikumu neievērošanu Ogres novada administratīvajā teritorijā.Pašvaldības funkciju izpilde neradīs papildu administratīvo slogu pašvaldības esošajiem cilvēkresursiem. |
| 1. Informācija par izpildes nodrošināšanu
 | Atļauju izsniegšanu nodrošinās Ogres novada pašvaldības centrālās administrācijas Ogres novada būvvaldes speciālisti.Administratīvā pārkāpuma procesu par saistošajos noteikumos minētajiem pārkāpumiem līdz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanai veiks Ogres novada pašvaldības policija. Administratīvā pārkāpuma lietu izskatīs Ogres novada pašvaldības izveidotā administratīvā komisija.  |
| 1. Prasību un izmaksu samērīgums pret ieguvumiem, ko sniedz mērķa sasniegšana
 | Noteikumi ir piemēroti iecerētā mērķa sasniegšanas nodrošināšanai un paredz tikai to, kas ir vajadzīgs minētā mērķa sasniegšanai. Pašvaldības izraudzītie līdzekļi ir piemēroti leģitīmā mērķa sasniegšanai un tās rīcība ir atbilstoša.Izdodot saistošos noteikumus tiks izpildīts Pašvaldību likuma Pārejas noteikumu 6. punktā noteiktais pienākums. |
| 1. Izstrādes gaitā veiktās konsultācijas ar privātpersonām un institūcijām
 | Noteikumu projekts no 2025. gada 14. februāra līdz 2025. gada 3. martam tika publicēts Pašvaldības oficiālajā tīmekļvietnē www.ogresnovads.lv sadaļas “Sabiedrības līdzdalība” apakšsadaļā “Saistošo noteikumu projekti”.Noteiktajā termiņā un kārtībā saņemti divi iesniegumi, kuros izteikti vairāki priekšlikumi:Pirmajā iesniegumā iesniegtie priekšlikumi netiek ņemti vērā, jo Noteikumi nereglamentē iesniegumā izteikto priekšlikumu darbības jomu, proti:1. Priekšlikums pārejas periodā konsultēt uzņēmējus par digitālo tehnoloģiju ieviešanu. Priekšlikums netiek ņemts vērā, jo Ogres novada būvvaldes viena no pamatfunkcijām ir konsultēt iedzīvotājus par reklāmas izvietošanas kārtību un skaidrot attiecīgos Noteikumus. Noteikumi jau paredz pārejas periodu atbilstības Noteikumu prasībām nodrošināšanai līdz 2027.gada 1.janvārim.
2. Priekšlikums samazināt nodevas digitālo tehnoloģiju ieviešanai, atvieglojot pirmos darbības gados. Priekšlikums netiek ņemts vērā. jo Noteikumi nereglamentē nodevu likmes, to apmēru un atvieglojumus.
3. Priekšlikums ieviest vienotu elektronisku pieteikšanās sistēmu reklāmas izvietošanas atļauja saņemšanai, ļaujot uzņēmējiem iesniegt visus nepieciešamos dokumentus tiešsaistē, neapmeklējot iestādi klātienē. Priekšlikums netiek ņemts vērā, jo saziņā ar valsts pārvaldi jau valstiskā līmenī ir ieviests vienots saziņas rīks <https://latvija.gov.lv>.
4. Priekšlikums paredzēt saprātīgus termiņus pieteikumu izskatīšanai, lai uzņēmēji laikus saņemtu atbildi un varētu plānot savas mārketinga aktivitātes. Priekšlikums netiek ņemts vērā, jo Ministru kabineta 2012. gada 30. oktobra noteikumi Nr. 732 “Kārtība, kādā saņemama atļauja reklāmas izvietošanai publiskās vietās vai vietās, kas vērstas pret publisku vietu” noteic kārtību, kādā saņemama pašvaldības vai tās noteiktas pašvaldības institūcijas atļauja reklāmas izvietošanai publiskās vietās vai vietās, kas vērstas pret publisku vietu, tostarp, noteic termiņus, kādos Pašvaldība izskata reklāmas vai reklāmas objekta projektus.
5. Priekšlikums ēkām, kurām noteikts vidi degradējošas būves statuss, piešķirt īpašas atļaujas reklāmas izvietošanai uz laiku, ja reklāmas devējs vai ēkas īpašnieks apņemas veikt ēkas atjaunošanu. Priekšlikums netiek ņemts vērā, jo būvju, kuru ārējais veidols degradē vidi tiktāl, ka tām nosakāms vidi degradējošas būves statuss, estētiskais veidols jau neatbilst harmoniskas un estētiskas vides prasībām. Reklāmu izvietošana uz šādām ēkām piesaista papildu sabiedrības uzmanību degradētai videi. Atvieglotu un īpašu nosacījumu ieviešana nesekmētu sakārtotas vides veidolu, turklāt veicinātu reklāmu izvietošanu uz ēkām, kurām noteikts vidi degradējošas būves statuss.
6. Savukārt, Otrajā iesniegumā iesniegtie astoņi priekšlikumi, no kuriem pieci tiek ņemti vērā un ir veikti labojumi Noteikumu tekstā. Lai nodrošinātu skaidru Noteikumu teksta uztveramību, interpretācijas robežas un gramatisku pareizību, papildināts Noteikumu 7.9.punkts, aiz vārdiem “Pašvaldības organizēto” ievietojot vārdus “Pašvaldībā saskaņoto”, papildināts Noteikumu 8.3.punkts, aiz vārdiem “jumta plaknē” ievietojot vārdu “izņemot”, Noteikumu 8.5.punktā vārds “liekāks” aizstāts ar vārdu “lielāks”, svītrots Noteikumu 13.punkts: “Ja objektīvu iemeslu dēļ, piemēram, fasādes remontam nepiemērota sezona, attiecīgā nekustamā īpašuma tirdzniecība vai citu līdzīgu apstākļu dēļ, reklāmu vai izkārtni paredzēts izvietot uz nesakārtotas fasādes, kas Pašvaldības saistošajos noteikumos par būvju uzturēšanu noteiktajā kārtībā klasificēta kā vidi degradējoša būve, tad reklāmas atļauju izsniedz uz 4 (četriem) mēnešiem. Minēto termiņu var pagarināt, kopā nepārsniedzot 6 (sešus) mēnešus.” Papildināts Noteikumu 20.2.punkts, nosakot papildus nosacījumu izkārtnes izvietošanai uz ēkas perpendikulāri būves fasādei, ja pie ēkas nav ietves. Savukārt izteiktais priekšlikums svītrot noteikumu 7.9. vai 17.punktu netiek ņemts vērā, jo minētie punkti reglamentē atšķirīgas situācijas, kurās nepieciešams skaidrs Noteikumu regulējums. Tā pat netiek ņemts vērā priekšlikums Noteikumu 12.1.punktā svītrot vārdus “vai traucē kultūrvēsturisku vērtību uztveri”, jo Noteikumu mērķis ir radīt harmonisku vidi, kur reklāmas vai izkārtnes izvietošana, aizēnojot kultūrvēsturiskās vērtību uztveri, nav pieļaujama. Nav ņemts vērā priekšlikums svītrot noteikumu 24.punktu, jo reklāmas izvietošana vienotā līnijā paralēli vai perpendikulāri brauktuvei, ievērojot pilsētvides estētiku, uzlabo pilsētas vizuālo tēlu un veicina sakārtotības sajūtu.
 |

Domes priekšsēdētājs E. Helmanis