

ΚΕΦ. 2 ΙΣΧΥΟΥΣΑ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΚΑΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

Παρά την προσπάθεια που έγινε από την ομάδα μας, για τον εντοπισμό, τη μελέτη και την κατανόηση όλων των διατάξεων που αφορούν στην υπαίθρια διαφήμιση που διενεργείται με οποιοδήποτε τρόπο και μέσο, διατηρούμε και οφείλουμε να εκφράσουμε την επιφύλαξή μας για το βαθμό πληρότητας και αρτιότητας της παρουσίασης του νομικού πλαισίου του θέματος.

Σημειώνουμε ότι δεν μπορούσε να αποφευχθεί η κάπως μακροσκελής καταγραφή των σχετικών νόμων και αποφάσεων, λόγω του ότι υπάρχει κίνδυνος ελλιπούς πληροφόρησης ή και αλλοίωσης των εννοιών των διατάξεων από οποιαδήποτε προσπάθεια περιλήψης. Κάποιες περικοπές που επιχειρήθηκαν, έγιναν μόνο σε περιπτώσεις επανάληψης περιγραφών ή σε σημεία που πάντως δεν προκαλούν κενό πληροφόρησης για το αντικείμενο της έρευνας.

Κατά την καταγραφή της ισχύουσας νομοθεσίας που ακολουθεί δεν περιλαμβάνονται σχόλια επί των επιμέρους διατάξεων, επισημαίνονται όμως με σημειώσεις οι τυχόν τροποποιήσεις ή συμπληρώσεις που έχουν προκύψει από την ημερομηνία δημοσίευσής τους μέχρι σήμερα, καθώς και οι προβλεπόμενες από κάποιες διατάξεις, υπουργικές αποφάσεις.

Ένα γενικό συμπέρασμα στο οποίο οδηγούμαστε μετά από τη μελέτη αυτή στο μέτρο του εφικτού, είναι ότι, η νομοθεσία αντιμετωπίζει το θέμα της υπαίθριας διαφήμισης λεπτομερώς, με πολλούς περιορισμούς, γενικούς και ειδικούς, με στόχο την τυποποίηση (διαστάσεις, υλικά) και την εξασφάλιση ασφαλών κατασκευών των διαφημιστικών πλαισίων και των επιγραφών, την λελογισμένη χρήση τους προς όφελος του περιβάλλοντος (ιστορικού, φυσικού και δομημένου) και των πολιτών, χωρίς πολλές «κατ'εξάιρεση» διατάξεις και προβλέπει ποινές για τους παραβάτες οι οποίες σε πολλές περιπτώσεις μπορούν να χαρακτηρισθούν «αυστηρές», με την έννοια «υπολογίσιμες» για τους παραβάτες. Επειδή η έννοια του οφέλους είναι σχετική, είναι προφανές ότι οι περιορισμοί αυτοί είναι ανεπιθύμητοι και από τις διαφημιστικές εταιρίες, αφού ο περιορισμός των θέσεων προβολής διαφήμισης οδηγεί στον περιορισμό του κύκλου εργασιών τους, αλλά και από επαγγελματίες που «πρέπει» να προβάλλουν τη θέση της επιχείρησής τους, τα είδη, τις υπηρεσίες τους και προ πάντων να κάνουν αισθητή τη δική τους παρουσία περισσότερο από αυτή του διπλανού.

Η ισχύουσα νομοθεσία και οι ρυθμιστικές διατάξεις που διέπουν την τοποθέτηση διαφημιστικών πινακίδων και που μελετώνται παρακάτω είναι οι εξής:

1. Ν. 2696/1999 «Κύρωση του Κώδικα Οδικής Κυκλοφορίας», όπως τροποποιήθηκε και συμπληρώθηκε με το άρθρο 13 του Ν.3212/2003.
2. Ν. 2946/2001 «Υπαίθρια διαφήμιση, Συμπολιτείες Δήμων και Κοινοτήτων και άλλες Διατάξεις», όπως τροποποιήθηκε και συμπληρώθηκε με το άρθρο 13 του Ν.3212/2003.
3. Ν. 1491/1984 «Μέτρα για τη διευκόλυνση της διακίνησης των ιδεών τον τρόπο διενέργειας εμπορικής διαφήμισης την ενίσχυση της αποκέντρωσης και άλλες διατάξεις» Άρθρα 3 και 4 τα οποία παραμένουν σε ισχύ και σύμφωνα με το άρθρο 15 του Ν.2946/2001.
4. ΚΥΑ 38110/2002 «Καθορισμός όρων, προϋποθέσεων, προδιαγραφών και διαδικασίας τοποθέτησης ειδικά διαμορφωμένων πλαισίων, για την προβολή υπαίθριας εμπορικής διαφήμισης, κατά τις διατάξεις του Ν.2946/2001».
5. ΚΥΑ 6636/2004 «Ανάρτηση διαφημίσεων επί των καλυμμάτων ικριωμάτων σε κτίρια των οποίων οι όψεις ανακαινίζονται, κατ'εφαρμογή προγράμματος αποκατάστασης».
6. ΚΥΑ 61818/2004 «Καθορισμός ειδικότερων όρων υπό τους οποίους επιτρέπεται η τοποθέτηση διαφημίσεων σε κατάλληλα διαμορφωμένους χώρους και σε στάσεις αναμονής επιβατών, κατά τις διατάξεις του Ν. 3057/2002».

1. Ν.2696/1999 «Κύρωση του Κώδικα Οδικής Κυκλοφορίας» (Κ.Ο.Κ.)

Όπως τροποποιήθηκε και συμπληρώθηκε με το Ν.3212/2001

Άρθρα 10 και 11

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Κατά την έναρξη ισχύος του 2696/99 ίσχυε ο Ν. 1491/84 «μέτρα για τη διευκόλυνση της διακίνησης των ιδεών, τον τρόπο διενέργειας της εμπορικής διαφήμισης, την ενίσχυση της αποκέντρωσης και άλλες διατάξεις». Για το λόγο αυτό μνημονεύονται διατάξεις του στο κείμενο του άρθρου 11.

1. Άρθρο 10. Εγκατάσταση μέσω σήμανσης και σηματοδότησης.

Ορίζονται οι αρμοδιότητες για την εγκατάσταση, τροποποίηση και συντήρηση της κατακόρυφης σήμανσης των οδών ενώ με την παρ. 9 του άρθρου αυτού:
«Απαγορεύεται η εγκατάσταση οποιασδήποτε πινακίδας, αφίσσας, διαγράμμισης ή συσκευής η οποία μπορεί να δημιουργήσει σύγχυση με πινακίδες σήμανσης ή με κυκλοφοριακή διαγράμμιση ή με άλλη συσκευή ρύθμισης της κυκλοφορίας ή να τις καταστήσει λιγότερο ορατές ή αποτελεσματικές ή να προκαλέσει θάμβωση στους χρήστες της οδού και γενικά να αποσπάσει την προσοχή τους κατά τρόπο που μπορεί να έχει δυσμενή επίδραση στην ασφάλεια της κυκλοφορίας». Ορίζονται οι αρμόδιοι φορείς για την αφαίρεση ή εξάλειψη των κατά παράβαση των ανωτέρω, τοποθετούμενων στοιχείων και η δυνατότητα καταλογισμού της δαπάνης αποξήλωσης, ενώ με την παρ. 10 προβλέπεται ποινή φυλάκισης στους παραβάτες.

2. Άρθρο 11. Επιγραφές – Διαφημίσεις.

1. Ορίζονται **ζώνες απαγόρευσης για κάθε διαφήμιση που πραγματοποιείται με οποιονδήποτε τρόπο και μέσο**, σε εθνικές, επαρχιακές οδούς και αυτοκινητοδρόμους ως εξής:

- Για τα εκτός κατοικημένων περιοχών τμήματα, ζώνη **150μ.** και από τις δύο πλευρές άξονά τους και είναι ορατές από τους χρήστες των οδών.
- Για τα τμήματα που διέρχονται μέσα από κατοικημένες περιοχές και το επιτρεπόμενο όριο ταχύτητας είναι ανώτερο των 70χλμ./ώρα, ζώνη **40μ.** και από τις δύο πλευρές άξονά τους.

2. «Απαγορεύεται γενικά η τοποθέτηση επιγραφών ή διαφημίσεων ή η εγκατάσταση οποιασδήποτε πινακίδας, αφίσσας, διαγράμμισης ή συσκευής σε θέση ή κατά τρόπο που μπορεί να έχει οποιοσδήποτε αρνητικές επιπτώσεις στους χρήστες της οδού ή να επηρεάσει με οποιονδήποτε τρόπο την κυκλοφορία. Ιδίως απαγορεύεται η τοποθέτηση ή εγκατάσταση των ανωτέρω σε τέτοιες θέσεις, ώστε να παρεμποδίζεται η θέα των πινακίδων κατακόρυφης σήμανσης ή φωτεινών σηματοδοτών ή να δημιουργείται σύγχυση με πινακίδες σήμανσης ή με κυκλοφοριακή διαγράμμιση ή με άλλη συσκευή ρύθμισης της κυκλοφορίας ή να τις καταστήσει λιγότερο ορατές ή αποτελεσματικές ή να προκαλέσει θάμβωση στους

χρήστες της οδού και γενικά να αποσπάσει την προσοχή τους κατά τρόπο που μπορεί να έχει δυσμενή επίδραση στην οδική ασφάλεια γενικά».

3. «Σε οδούς, στις οποίες είναι εγκατεστημένοι φωτεινοί σηματοδότες ρύθμισης κυκλοφορίας, απαγορεύεται η τοποθέτησης έγχρωμων φωτεινών διαφημίσεων ή πινακίδων ή αναγραφών με χρώματα που χρησιμοποιούνται στη φωτεινή σηματοδότηση, σε απόσταση εκατέρωθεν και ύψος μικρότερο των 20μ από κάθε φανό σηματοδότησης».

4. **Επιτρέπεται** να τοποθετούνται ή να λειτουργούν **επιγραφές που αναφέρονται στην επωνυμία** ή τίτλο επιχείρησης που λειτουργεί παρά την οδό, με παράλληλη τήρηση των προηγούμενων διατάξεων, **παράλληλα προς τον άξονα της οδού**. Διαφημίσεις και επιγραφές των εγκεκριμένων πλαισίων (όπου επιτρέπεται), καθώς και των πρατηρίων καυσίμων, τοποθετούνται και κάθετα προς τον άξονα της οδού.

5. Στα **στέγαστρα των στάσεων** αστικών και υπεραστικών συγκοινωνιών, **επιτρέπεται** η τοποθέτηση διαφημιστικών πλαισίων και διαφημίσεων, μόνο στη μία πλευρά, που βρίσκεται στο αντίθετο προς την κατεύθυνση της κυκλοφορίας άκρο του στεγάστρου.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Ήδη με την Κ.Υ.Α. 61818/2004 επιτρέπεται η τοποθέτηση διαφημίσεων και στις δύο όψεις του διαφημιστικού πλαισίου που τοποθετείται σε στέγαστρα στάσεων.

Απαγορεύονται επίσης:

6. σε οχήματα οι φωτεινές ή φωτιζόμενες διαφημίσεις, διαφημίσεις για τις οποίες χρησιμοποιούνται αντανακλαστικά στοιχεία καθώς και αυτές με εναλλασσόμενα μηνύματα και

7. κάθε διαφήμιση εκτός των καθορισμένων πλαισίων, αναγραφή λέξεων, εικόνων ή συμβόλων, σε στύλους ηλεκτροφωτισμού ή φωτεινών σηματοδοτών, σε διαχωριστικές νησίδες ή νησίδες ασφαλείας σε πεζοδρόμια, σε επιφάνειες τεχνικών έργων, οδοποιίας είτε απευθείας στις επιφάνειες αυτές, είτε σε επιφάνειες μέσω εξαρτωμένων από τα τεχνικά έργα.

8. Διαφημίσεις, επιγραφές κ.λ.π. που τοποθετούνται κατά παράβαση των διατάξεων του άρθρου αυτού, «αφαιρούνται ή εξαλείφονται ή, εφόσον είναι φωτεινές, τίθενται εκτός λειτουργίας, κατά τη διαδικασία που προβλέπεται από τις διατάξεις της παρ. 3 του άρθρου 18 του Ν.2130/93».

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Ήδη από 1-1-2002, καταργήθηκε η παρ. 3 του άρθρου 18 του Ν.2130/93, όπως προβλέπεται από το Ν.2946/2001, οι διατάξεις του οποίου προβλεπουν και τη διαδικασία αφαίρεσης κ.λ.π. και τις κατά περίπτωση αρμοδιότητες.

Εάν τα όργανα της Γ.Γ.Δ.Ε ή της περιφέρειας διαπιστώσουν την παράλειψη τήρησης των υποχρεώσεων από τους υπόχρεους, δύνανται να ακολουθήσουν τη διαδικασία τάσσοντας προθεσμία. Αν η προθεσμία παρέλθει άπρακτη, τότε υποκαθιστώντας τους Ο.Τ.Α. προβαίνουν σε αφαίρεση, εξάλειψη κλπ των

διαφημίσεων, επιγραφών κλπ χωρίς ευθύνη για οποιαδήποτε ζημιά κατά την αποξήλωση καθώς και για τη φύλαξη και απόδοση των σχετικών υλικών στους διαφημιστές ή διαφημιζόμενους.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Ήδη με την έναρξη ισχύος του Ν.2946/01, η αφαίρεση των πλαισίων κ.λ.π. που τοποθετούνται παράνομα στις ζώνες απαγόρευσης κατά μήκος εθνικών και επαρχιακών οδών, γίνεται με απόφαση του Γ. Γραμματέα της Περιφέρειας, ενώ σε κάθε άλλη περίπτωση με απόφαση του Δημάρχου.

9 και 10. Προβλέπονται οι ποινές που επιβάλλονται σε όσους διενεργούν γενικά διαφημιστικές πράξεις κατά παράβαση των διατάξεων, αλλά και στον διαφημιστή ή διαφημιζόμενο.

- Φυλάκιση έως 1 έτος και
- Χρηματική ποινή 600.000 δρχ. που μπορεί να αυξηθεί έως και 2.000.000 δρχ. εάν χρησιμοποιηθούν ανεξίτηλες ουσίες.

Επίσης θεωρούνται αυτουργοί και τιμωρούνται οι πρόεδροι Δ.Σ, διευθύνοντες σύμβουλοι ΑΕ, διαχειριστές ΕΠΕ, πρόσωπα που ασκούν τη διοίκηση ή τη διαχείριση άλλων νομικών προσώπων ή των ΟΤΑ ή του ιδιωτικού τομέα που αναθέτουν διαφημιστικές πράξεις κατά παράβαση του άρθρου αυτού.

2. Ν.2946/2001 «Υπαίθρια Διαφήμιση, Συμπολιτείες Δήμων και Κοινοτήτων και άλλες διατάξεις»

Τα κεφάλαια Α, Β αναφέρονται στην υπαίθρια διαφήμιση - επιγραφές και το άρθρο 15 κεφαλαίου Γ στις καταργούμενες παλαιότερες διατάξεις.

Κεφάλαιο Α'

Άρθρο 1.

Παρ. 1: Ορίζεται η έννοια της υπαίθριας διαφήμισης η υπαίθρια και δημόσια προβολή με κάθε τρόπο και μέσο, μηνυμάτων κάθε μορφής για την προώθηση εμπορικών και επαγγελματικών σκοπών ή άλλων συναφών δραστηριοτήτων και

Παρ. 2: Γίνεται μια γενική κατηγοριοποίηση των διαφημίσεων:

α) **οι έντυπες, χειρόγραφες, φωτεινές ή φωτιζόμενες, ηλεκτρονικές και άλλες με υποπεριπτώσεις ως προς τη θέση προβολής τους, ήτοι σε:**

α₁) Κοινόχρηστους, δημοτικούς ή κοινοτικούς χώρους

α₂) Ιδιωτικά κτίρια και οικόπεδα

β) **Οι διαφημίσεις από τον αέρα** με οποιονδήποτε τρόπο ή μέσο

γ) **Οι διαφημίσεις σε σταθμούς** (σιδηροδρομικούς, λιμενικούς, αεροπορικούς) σε **στάδια, γήπεδα**, σε **οχήματα** (σιδηροδρόμων, τροχιοδρόμων, ηλεκτροκίνητων, κάθε τύπου δημόσιας χρήσης), σε **στεγαστρα αφετηριών ή στάσεων αναμονής** επιβατών μέσων μαζικής μεταφοράς (αστικών – υπεραστικών) και σε περίπτερα.

Άρθρο 2:

1. Ορίζονται οι χώροι στους οποίους **απαγορεύεται** η προβολή υπαίθριας διαφήμισης

- Αρχαιολογικοί χώροι, ιστορικοί τόποι και ζώνες προστασίας γύρω από αυτούς, παραδοσιακοί οικισμοί και στον περιβάλλοντα χώρο τους και τόποι που χαρακτηρίζονται ως ιδιαίτερου φυσικού κάλλους.
- Μνημεία και παραδοσιακά κτίρια.
- Κτίρια στα οποία στεγάζονται Δημόσιες Υπηρεσίες, υπηρεσίες ΟΤΑ και άλλων ΝΠΔΔ
- Κοιμητήρια, ναοί κάθε θρησκείας και στον περιβάλλοντα χώρο.
- Επιφάνειες τεχνικών έργων φορέων του δημοσίου τομέα (τοίχοι αντιστήριξης, γέφυρες, σήραγγες, οδόστρωμα και πεζοδρόμια), στύλοι και υποσταθμοί εγκαταστάσεων κοινής ωφέλειας.
- Στοές κτιρίων
- Πινακίδες δημόσιας πληροφόρησης, πινακίδες οδικής σήμανσης και σε φωτεινούς σηματοδότες οδικής κυκλοφορίας.

Παράλληλα ισχύουν οι διατάξεις του άρθρου 11 του 2696/99, του άρθρου 2 του Ν.2833/2000 και άλλες ειδικές διατάξεις.

2. Απαγορεύεται επίσης:

- Η ανάρτηση πανώ, αεροπανώ ή άλλων ομοίων αντικειμένων σε οδούς, πλατείες ή άλλους κοινόχρηστους χώρους στις προσόψεις των κτιρίων και στους ακάλυπτους χώρους καθώς και επί της ρυμοτομικής γραμμής όταν υπάρχει προκήπιο.
- Η τοποθέτηση ενδεικτικών πινακίδων σε κατοικημένες περιοχές (θέση, διεύθυνση ιδιωτικών επιχειρήσεων ή καταστημάτων). Σε ειδικές περιπτώσεις παροχής υπηρεσιών πρώτης ανάγκης πχ. Φαρμακεία, κέντρα υγείας κλπ μπορεί να επιτραπεί τοποθέτηση ενδεικτικής πινακίδας μετά από άδεια ΟΤΑ (άρθρο 7)
- Η προβολή οποιουδήποτε τύπου διαφήμισης, πέρα από το ιδεατό στερεό του οικοπέδου και πάνω στην οροφή του κτιρίου.

3. Κατ' εξαίρεση των ανωτέρω διατάξεων μπορεί να επιτρέπεται η ανάρτηση πανώ στις προσόψεις κτιρίων ιδίως για την προβολή καλλιτεχνικών, πολιτιστικών και κοινωνικών εκδηλώσεων, με ΚΥΑ (των Υπουργείων Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης, ΠΕΧΩΔΕ και Πολιτισμού) με την οποία καθορίζονται οι όροι, οι προϋποθέσεις και η χρονική διάρκεια της σχετικής άδειας.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Ήδη έχει εκδοθεί η 38110/2002 σχετική απόφαση στο άρθρο 1 της οποίας καθορίζονται οι όροι, προϋποθέσεις και η χρονική διάρκεια τοποθέτησης πανώ και αναλύεται στη σελίδα

Άρθρο 3: Περιγράφει κυρίως τις αρμοδιότητες και τις διαδικασίες κατά περίπτωση που απαιτούνται για τον καθορισμό χώρων (κοινοχρήστων, δημοτικών κλπ) όπου επιτρέπεται η προβολή υπαίθριας διαφήμισης που είναι οι εξής:

1. Διαδικασία καθορισμού θέσεων αρμοδιότητας ΟΤΑ:

- Οι ΟΤΑ α' βαθμού καθορίζουν στα διοικητικά όριά τους επαρκείς και πρόσφορους χώρους στους οποίους και μόνο επιτρέπεται να τοποθετούνται ειδικά διαμορφωμένα πλαίσια για την προβολή διαφημίσεων, με απόφαση του Δ. Συμβουλίου που εκδίδεται υποχρεωτικά 3 μήνες τουλάχιστον πριν από τη λήξη του ημερολογιακού έτους και ισχύει για τα επόμενα 3 χρόνια.
- Αν η προθεσμία παρέλθει άπρακτη, τη σχετική απόφαση εκδίδει ο ΓΓ της περιφέρειας μέχρι τη λήξη του έτους
- Αν δεν εκδοθεί σχετική απόφαση, δεν επιτρέπεται η χρήση κοινοχρήστων, δημοτικών ή κοινοτικών χώρων για την προβολή υπαίθριας διαφήμισης. (Η μη έκδοση απόφασης συνιστά παράβαση των καθηκόντων τους).

2. Οι προαναφερθείσες αποφάσεις εκδίδονται ύστερα από γνώμη της πρωτοβάθμιας ΕΠΑΕ της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης. Ο αρμόδιος ΟΤΑ απευθύνεται προς την ΕΠΑΕ με έγγραφη πρόσκληση τουλάχιστον 2 μήνες πριν τη λήξη της προθεσμίας που αναφέρεται στην προηγούμενη παρ. 1. Αν η ΕΠΑΕ σε δώσει τη γνώμη της μέσα στην προθεσμία τότε η απόφαση εκδίδεται χωρίς τη γνώμη αυτή.

Συνοπτικά: ο καθορισμός θέσεων πρέπει να γίνει έξη μήνες πριν τη λήξη του έτους

- η έγγραφη πρόσκληση προς ΕΠΑΕ για γνωμοδότηση τουλάχιστον 5

μήνες πριν

- η ΕΠΑΕ πρέπει να γνωμοδοτήσει μέσα σε 1 μήνα από την πρόσκληση
- η απόφαση του ΟΤΑ να εκδοθεί 3 μήνες πριν τη λήξη του έτους.

3. Το δικαίωμα παραχώρησης της χρήσης των προαναφερόμενων χώρων ανήκει στους ΟΤΑ, σύμφωνα με τις διατάξεις που κάθε φορά ισχύουν για την εκμίσθωση ακινήτων των Δήμων και για την παραχώρηση χρήσης.
4. Κατά μήκος των Εθνικών οδών εκτός κατοικημένων περιοχών, οδών ταχείας κυκλοφορίας καθώς και σε χώρους εξυπηρέτησης αυτοκινήτων (ΣΕΑ), την αρμοδιότητα καθορισμού χώρων όπου επιτρέπεται η προβολή υπαίθριας διαφήμισης, ανήκει στον Γ.Γ. Περιφέρειας.
Εφαρμόζονται και στην περίπτωση αυτή οι διατάξεις των παραγράφων 1 και 2. Δηλαδή οι χώροι καθορίζονται ύστερα από γνώμη της δευτεροβάθμιας ΕΠΑΕ και της ΑΕ Εκμετάλλευσης και διαχείρισης αυτοκινητοδρόμων (ΤΕΟ) για τμήματα εθνικών οδών εκτός κατοικημένων περιοχών με επιτρεπόμενο όριο ταχύτητας ανώτερο των 70 km/h., ή του Οργανισμού Σιδηροδρόμων Ελλάδος (ΟΣΕ) αντίστοιχα.
5. Το δικαίωμα παραχώρησης χρήσης των καθοριζόμενων χώρων της προηγούμενης παραγράφου κατά μήκος εθνικών οδών εκτός κατοικημένων περιοχών, των αυτοκινητοδρόμων, των οδών ταχείας κυκλοφορίας και των χώρων των Σ.Ε.Α., ανήκει στο ΤΕΟ ΑΕ, με την επιφύλαξη εκείνων των οποίων η εκμετάλλευση έχει παραχωρηθεί από το Δημόσιο σε άλλο φορέα. Στις συμβάσεις παραχώρησης, ο αντισυμβαλλόμενος έχει την Υποχρέωση της γενικής καθαριότητας του αντίστοιχου τμήματος και του περιβάλλοντος Χώρου.

Τονίζεται η παράλληλη τήρηση του άρθρου 11 του Ν. 2696/1999 που διατηρούνται σε ισχύ. (ΚΟΚ)

6. Η προβολή κάθε είδους διαφήμισης, σε ιδιωτικό κτίριο ή οικόπεδο, επιτρέπεται μετά από έκδοση σχετικής αδειάς (παρ. 2 άρθρου 5).
7. Η προβολή κάθε είδους διαφήμισης στους χώρους των σιδηροδρομικών, λιμενικών και αεροπορικών σταθμών, σε στάδια και γήπεδα, σε οχήματα σιδηροδρόμων, τροχιοδρόμων, ηλεκτροκίνητων αυτοκινήτων και κάθε τύπου δημόσιας χρήσης οχημάτων ή στην εξωτερική επιφάνειά τους επιτρέπεται μετά από έκδοση σχετικής αδειάς (παρ. 3 άρθρου 5).
Στην περίπτωση των διαφημίσεων της παρ. αυτής (οχήματα) εφαρμόζονται οι διατάξεις της παρ. 3 του άρθρου 83 του Ν.2696/99 (ΚΟΚ):

«Η αναγραφή ή τοποθέτηση διαφημίσεων στο εσωτερικό ή εξωτερικό του αμαξώματος αυτοκινήτων οχημάτων, τα οποία εκτελούν δημόσια συγκοινωνία, επιτρέπεται μόνο εφόσον δεν ανατρέπεται ο ομοιόμορφος χρωματισμός που χαρακτηρίζει το δημόσιο μέσο μεταφοράς, υπό όρους και προϋποθέσεις που καθορίζονται με απόφαση του Υπουργού

Μεταφορών και Επικοινωνιών.

8. Με την παράγραφο αυτή όπως συμπληρώθηκε με την παρ. 12β του άρθρου 13 του Ν.3212/03 ορίζεται ότι οι όροι και προϋποθέσεις τοποθέτησης, όπου επιτρέπεται η προβολή υπαίθριας διαφήμισης, η μορφή, το μέγεθος και τα υλικά από τα οποία αποτελούνται, οι επιβαλλόμενες αποστάσεις από τη ρυμοτομική γραμμή και το κράσπεδο του πεζοδρομίου, οι επιβαλλόμενες αποστάσεις μεταξύ των πλαισίων καθώς και κάθε άλλο θέμα σχετικό με τη χρήση των χώρων και των πλαισίων, ρυθμίζονται με ΚΥΑ των Υπουργών Εσωτερικών Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης, Ανάπτυξης και Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Έχει εκδοθεί η σχετική απόφαση 52138/2003 που αναλύεται στη σελ.

Με όμοια απόφαση μπορεί να επιτρέπεται η τοποθέτηση κατασκευών άλλης μορφής και τεχνολογίας και να καθορίζονται οι όροι και οι προϋποθέσεις χρήσης τους. Επίσης με όμοια απόφαση μπορεί να παρέχεται εξουσιοδότηση στο οικείο Δημοτικό ή Κοινοτικό συμβούλιο με απόφασή του, να καθορίζει ειδικότερες προδιαγραφές, καθώς και ειδικότερους όρους και προϋποθέσεις σύμφωνα με τοπικές ιδιαιτερότητες.

Άρθρο 4: Γενικοί όροι για την προβολή υπαίθριας διαφήμισης.

1. Η υπαίθρια διαφήμιση γίνεται υποχρεωτικά σε μόνιμα και σταθερά ή προσωρινά και κινητά πλαίσια που κατασκευάζονται με βάση της προδιαγραφές που ρυθμίζονται όπως αναφέρθηκε στην παρ. 8 του άρθρου 3.
2. Σε κάθε υπαίθρια διαφήμιση πρέπει να αναγράφονται σε εμφανές σημείο:
 - Ονοματεπώνυμο ή επωνυμία και διεύθυνση του διαφημιστή ή του διαφημιζόμενου και ο αριθμός αδείας που χορηγήθηκε (σύμφωνα με το επόμενο άρθρο 5).

Διαφημίσεις στις οποίες δεν αναγράφονται τα ανωτέρω στοιχεία αφαιρούνται αμέσως με ευθύνη του Δημάρχου ή προκειμένου για χώρους κατά μήκος των Εθνικών κλπ οδών εκτός κατοικημένων περιοχών, με ευθύνη του ΓΓ της περιφέρειας.

Άρθρο 5: Άδεια για την υπαίθρια διαφήμιση και την τοποθέτηση πλαισίων διαφημίσεων:

1. Για την: υπαίθρια διαφήμιση που διενεργείται στους καθορισμένους κοινόχρηστους, δημόσιους ή κοινοτικούς χώρους:
 - Απαιτείται έκδοση αδείας για την υπαίθρια διαφήμιση. Η άδεια αυτή χορηγείται με απόφαση του Δημάρχου μετά από αίτηση που συνοδεύεται από τα απαραίτητα στοιχεία για τον προσδιορισμό του τέλους διαφήμισης (σύμφωνα με σχετικές διατάξεις).
 - Απαιτείται επίσης έκδοση αδείας και για την τοποθέτηση πλαισίων από το διαφημιστή ή το διαφημιζόμενο. Η άδεια αυτή χορηγείται με απόφαση του Δημάρχου αφού προηγηθεί έλεγχος από τα αρμόδια όργανα του Δήμου τα οποία εξετάζουν αν τα

πλαίσια πληρούν τις προδιαγραφές οι οποίες ορίζονται στη σχετική ΚΥΑ που εκδίδεται κατά την παρ. 8 του άρθρου 3.

1. Για τη χορήγηση άδειας προβολής υπαίθριας διαφήμισης ή για την τοποθέτηση πλαισίων διαφήμισης σε ιδιωτικό κτίριο ή οικόπεδο απαιτείται επίσης και η προηγούμενη
 - γνώμη του αρμόδιου Τοπικού Συμβουλίου Μνημείων Υπουργείου Πολιτισμού, που εξετάζει αν περιορίζεται η θέα και προκαλείται υποβάθμιση μνημείων και αρχαιολογικών χώρων καθώς και
 - η γνώμη της πρωτοβάθμιας ΕΠΑΕ η οποία εξετάζει αν θίγεται η αισθητική της περιοχής, αν επιβαρύνεται στατικός το κτίριο ή αν δημιουργείται σε αυτό τεχνικό πρόβλημα από τη διαφημιστική κατασκευή.Οι προαναφερόμενες γνώμες παρέχονται μέσα σε προθεσμία 1 μηνός από την υποβολή της σχετικής αίτησης. Αν η προθεσμία παρέλθει άπρακτη η άδεια εκδίδεται χωρίς αυτές και ισχύει 3 χρόνια. Μπορεί δε να ανανεωθεί μία ή περισσότερες φορές με την ίδια διαδικασία.
2. Για την προβολή υπαίθριας διαφήμισης και την τοποθέτηση πλαισίων στους χώρους και τα οχήματα της περ. γ. της παρ. 2 άρθρου 1. απαιτείται άδεια που χορηγείται σύμφωνα με την παρ. 1 του παρόντος άρθρου, που ισχύει για 3 χρόνια και ανανεώνεται με την ίδια διαδικασία.
Για τις διαφημίσεις και τα πλαίσια που τοποθετούνται μέσα ή στην εξωτερική επιφάνεια των οχημάτων αρμόδιος Δήμος για τη χορήγηση της άδειας είναι αυτός, στα διοικητικά όρια του οποίου εδρεύει η επιχείρηση του εκμεταλλεύεται τα οχήματα.
3. Για τις διαφημίσεις από αέρα αρμόδιος για τη χορήγηση της άδειας είναι εκείνος στα διοικητικά όρια του οποίου εδρεύει η επιχείρηση του διαφημιζομένου.

Άρθρο 6: Επιγραφές

1. Οι επιγραφές που προσδιορίζουν τη θέση, τη διεύθυνση, την ιδιότητα, την επαγγελματική δραστηριότητα φυσικού προσώπου, ή την επωνυμία και το αντικείμενο δραστηριότητας, ενώσεως φυσικών προσώπων ή νομικών προσώπων δημοσίου ή ιδιωτικού δικαίου γράφονται υποχρεωτικά στην ελληνική γλώσσα. Επιτρέπεται επιπρόσθετα η αναγραφή σε άλλη γλώσσα με μικρότερα στοιχεία.
2. Οι προϋποθέσεις, οι προδιαγραφές και η διαδικασία τοποθέτησης των επιγραφών σε κτίρια και κοινόχρηστους χώρους καθώς και η μορφή του περιεχομένου τους και κάθε άλλο σχετικό θέμα, καθορίζονται με ΚΥΑ.

Με την απόφαση αυτή μπορεί α) να ορίζεται ότι για την τοποθέτηση επιγραφών, απαιτείται προηγούμενη άδεια του Δήμου, εφ' όσον οι διαστάσεις του υπερβαίνουν ορισμένο μέγεθος ή έχουν συγκεκριμένο περιεχόμενο και β) να καθορίζεται ο τρόπος και τα αρμόδια όργανα ελέγχου.

Προβλέπεται επιβολή προστίμου ύψους 200.000 – 2.000.000 δρχ. ανάλογα με τις περιστάσεις και τη βαρύτητα της παράβασης (υπέρ Δήμου).

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Ήδη εκδόθηκε η 38110/2002 το άρθρο 2 της οποίας αφορά στις επιγραφές, και όπως προβλέπεται, μετά την έκδοσή της καταργείται το άρθρο 20 του Ν.1577/85 (ΓΟΚ)

3. Τα πρόστιμα μπορεί να αναπροσαρμόζεται με ΚΥΑ των Υπουργείων Εσωτερικών, Δημοσίας Διοίκησης και Αποκέντρωσης, Χωροταξίας, Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, Οικονομικών και Πολιτισμού.

Άρθρο 7: Παραχώρηση των καθορισμένων για την υπαίθρια διαφήμιση χώρων για την προβολή δραστηριοτήτων και μηνυμάτων, χωρίς αντάλλαγμα και χωρίς τέλος διαφήμισης, σε νομικά πρόσωπα που επιδιώκουν κοινωφελείς σκοπούς, γίνεται με απόφαση του Δημοτικού Συμβουλίου ή του Γ.Γρ. Περιφέρειας.

Άρθρο 8: Διοικητικές κυρώσεις

1. Στους διαφημιστές και σε όσους μισθώνουν και εκμεταλλεύονται χώρους υπαίθριας διαφήμισης, σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων του Νόμου αυτού και των σχετικών κανονιστικών πράξεων, επιβάλλεται πρόστιμο.
2. Το πρόστιμο επιβάλλεται με απόφαση του Δημοτικού Συμβουλίου και αποδίδεται στον οικείο ΟΤΑ, στα διοικητικά όρια του οποίου έγινε η παράβαση ή του Γ.Γ. Περιφέρειας και αποδίδεται στο Ταμείο Εθνικής Οδοποιίας (ΤΕΟ) εφόσον η παράβαση έγινε κατά μήκος των εθνικών ή επαρχιακών οδών, αυτοκινητοδρόμων κλπ.
3. Το ύψος του προστίμου ανέρχεται από 500.000 μέχρι 10.000.000δρχ. αναλόγως με τις περιπτώσεις.
4. Το ύψος του προστίμου μπορεί να αναπροσαρμόζεται με Κ.Υ.Α.
5. Πρόστιμο επιβάλλεται και σε βάρος των διαφημιζομένων, στις περιπτώσεις που προβάλλεται διαφήμιση εκτός των χώρων που έχουν καθοριστεί για το σκοπό αυτό.

Άρθρο 9: (όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο 13 του Ν.3212/2003) Η αφαίρεση των παράνομων υπαίθριων διαφημίσεων και επιγραφών

1. Γίνεται με την επιφύλαξη της παρ. 8 του άρθρου αυτού:
 - Με απόφαση του Γ.Γ. Περιφέρειας ή από υπάλληλο της Περιφέρειας που εξουσιοδοτείται από τον Γ.Γ. Περιφέρειας, για πλαίσια, διαφημίσεις, επιγραφές εντός των ζωνών απαγόρευσης κατά μήκος των εθνικών και επαρχιακών οδών κ.λ.π. (άρθρο !)
 - Με απόφαση του Δημάρχου σε κάθε άλλη περίπτωση.

Σε περίπτωση επανατοποθέτησης, η αφαίρεση γίνεται με βάση την αρχική απόφαση

2. Μετά την κοινοποίηση της απόφασης οι κατά περίπτωση αρμόδιοι φορείς υποχρεούνται να αφαιρέσουν τις παράνομες διαφημίσεις, επιγραφές, πλαίσια και υποστηρίγματα, ανεξάρτητα από το ιδιοκτησιακό καθεστώς του χώρου στον οποίο συντελέσθηκε η παράβαση, ανεξάρτητα από την επιβολή προστίμου και χωρίς ευθύνη για την τύχη των αφαιρουμένων κατασκευών, υλικών ή επιγραφών

3. Οι κύριοι και κάτοχοι των χώρων στους οποίους έγινε η παράβαση, οφείλουν να επιτρέπουν την είσοδο στα συνεργεία και να ανέχονται την παρουσία τους στο χώρο και τη διενέργεια κάθε πράξης που είναι απαραίτητη για την αφαίρεση των διαφημίσεων, πλαισίων κλπ. Η αστυνομία οφείλει να παρέχει τη συνδρομή της εφόσον τους ζητηθεί.
4. Οι εργασίες μπορούν να ανατίθενται σε ιδιώτες αν ο Δήμος ή η Περιφέρεια δεν διαθέτουν συνεργεία
5. Οι δαπάνες αφαίρεσης, αποκατάστασης του χώρου και κάθε άλλη δαπάνη που θα απαιτηθεί, καταλογίζονται σε βάρος των υπαιτίων με απόφαση του Δημάρχου ή του Γ.Γ. Περιφέρειας αντίστοιχα.
6. Κατά της απόφασης αφαίρεσης (παρ.1) επιτρέπεται η προσφυγή μέσα σε 15 μέρες από την κοινοποίησή της ενώπιον του διοικητικού εφετείου, η οποία επιδίδεται στο δήμο ή στην Περιφέρεια με φροντίδα του ενδιαφερομένου μέσα στην ίδια προθεσμία. Η άσκηση προσφυγής δεν αναστέλλει την εκτέλεση της απόφασης.
7. Η προσφυγή συζητείται υποχρεωτικά μέσα σε ένα μήνα.
8. Πλαίσια και διαφημίσεις που
 - τοποθετήθηκαν σε κοινόχρηστους χώρους που δεν καθορίστηκαν για το σκοπό αυτό, ή
 - δεν αναγράφουν τα στοιχεία που προβλέπονται στο άρθρο 4θεωρούνται ρύποι και απομακρύνονται άμεσα χωρίς προηγούμενη έκδοση σχετικής απόφασης από τον κατά περίπτωση αρμόδιο.

Κεφάλαιο Β'

Άρθρο 10. Στις παρ. 1,2 και 3 καθορίζονται οι ποινικές κυρώσεις που επιβάλλονται στους παραβάτες των προηγούμενων διατάξεων, ανάλογα με την περίπτωση ενώ κατά την παρ.

4. Τιμωρούνται ως αυτουργοί ανεξάρτητα από την τυχόν ποινική ευθύνη άλλου φυσικού προσώπου, οι πρόεδροι Δ.Σ. οι εντεταλμένοι ή διευθύνοντες σύμβουλοι Α.Ε., οι διαχειριστές ΕΠΕ, καθώς και τα πρόσωπα που ασκούν διοίκηση ή διαχείριση άλλων νομικών προσώπων δημοσίου ή ιδιωτικού δικαίου, δημοτικών και κοινοτικών νομικών προσώπων καθώς και δημοτικών επιχειρήσεων, που αναθέτουν διαφημιστικές πράξεις κατά παράβαση των διατάξεων.

Άρθρο 11. Μεταβατικές διατάξεις.

Ορίζονται προθεσμίες για την αποκατάσταση των μέχρι τη δημοσίευση του νόμου αυτού, παραβάσεων και παραλείψεων.

Κεφάλαιο Β'

Άρθρο 15. ορίζονται οι Καταργούμενες Διατάξεις μετά τη δημοσίευση του παρόντος νόμου , καθώς και μετά την έκδοση σχετικών ρυθμιστικών αποφάσεων.

Καταργούνται οι διατάξεις των άρθρων από 1 έως 9 του Ν. 1491/1984 πλήν των άρθρων 3 και 4 που παραμένουν σε ισχύ, και τα οποία περιγράφονται παρακάτω:

3. Ν.1491/1984 «Μέτρα για τη διευκόλυνση της διακίνησης ιδεών, τον τρόπο διενέργειας της εμπορικής διαφήμισης, την ενίσχυση της αποκέντρωσης και άλλες διατάξεις»

Άρθρο 3. Προβολή πολιτικών και άλλων μηνυμάτων.

1. Με αποφάσεις των κατά περίπτωση αρμοδίων φορέων όπως εκδίδονται βάσει των σχετικών ισχυουσών διατάξεων, καθορίζονται οι δημόσιοι και κοινόχρηστοι χώροι που θα χρησιμοποιούν τα πολιτικά κόμματα, οι μαθητικές, οι φοιτητικές, συνδικαλιστικές και συνεταιριστικές οργανώσεις, οι ενώσεις προσώπων που δεν επιδιώκουν κερδοσκοπικούς σκοπούς και τα σωματεία για την προβολή με οποιονδήποτε τρόπο ιδεών, προσώπων ή πραγμάτων, με επικόλληση εντύπων ή χειρογράφων κάθε μορφής, ανάρτηση, αναγραφή ή προβολή διαφημίσεων, συνθημάτων, ονομάτων, συμβόλων, παραστάσεων ή προσκλήσεων.
2. Αυτές οι πράξεις προβολής γίνονται από τους από τους προαναφερόμενους φορείς μόνο στους επιτρεπόμενους χώρους και μόνο μέσα σε μόνιμα και σταθερά ή προσωρινά και κινητά πλαίσια, όπως αυτά προβλέπονται στις σχετικές διατάξεις.
3. Η διάθεση των χώρων γίνεται αναλογικά, επί ίσοις όροις, δεν απαιτείται άδεια για τη ρήση τους και δεν καταβάλλεται τέλος.
4. Κατ' εξαίρεση των απαγορευτικών διατάξεων επιτρέπεται η επικόλληση εντύπων από αυτούς τους φορείς, σε μόνιμα πλαίσια στους στύλους των οργανισμών κοινής ωφέλειας και των ΟΤΑ. Για τις περιπτώσεις αυτές απαιτείται η σχετική άδεια χωρίς να καταβάλλεται τέλος. Για την άδεια αυτή απαιτείται η γνώμη των οικείων οργανισμών.

Άρθρο 4. Προεκλογική περίοδος

1. Κατά την προεκλογική περίοδο βουλευτικών, δημοτικών, ευρωεκλογών ή δημοψηφίσματος, τα δημοτικά συμβούλια υποχρεούνται 30 μέρες πριν από την ημερομηνία διεξαγωγής των δημοτικών εκλογών και 4 ημέρες από την προκήρυξη των βουλευτικών κλπ να διαθέσουν με απόφασή τους στα πολιτικά κόμματα και τους συνδυασμούς υποψηφίων για την προεκλογική προβολή τους, όλους τους κοινόχρηστους και δημοτικούς χώρους που έχουν καθορισθεί για την προβολή διαφημίσεων. Αναστέλλεται για την περίοδο αυτή η ισχύς των μισθώσεων. Μέσα σε οκτώ μέρες μετά τις εκλογές οι χρήστες υποχρεούνται να αποκαταστήσουν τα πράγματα με δικές τους δαπάνες.
2. Αν οι χώροι δε διατεθούν με απόφαση στην προβλεπόμενη προθεσμία, αυτό γίνεται με απόφαση νομάρχη.
3. Η διάθεση των χώρων γίνεται αναλογικά και επί ίσοις όροις.

4. Απόφαση 38110/2002

Καθορισμός όρων, προϋποθέσεων, ανάρτησης πανώ σε προσόψεις κτιρίων, καθώς και προδιαγραφών και διαδικασίας τοποθέτησης επιγραφών σε κτίρια και κοινόχρηστους χώρους, κατά τις διατάξεις του Ν.2946/2001

Κοινή Υπουργική απόφαση των Υπουργών

- Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης
- Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων
- Πολιτισμού

Εκδόθηκε βάσει του άρθρου 2 παρ. 3 και 6 του Ν. 2946/01 για τη ρύθμιση των εξής:

Άρθρο 1. Όροι και προϋποθέσεις για την κατ' εξαίρεση ανάρτηση πανώ σε προσόψεις κτιρίων.

1. Για την προβολή καλλιτεχνικών, πολιτιστικών και κοινωνικών εκδηλώσεων είναι δυνατή η ανάρτηση πανώ στις προσόψεις κτιρίων στα οποία πραγματοποιούνται οι εκδηλώσεις αυτές καθώς και σε κτίρια με αμιγή χρήση που ανήκουν στους φορείς που τις διοργανώνουν, με τις εξής προδιαγραφές:
 - α. Τοποθετούνται παράλληλα στις όψεις του κτιρίου. Έχουν συνολική επιφάνεια έως 20% της αντίστοιχης όψης.
 - β. Δεν επιτρέπεται να καλύπτουν τα παράθυρα και τα διαφανή τμήματα των υαλοστασίων που είναι απαραίτητα για τον απαιτούμενο φυσικό φωτισμό.
 - γ. Να βρίσκονται σε απόσταση τουλάχιστον 0.50 από τη νοητή κατακόρυφο του άκρου του κρασπέδου του πεζοδρομίου και σε ύψος τουλάχιστον 5,00μ.
 - δ. Να μην υπερβαίνουν το μέγιστο ύψος του κτιρίου.
 - ε. Τοποθετούνται σε θέσεις που προβλέπονται από αρχιτεκτονική μελέτη και μετά από έγκρισή της ΕΠΑΕ.
2. Επιτρέπεται η αναγραφή της επωνυμίας του χορηγού (ων) της εκδήλωσης με στοιχεία όχι μεγαλύτερα των άλλων λέξεων.
3. Τοποθετούνται το νωρίτερο ένα μήνα πριν την εκδήλωση και αφαιρούνται μέσα σε 2 εργάσιμες μέρες από τη λήξη τους με ευθύνη του οργανωτή φορέα.
4. Απαιτείται άδεια ΟΤΑ (ατελώς) μετά από έγκριση της ΕΠΑΕ και έλεγχο τήρησης των ανωτέρω προδιαγραφών από τον ΟΤΑ.
5. Απαγορεύεται ανάρτηση πανώ σε αρχαιολογικούς χώρους, ιστορικούς τόπους. Επιτρέπεται πλησίον αρχαίου ή νεότερου μνημείου με άδεια από την αρμόδια Υπηρεσία του Υπουργείου Πολιτισμού μετά από τη γνώμη του Συμβουλίου.
6. Για τους παραβάτες εφαρμόζονται οι κυρώσεις που προβλέπονται από το Ν.2946/01.

Άρθρο 2. Προϋποθέσεις, προδιαγραφές και διαδικασία τοποθέτησης των επιγραφών σε κτίρια και κοινόχρηστους χώρους.

1. Οι επιγραφές καταστημάτων, γραφείων, κατοικιών που είναι σχετικές με εργασίες που εκτελούνται στους χώρους αυτούς τοποθετούνται παράλληλα με τις όψεις του κτιρίου.
2. Η τοποθέτηση επιτρέπεται μόνο στο ισόγειο του κτιρίου (με την επιφύλαξη της παρ. 5)
3. Είτε η αρχιτεκτονική μελέτη, που εγκρίνεται με έκδοση οικοδομικής άδειας, προβλέπει θέσεις για την τοποθέτηση επιγραφών στο ισόγειο, είτε σε κάθε άλλη περίπτωση, η τοποθέτηση επιγραφών επιτρέπεται μόνο με τις εξής προϋποθέσεις:
 - Μέγιστο συνολικό ύψος επιγραφής 0,70μ.
 - Μπορούν να προεξέχουν από την όψη μέχρι 0,20μ.
 - Αν υπάρχει εμφανής κάρναβος στην όψη, αυτές τοποθετούνται μεταξύ των υποστυλωμάτων χωρίς να τα επικαλύπτουν.
 - Σε καμιά περίπτωση δεν πρέπει να καλύπτονται τα παράθυρα και τα διαφανή τμήματα των υαλοστασίων.
4. Εάν στην εγκεκριμένη με οικοδομική άδεια, αρχιτεκτονική μελέτη, προβλέπονται θέσεις επιγραφών στο ισόγειο, η τοποθέτηση επιγραφών επιτρέπεται μόνο στις θέσεις αυτές.
5. Σε κτίρια με ενιαία χρήση, επιτρέπεται κατ' εξαίρεση η τοποθέτηση μιας μόνο επιγραφής πάνω από το ισόγειο (και αυτή παράλληλα) που υπόκειται στους ίδιους πιο πάνω περιορισμούς. Μπορεί όμως να αποτελείται από ανεξάρτητα στοιχεία με διαστάσεις 0,70 X 0,70 (max.) που μπορεί να διατάσσονται και καθέτως σε μια στήλη μέγιστου πλάτους ενός στοιχείου (μέχρι 0,70). Εάν από την εγκεκριμένη με οικοδομική άδεια μελέτη προβλέπεται θέση τοποθέτησης επιγραφής πάνω από το ισόγειο, η τοποθέτηση επιτρέπεται μόνο σ' αυτή τη θέση.
6. Κατ' εξαίρεση: Επιγραφές φαρμακείων, κλινικών, νοσοκομείων επιτρέπεται να είναι κάθετες προς την όψη με διαστάσεις το πολύ: 0,70X0,70X0,26 και να μην απέχουν από την όψη περισσότερο των 0,30μ. Ελάχιστη απόσταση του κάτω μέρους των επιγραφών 3,00μ. Από τη στάθμη του πεζοδρομίου και η εξωτερική πλευρά τους τουλάχιστον 0,50μ. Από την κατακόρυφο του κρασπέδου του πεζοδρομίου.
7. Απαγορεύεται τοποθέτηση επιγραφών σε στηθαία, κιγκλιδώματα εξωστών και στις λειτουργικές προεξοχές (έρκερ).
8. Δεν επιτρέπεται η τοποθέτηση φωτεινών επιγραφών στους χώρους που αναφέρονται στην παρ.1 του άρθρου 2 του Ν.2946/01(αρχαιολογικοί χώροι κλπ.)
9. Ορίζονται περιορισμοί για το είδος των φωτεινών επιγραφών: ανώτατη ένταση 250 κηρία, όχι μέσα δημιουργίας οπτικών εντυπωσιασμών, όπως τρεμολαμπυρίσματα, χρωματικές εναλλαγές κλπ.
10. Οι επιγραφές που βρίσκονται σε απόσταση μικρότερη των 30 μέτρων από δασική έκταση πρέπει να χρησιμοποιούνται υλικά με πυραντοχή τουλάχιστον 240 λεπτών.

11. Επιτρέπονται οι ενημερωτικές επιγραφές επί τοίχου στις εισόδους κτιρίων ή στην αυλόθυρα με διαστάσεις μέγιστες 0,20Χ0,30 μ. (ιδιότητα ενοίκων).
12. Επιγραφές πρατηρίων καυσίμων – ισχύουν προδιαγραφές άλλων διατάξεων.
13. Σε αρχαιολογικούς χώρους απαγορεύεται η τοποθέτηση ισχύουν όσα και για τα πανώ.
14. Για τους παραβάτες εφαρμόζονται κυρώσεις.

4. Απόφαση 52138/2003

Καθορισμός όρων, προϋποθέσεων, προδιαγραφών και διαδικασίας τοποθέτησης ειδικά διαμορφωμένων πλασιών, για την προβολή υπαίθριας εμπορικής διαφήμισης, κατά τις διατάξεις του Ν.2946/2001

Κοινή Υπουργική απόφαση των Υπουργών

- Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης
- Ανάπτυξης
- Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων
- Πολιτισμού

Εκδόθηκε βάσει του άρθρου 3 παρ. 8 του Ν. 2946/01 για τη ρύθμιση των εξής:

Άρθρο 1. Χώροι στους οποίους απαγορεύεται η προβολή υπαίθριας διαφήμισης

- Σε αρχαιολογικούς χώρους, ιστορικούς τόπους και στις ζώνες προστασίας γύρω από αυτούς, σε παραδοσιακούς οικισμούς, στον περιβάλλοντα χώρο τους, καθώς και σε τόπους ιδιαίτερου φυσικού κάλλους.
- Σε μνημεία, στον περιβάλλοντα χώρο και στις ζώνες προστασίας τους και σε παραδοσιακά κτίρια.
- Σε κτίρια στα οποία στεγάζονται δημόσιες υπηρεσίες ΟΤΑ και άλλων ΝΠΔΔ.
- Σε κοιμητήρια, κτίρια ιερών ναών κάθε θρησκείας και δόγματος και στον περιβάλλοντα χώρο τους.
- Σε επιφάνειες τεχνικών έργων φορέων του δημόσιου τομέα (όπως καθορίζονται και στις προαναφερθείσες διατάξεις).
- Σε στοές κτιρίων.
- Σε πινακίδες δημόσιας πληροφόρησης, σε πινακίδες οδικής σήμανσης και στους φωτεινούς σηματοδότες.

Άρθρο 2. Χώροι στους οποίους επιτρέπεται η προβολή υπαίθριας διαφήμισης

- Μόνο μέσα σε ειδικά διαμορφωμένα πλαίσια (διαφημιστικά πλαίσια), που τοποθετούνται στούς χώρους που έχουν καθοριστεί για την προβολή υπαίθριας διαφήμισης, σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.2946/01.
- Η τοποθέτηση και οι προδιαγραφές κατασκευής τους, διέπονται από όσα ορίζονται στο Ν.2946/01 καθώς και από τους όρους και τις προϋποθέσεις που καθορίζονται με τα επόμενα άρθρα της παρούσας απόφασης

Άρθρο 3. Καθορισμός των προδιαγραφών κατασκευής των διαφημιστικών πλασιών, για την προβολή υπαίθριας διαφήμισης, και γενικοί όροι τοποθέτησής τους.

1. Τα διαφημιστικά πλαίσια αποτελούνται από ωφέλιμη επιφάνεια και σκελετό (κορνίζα) που συγκρατεί την επιφάνεια αυτή. Επιτρεπόμενες διαστάσεις της ωφέλιμης επιφάνειας: πολλαπλάσιες του παραλληλόγραμμου 0,70μ.Χ1,05μ. (μονάδα) και μέχρι 32 μονάδες συνολικά ανάλογα με τη θέση που τοποθετείται το πλαίσιο. Όταν τοποθετούνται σε σειρές, ο αριθμός των μονάδων κάθε σειράς

πρέπει να είναι ίσος. Μέγιστο πλάτος του σκελετού (κορνίζας) μέχρι 0,20μ. Το κάτω μέρος του πλαισίου πρέπει να απέχει από το έδαφος το πολύ 0,20μ.(εκτός των τύπου «ΠΙΖΑ» και «ΡΑΚΕΤΑ».

2. Επιτρεπόμενα υλικά κατασκευής: είτε γαλβανισμένα χαλυβδοελάσματα, είτε προφίλ αλουμινίου ή άλλο ανθεκτικό υλικό, καθώς επίσης και συνδυασμό αυτών.
Εσωτερικά πρέπει να φέρουν ενίσχυση, ώστε να εξασφαλίζεται η απόλυτη σταθερότητα σε πλευρικές ανεμοπιέσεις και το αμετάθετο της κατασκευής.
3. Η Βαφή: να εξασφαλίζεται η διάρκεια και η σταθερότητά της
4. Η στήριξη: α) των σταθερών πλαισίων στο έδαφος: με εγκιβωτισμό των κατακόρυφων στοιχείων σε βάση από σκυρόδεμα κάτω από την επιφάνεια του εδάφους για την εξασφάλιση σταθερής πάκτωσης. β) των κινητών πλαισίων επιτρέπεται να γίνεται με τοποθέτηση νεκρών φορτίων στη βάση τους.
Σε κάθε περίπτωση απαγορεύεται η τοποθέτηση αντηρίδων.
5. Για κάθε πλαίσιο, πρέπει να υποβάλλεται στο Δήμο υπεύθυνη δήλωση πολιτικού μηχανικού με την οποία πιστοποιείται η στατική επάρκεια του πλαισίου.
6. Φωτεινά ή φωτιζόμενα πλαίσια: η ηλεκτρολογική εγκατάσταση πρέπει να φέρει όλα τα στοιχεία που απαιτούνται για την ασφαλή λειτουργία της. (ασφάλειες, αντιηλεκτροπληξιακοί αυτόματοι διακόπτες, γειώσεις κλπ).
7. Στα ανωτέρω πλαίσια, η ένταση του φωτισμού δεν επιτρέπεται να υπερβαίνει κατά περισσότερο από 250 κηρία την ανώτατη ένταση φωτός που υπάρχει στο δημόσιο χώρο, στον οποίο βρίσκονται. Ο φωτισμός δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιεί μέσα δημιουργίας οπτικών εντυπωσιασμών. Για την ηλεκτροδότησή τους, υποβάλλονται στη ΔΕΗ υπεύθυνες δηλώσεις αδειούχου εγκαταστάτη, υπογεγραμμένες από διπλωματούχο ηλεκτρολόγο ή μηχανολόγο μηχανικό.
8. Στα πλαίσια που βρίσκονται σε απόσταση μικρότερη των 30μ. από δασικές εκτάσεις ή εκτάσεις με πλούσια βλάστηση, δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιηθούν υλικά με πυραντοχή μικρότερη των 240 λεπτών.
Διαφημιστικά πλαίσια τύπου:
 9. «ΠΙΖΑ» Φέρουν έως δύο ισομεγέθεις επίπεδες επιφάνειες, τοποθετημένες αντικριστά σε κατακόρυφο στύλο. Μέγιστες διαστάσεις ωφέλιμης επιφάνειας: κατακόρυφη 2,0μ., οριζόντια 3,0μ. Απόσταση της κορνίζας από το έδαφος 2,5μ. τουλάχιστον. Ανώτατο ύψος 5,0μ. από το γύρω έδαφος.
 10. «ΡΑΚΕΤΑ» Φέρουν έως δύο ισομεγέθεις επίπεδες ωφέλιμες επιφάνειες, τοποθετημένες αντικριστά σε κατακόρυφο στύλο. Μέγιστες διαστάσεις ωφέλιμης επιφάνειας: κατακόρυφη 2,0μ., οριζόντια 1,30μ. Απόσταση της κορνίζας από το έδαφος 2,5μ. τουλάχιστον. Ανώτατο ύψος 5,0μ. από το γύρω έδαφος.
 11. «ΠΥΡΓΟΣ» Είναι κυλινδρικά ή τριγωνικά. Φέρουν έως τρεις ισομεγέθεις ωφέλιμες επιφάνειες. Μέγιστη διατομή 1,20τ.μ. Μέγιστο ύψος 3,60μ. Απόσταση της κορνίζας από το έδαφος το πολύ 0,15μ.
Απαγορεύεται η τοποθέτηση διαφημιστικών πλαισίων σε:

12. οδόστρωμα, διαχωριστικές νησίδες, νησίδες ασφαλείας και οδόστρωμα των οδών
παρόδιας εξυπηρέτησης, ελεύθερη όδευση πεζών οδηγό τυφλών και κεκλιμένα επίπεδα (ράμπες και σκάφες) ακόμη και όταν αυτά δεν έχουν διαμορφωθεί.
13. μπροστά από καταστήματα, εμπορικές επιτυχίες και κατοικίες, όταν επηρεάζεται ο
φωτισμός τους, η θέα τους ή η πρόσβαση σε αυτά.
14. σε σημεία που προκαλούν ενόχληση στους χρήστες των κοινοχρήστων χώρων και
τους ενοίκους των παρακείμενων κτιρίων, με δονήσεις θορύβους ή έντονο φωτισμό.
15. Τα διαφημιστικά πλαίσια στα πεζοδρόμια, τοποθετούνται υποχρεωτικά σε ακτίνα
τουλάχιστον 100μ. από άλλο διαφημιστικό πλαίσιο.
16. Τα διαφημιστικά πλαίσια σε γήπεδα εκτός σχεδίου, τοποθετούνται υποχρεωτικά σε
σε ακτίνα τουλάχιστον 1.000μ. από άλλο διαφημιστικό πλαίσιο.
17. Η διαφήμιση επικολλάται ή απεικονίζεται στην επιφάνεια των πλαισίων-στοιχείων.
Διαφημίσεις που εξέχουν από την επιφάνεια αυτή καθ' οιονδήποτε τρόπο ή είναι
ανάγλυφες, απαγορεύονται.
18. Τυχόν ειδικές διατάξεις που επιβάλλουν επιπλέον προϋποθέσεις, περιοριστικούς
όρους και προδιαγραφές, κατισχύουν.

Άρθρο 4. Επιτρεπόμενοι τύποι και μεγέθη διαφημιστικών πλαισίων ανάλογα με τη θέση τοποθέτησής τους.

1. ΚΟΙΝΟΧΡΗΣΤΟΙ ΧΩΡΟΙ:

A. Πεζοδρόμια

Στα πεζοδρόμια επιτρέπεται η τοποθέτηση διαφημιστικών πλαισίων τύπου «ΡΑΚΕΤΑ», με τις παρακάτω προϋποθέσεις:

- Η νοητή κατακόρυφος της κορνίζας τους να απέχει από το κράσπεδο του πεζοδρομίου τουλάχιστον 1,00μ.
- Η κορνίζα πρέπει να απέχει από τη ρυμοτομική γραμμή τουλάχιστον 2,50μ.
- Να τηρούνται οι εκάστοτε ισχύουσες διατάξεις για την εξυπηρέτηση ατόμων με ειδικές ανάγκες.
- Να απέχουν εκατέρωθεν και καθ' ύψος τυχόν φωτεινού σηματοδότη ρύθμισης κυκλοφορίας, τουλάχιστον 20μ.
- Δεν επιτρέπεται να είναι φωτεινά.

B. Πλατείες

Στις πλατείες επιτρέπεται μόνο η τοποθέτηση διαφημιστικών πλαισίων τύπου «ΠΥΡΓΟΣ». Αυτά επιτρέπεται να είναι φωτεινά ή φωτιζόμενα, εφόσον έχει επιτραπεί αυτό για τη συγκεκριμένη θέση, με την απόφαση καθορισμού χώρων για υπαίθρια διαφήμιση.

Γ. Λοιποί κοινόχρηστοι χώροι

Σε πάρκα, άλση, δασικές εκτάσεις, στον αιγιαλό και την παραλία και γενικά σε κάθε άλλο

κοινόχρηστο χώρο, απαγορεύεται η τοποθέτηση διαφημιστικών πλαισίων, τόσο μέσα στους κοινόχρηστους αυτούς χώρους, όσο και στο μήκος των ορίων τους.

Προκειμένου

για κατοικημένες περιοχές, η απαγόρευση τοποθέτησης διαφημιστικών πλαισίων κατά μήκος του ορίου, καταλαμβάνει σε κάθε περίπτωση όλη την έκταση του πλησιεστέρου προς το όριο αυτό πεζοδρομίου της οδού.

Δ. Στέγαστρα στάσεων

Στα στέγαστρα αφετηριών και στάσεων αστικών και υπεραστικών συγκοινωνιών, επιτρέπεται η τοποθέτηση ενός διαφημιστικού πλαισίου μεγίστων διαστάσεων: οριζόντια 1,40μ., κατακόρυφη 2,00μ.

Επιτρέπεται στα πλαίσια αυτά η διαφήμιση με εναλλασσόμενα μηνύματα συχνότητας όχι

μικρότερης του ενός μηνύματος ανά 10 λεπτά. Επιτρέπεται να είναι φωτεινά.

Ε. Περίπτερα

Επιτρέπεται η τοποθέτηση διαφημίσεων ,φωτεινών ή μη, σε πλαίσιο ύψους 0,40μ.

από τη

βάση της στέγης του περιπτέρου. Να μη προεξέχει πέραν των διαστάσεων της βάσης του

περιπτέρου που επιτρέπονται. Απαγορεύεται διαφήμιση στο κινητό προστέγασμα (τέντα).

2. ΙΔΙΩΤΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ:

A. Περιφράξεις οικοπέδων

- Οι διαστάσεις της ωφέλιμης επιφάνειας των διαφημιστικών πλαισίων που τοποθετούνται επί των περιφράξεων των οικοπέδων, είναι ακέραια πολλαπλάσια της μονάδας 0,70μΧ1,05μ, με μέγιστο όριο τις 32 μονάδες συνολικά, μέγιστο μήκος τα 11,20μ (16Χ0,70μ) και μέγιστο ύψος 2,10μ (2Χ1,05μ)
- Τοποθετούνται υποχρεωτικά κατά μήκος της οικοδομικής γραμμής (με τήρηση των υποχρεωτικών στοών και πρασιών), παράλληλα και ευθύγραμμα με αυτήν και όχι σε τεθλασμένες γραμμές.
- Δεν επιτρέπεται να είναι φωτεινά ή φωτιζόμενα.

B. Γήπεδα εκτός σχεδίου

- Σε γήπεδα εκτός σχεδίου επιτρέπεται η τοποθέτηση διαφημιστικών πλαισίων τύπου «ΠΙΖΑ» ύστερα από άδεια που χορηγείται σύμφωνα με τη διαδικασία του Ν.2946/01 με παράλληλη τήρηση των διατάξεων του άρθρου 11 του Ν. 2696/99.
- Τα διαφημιστικά πλαίσια απέχουν μεταξύ τους απόσταση τουλάχιστον 1.000μ.
- Δεν επιτρέπεται να είναι φωτεινά ή φωτιζόμενα.

Γ. Ακάλυπτες μεσοτοιχίες και τυφλές όψεις κτιρίων

Επιτρέπονται μόνο εικαστικές παρεμβάσεις μη εμπορικού χαρακτήρα, που χρηματοδοτούνται από χορηγίες. Ο χορηγός, επιτρέπεται να εμφανίζει την επωνυμία ή το λογότυπό του, σε επιφάνεια όχι μεγαλύτερη από το 2,5% της συνολικής επιφάνειας της εικαστικής παρέμβασης. Η πράξη αυτή αποτελεί διαφήμιση και υπόκειται σε τέλος διαφήμισης.

Άρθρο 5. Διαφημιστικά πλαίσια σε χώρους σιδηροδρομικών, λιμενικών και αεροπορικών σταθμών και σε στάδια.

Οι διαφημίσεις στους χώρους αυτούς τοποθετούνται υποχρεωτικά σε πλαίσια και εφαρμόζονται οι διατάξεις του άρθρου 3 της παρούσας.

Οι διαστάσεις της ωφέλιμης επιφάνειας των πλαισίων που τοποθετούνται, είναι ακέραια πολλαπλάσια της μονάδας 0,70μΧ1,05μ, με μέγιστο όριο τις 32 μονάδες συνολικά, μέγιστο μήκος τα 11,20μ (16Χ0,70μ) και μέγιστο ύψος 2,10μ (2Χ1,05μ). Ειδικότερες προδιαγραφές των πλαισίων και οι λοιποί όροι και προϋποθέσεις, καθορίζονται από τον φορέα στον οποίο ανήκει η εκμετάλλευση των ανωτέρω χώρων.

Άρθρο 6. Εξουσιοδοτική διάταξη

Με απόφαση του Δημοτικού ή του Κοινοτικού Συμβουλίου μπορεί να καθορίζονται ειδικότερες προδιαγραφές κατασκευής και ειδικότεροι όροι και προϋποθέσεις τοποθέτησης διαφημιστικών πλαισίων, επί πλέον των όσων καθορίζονται με την απόφαση αυτή, σύμφωνα με τις τοπικές ιδιαιτερότητες.

Με τις αποφάσεις αυτές δεν επιτρέπεται να αυξάνονται οι μέγιστες διαστάσεις των πλαισίων, όπως καθορίζονται με την όπως καθορίζονται με τα προηγούμενα άρθρα, παρούσα απόφαση, ούτε να τροποποιούνται οι όροι και οι προϋποθέσεις τοποθέτησης με τρόπο δυσμενέστερο για το περιβάλλον.

4. Απόφαση 6636/2004

Ανάρτηση διαφημίσεων επί των καλυμμάτων ικριωμάτων σε κτίρια των οποίων οι όψεις ανακαινίζονται κατ' εφαρμογή προγράμματος αποκατάστασης.

Κοινή Υπουργική απόφαση των Υπουργών

- Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης
- Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων

1. Επιτρέπεται ανάρτηση διαφημίσεων επί των καλυμμάτων των ικριωμάτων των οποίων οι όψεις ανακαινίζονται κατ' εφαρμογή προγράμματος αποκατάστασης και συντήρησης των όψεων κατ' εξαίρεση του Ν. 2833/00 (*θέματα προετοιμασίας των Ολυμπιακών*

αγώνων) και του Ν.2946/01 με τους παρακάτω όρους και προϋποθέσεις:

- Το δικαίωμα ανάρτησης ανήκει στον φορέα υλοποίησης προγράμματος αποκατάστασης
- Το δικαίωμα ανάρτησης μπορεί να παραχωρείται από τον δικαιούχο προς τρίτο, μετά από διαγωνισμό, έναντι ανταλλάγματος το οποίο χρησιμοποιείται αποκλειστικά για την κάλυψη δαπανών αποκατάστασης κτιρίων που εντάσσονται σε πρόγραμμα του ίδιου φορέα.
- Στις περιπτώσεις κτιρίων που βρίσκονται σε πλατείες, το δικαίωμα ανάρτησης μπορεί να παραχωρείται σε τρίτο προς ίδια προβολή εφόσον αναλαμβάνει ο ίδιος την ανακαίνιση των όψεων των κτιρίων επί της πλατείας.
- Η ανάρτηση διαρκεί για όσο χρονικό διάστημα εκτελούνται οι εργασίες ανακαίνισης, αλλά δεν μπορεί να υπερβαίνει το ένα έτος.
- Η επιφάνεια διαφήμισης καταλαμβάνει έκταση μικρότερη του 30% του καλύμματος των ικριωμάτων.

7. Απόφαση 61818/2004

Καθορισμός ειδικότερων όρων, υπό τους οποίους επιτρέπεται η τοποθέτηση διαφημίσεων σε κατάλληλα διαμορφωμένους δημοτικούς χώρους και σε στάσεις αναμονής επιβατών, κατά τις διατάξεις του Ν.2946/2001

Κοινή Υπουργική απόφαση των Υπουργών

- Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης
- Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων
- Πολιτισμού

Άρθρο 1. Ορίζεται ότι υπαίθριες διαφημίσεις της παρ. 4^α του άρθρου 83 του Ν.3057/2002 σε κατάλληλα διαμορφωμένους δημοτικούς χώρους, σε στάσεις αναμονής επιβατών και σε περίπτερα, τοποθετούνται σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.2946/2001 και της απόφασης 52138/03. και ότι:

- Επιτρέπεται η διαφήμιση και στις δύο όψεις του διαφημιστικού πλαισίου που τοποθετείται στα στέγαστρα αφετηριών και στάσεων.

Προκειμένου, σύμφωνα και ωμe όλα τα παραπάνω να κατηγοριοποιήσουμε, κατά το δυνατόν περιληπτικά τα είδη των διαφημίσεων και των επιγραφών ανάλογα με τον τόπο και τον τρόπο που τοποθετούνται, υπενθυμίζουμε παρακάτω τους τύπους των ειδικά διαμορφωμένων πλαισίων, στα οποία επιτρέπονται οι υπαίθριες διαφημίσεις.

ΣΤΑΘΕΡΑ

«ΠΙΖΑ» Φέρουν έως δύο ισομεγέθεις επίπεδες επιφάνειες, τοποθετημένες αντικριστά σε κατακόρυφο στύλο. Μέγιστες διαστάσεις ωφέλιμης επιφάνειας: κατακόρυφη 2,0μ., οριζόντια 3,0μ. Απόσταση της κορνίζας από το έδαφος 2,5μ. τουλάχιστον. Ανώτατο ύψος 5,0μ. από το γύρω έδαφος.

«ΡΑΚΕΤΑ» Φέρουν έως δύο ισομεγέθεις επίπεδες ωφέλιμες επιφάνειες, τοποθετημένες αντικριστά σε κατακόρυφο στύλο. Μέγιστες διαστάσεις ωφέλιμης επιφάνειας: κατακόρυφη 2,0μ., οριζόντια 1,30μ. Απόσταση της κορνίζας από το έδαφος 2,5μ. τουλάχιστον. Ανώτατο ύψος 5,0μ. από το γύρω έδαφος.

«ΠΥΡΓΟΣ» Είναι κυλινδρικά ή τριγωνικά. Φέρουν έως τρεις ισομεγέθεις ωφέλιμες επιφάνειες. Μέγιστη διατομή 1,20τ.μ. Μέγιστο ύψος 3,60μ. Απόσταση της κορνίζας από το έδαφος το πολύ 0,15μ.

1. ΚΟΙΝΟΧΡΗΣΤΟΙ ΔΗΜΟΤΙΚΟΙ Ή ΚΟΙΝΟΤΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ

Καθορίζονται θέσεις με απόφαση ΟΤΑ στις οποίες και μόνο επιτρέπεται η διαφήμιση.

α. Πεζοδρόμια: Τύπου «ΡΑΚΕΤΑ», η κορνίζα σε απόσταση 1,00μ. από το κράσπεδο, 2,50μ. από τη ρυμοτομική γραμμή, 20μ. εκατέρωθεν και καθ' ύψος από φωτεινό σηματοδότη, σε απόσταση μεταξύ τους τουλάχιστον 100μ, όχι φωτεινές και να τηρούνται οι διατάξεις για ΑΜΕΑ.

β. Πλατείες: τύπου «ΠΥΡΓΟΣ», επιτρέπεται να είναι φωτεινά, εφόσον σ' αυτή τη θέση επιτρέπεται με την απόφαση καθορισμού θέσεων.

γ. Στέγαστρα στάσεων: διαφημιστικό πλαίσιο με διαστάσεις 1,40μΧ2,00μ. Επιτρέπεται να είναι φωτεινά, ή με εναλλασσόμενα μηνύματα.

δ. Περίπτερα: Πλαίσιο ύψους 0,40μ από τη βάση της στέγης του, φωτεινά ή μη. Απαγορεύεται στο κινητό προστέγασμα (τέντα).

ε. Σε κάθε άλλο κοινόχρηστο χώρο απαγορεύεται η τοποθέτηση διαφημίσεων και διαφημιστικών πλαισίων

2. ΙΔΙΩΤΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ

α. Περιφράξεις οικοπέδων: υποχρεωτικά κατά μήκος της οικοδομικής γραμμής, παράλληλα και ευθύγραμμα, με μέγιστο όριο συνολικά 32 μονάδες διαστάσεων 0.70Χ1.05μ σε μέγιστο μήκος 16 μονάδων (11,20μ) και μέγιστο ύψος 2 μονάδων (2.10μ). Όχι φωτεινά ή φωτιζόμενα.

β. Γήπεδα εκτός σχεδίου: τύπου «ΠΙΖΑ» σε απόσταση μεταξύ τους τουλάχιστον 1.000μ. Όχι φωτεινά ή φωτιζόμενα.

Σε χώρους σιδηροδρομικών, λιμενικών και αεροπορικών σταθμών και σε στάδια.

Οι διαφημίσεις τοποθετούνται υποχρεωτικά σε πλαίσια με διαστάσεις ακέραια πολλαπλάσια της μονάδας 0,70μΧ1,05μ, με μέγιστο όριο τις 32 μονάδες συνολικά, μέγιστο μήκος τα 11,20μ (16Χ0,70μ) και μέγιστο ύψος 2,10μ (2Χ1,05μ). Ειδικότερες προδιαγραφές των πλαισίων και οι λοιποί όροι και προϋποθέσεις, καθορίζονται από τον φορέα στον οποίο ανήκει η εκμετάλλευση των ανωτέρω χώρων

γ. Ακάλυπτες μεσοτοιχίες και τυφλές όψεις: μόνο εικαστικές παρεμβάσεις μη εμπορικού χαρακτήρα, που χρηματοδοτούνται από χορηγίες. Η επωνυμία ή το λογότυπο του χορηγού καλύπτει μέχρι 2,5% της συνολικής επιφάνειας.

ΕΠΙΓΡΑΦΕΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ κλπ. Επιτρέπονται μόνο στο ισόγειο του κτιρίου, με μέγιστο ύψος 0,70μ, μέγιστη προεξοχή από την όψη 0.20μ τοποθετούνται μεταξύ των υποστυλωμάτων όταν υπάρχει εμφανής κάρναβος στην όψη, δεν καλύπτουν τα παράθυρα και τα διαφανή τμήματα των υαλοστασίων, ενώ οι αναγραφές γίνονται στα Ελληνικά, χωρίς να αποκλείεται 2^η αναγραφή σε ξένη γλώσσα.

Επιτρέπεται, μόνο μία επιγραφή πάνω από το ισόγειο, είτε όταν προβλέπεται στην εγκεκριμένη με οικ. Άδεια αρχιτεκτονική μελέτη, είτε όταν στο κτίριο υπάρχει μία ενιαία χρήση. Η επιγραφή αυτή μπορεί να αποτελείται από ανεξάρτητα στοιχεία μέγιστων διαστάσεων 0.70Χ0,70μ, τα οποία μπορούν να τοποθετούνται και κατακόρυφα σε μια στήλη μέγιστου πλάτους 0,70μ.

κατ' εξαίρεση πινακίδες φαρμακείων, κλινικών, νοσοκομείων να τοποθετούνται κάθετα προς την όψη, το πολύ 0,70Χ0,70Χ0,26μ, μέγιστη απόσταση από την όψη 0,30μ, ελάχιστο ύψος από τη στάθμη του πεζοδρομίου 3,00μ και η εξωτερική πλευρά τους 0,50μ από το κράσπεδο.

Απαγορεύεται τοποθέτηση επιγραφών στα στηθαία, κιγκλιδώματα εξωστών και στα έρκερ.

ΚΕΦ. 3 ΤΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ

Μετά από την καταγραφή και την ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης στην πόλη, όσον αφορά στην τοποθέτηση των διαφημιστικών πινακίδων καθώς και των επιγραφών-διαφημίσεων των διαφόρων επαγγελματιών και επιχειρήσεων, η εντύπωση που αποκομίζουμε είναι «χάος» .

Μετά τη συλλογή και «ανάγνωση» της νομοθεσίας που διέπει την διενέργεια και την τοποθέτηση υπαίθριας διαφήμισης, επικεντρώνοντας το ενδιαφέρον μας σε αυτές που τοποθετούνται στο αστικό περιβάλλον, η εντύπωση που μας δημιουργείται είναι «τάξη».

Στο ερώτημα πώς και γιατί η «τάξη» έγινε «χάος», η απάντηση δεν είναι απλή, αλλά είναι σχετικά εύκολη.

Στο ερώτημα πώς το «χάος» θα επανέλθει στην «τάξη», η απάντηση φαίνεται απλή, η εφαρμογή της όμως δεν είναι εύκολη.

Θα αναφερθούμε στην προσπάθεια που έγινε σε δύο μεγάλες πόλεις, υπό διαφορετικές συνθήκες για την κάθε μία, για να παρακολουθήσουμε τις διαδικασίες που ακολουθούνται και την αποτελεσματικότητα των προσπαθειών αυτών.

Πρόκειται για την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη.

1. Στην πόλη των Αθηνών:

Η προσπάθεια-επιχείρηση καθαίρεσης των διαφημιστικών πινακίδων στο ιστορικό κέντρο της πόλης, έγινε στα πλαίσια ενός ευρύτερου προγράμματος αποκατάστασης του ιστορικού κέντρου από την Εταιρεία Ενοποίησης Αρχαιολογικών χώρων (ΕΑΧΑ ΑΕ). Τα στοιχεία που ακολουθούν βασίζονται σε περιγραφή της Νομικής Συμβούλου της ΕΑΧΑ ΑΕ που προΐσταται της νομικής ομάδας.

Με το Ν. 2833/2000 ανατέθηκε στην ΕΑΧΑ η εκτέλεση του εγχειρήματος αυτού και οριοθετήθηκε το αρχικό «τοπικό» πεδίο εφαρμογής των διατάξεων. Περιλήφθηκε το σύνολο του Ιστορικού Κέντρου και περιοχές γύρω από το Καλλιμάρμαρο Στάδιο, τον Κεραμεικό και την Ακαδημία Πλάτωνος. Σε συνέχεια, με τους Ν.2947/01 και 3057/02 το πεδίο εφαρμογής επεκτάθηκε και σε κάποια άλλα τμήματα της πόλης και σε βασικούς οδικούς άξονες (σε βάθος ενός οικοδομικού τετραγώνου. Επιπρόσθετα αναφέρουμε ότι στον Ν. 3057/2002 περιλαμβάνονται βελτιώσεις και αποσαφηνίσεις του ορισμού της υπαίθριας διαφήμισης, ώστε να καταστεί λεπτομερέστετος προκειμένου να καλύψει όλες τις μορφές υπαίθριας διαφήμισης που «..η μεγάλη ευρηματικότητα των διαφημιστών κατά καιρούς επινοεί», προκειμένου να υπερκεράσουν τον αρχικό νόμο.

Διακρίνονται «τρεις συν μία φάσεις» κατά την υλοποίηση του προγράμματος:

1^η φάση: περιλαμβάνει τη διαδικασία που απαιτείται μέχρι την έκδοση απόφασης του ΥΠΕΧΩΔΕ για το χαρακτηρισμό της υπαίθριας διαφήμισης ως αυθαίρετης, δηλαδή:

- Καταγραφή, αυτοψία και φωτογράφιση και κήρυξη από τον αρμόδιο υπάλληλο του ΥΠΕΧΩΔΕ της υπαίθριας διαφήμισης ως αυθαίρετης. Η απόφαση αποστέλλεται στην ΕΑΧΑ ΑΕ, προς το οικείο αστυνομικό τμήμα και προς τον Δήμο Αθηναίων.

Από την ΕΑΧΑ ΑΕ, όπου αυτό επιτρέπεται, γίνεται πλήρης φωτογράφιση και αρχειοθέτηση, δημιουργία καταλόγων κλπ.

2^η φάση: περιλαμβάνει τον εντοπισμό των στοιχείων των υπευθύνων, από τους δικαστικούς επιμελητές. Τονίζεται ιδιαίτερα η δυσχέρεια της προσπάθειας αυτής.

3^η φάση: Η ΕΑΧΑ ΑΕ προβαίνει μέσω εργολαβιών στην καθαίρεση των υπαίθριων διαφημίσεων τις οποίες οι ιδιοκτήτες τους δεν έχουν καθαιρέσει, αφού παρέλθει το προβλεπόμενο δεκαπενθήμερο.

(προφανώς στην προηγούμενη φάση, οι δικαστικοί επιμελητές αφού εντοπίσουν τα στοιχεία του ιδιοκτήτη του επιδίδουν την απόφαση χαρακτηρισμού αυθαίρετου στην οποία τάσσεται δεκαπενθήμερη προθεσμία για την καθαίρεσή της από τον ίδιο. Όταν η προθεσμία παρέλθει άπρακτη, αρχίζει η 3^η φάση). Η περιγραφή που ακολουθεί και αφορά στη διαδικασία καθαίρεσης, παρατίθεται ατόφια από την παρουσίαση συμβούλου της ΕΑΧΑ ΑΕ.

«Η διαδικασία καθαίρεσης, η οποία τελείται με τη συνδρομή της αστυνομικής αρχής, είναι το επικίνδυνο σημείο του όλου εγχειρήματος, καθότι συναντά πληθώρα τεχνικών και όχι μόνο, προβλημάτων, απαιτείται πολλές φορές διακοπή της κυκλοφορίας σε κεντρικές οδούς, λήψη ιδιαίτερων μέτρων ασφαλείας, χρησιμοποίηση πολύ μεγάλων γερανών, αλλά και αντιμετώπιση σφοδρών αντιδράσεων, πιέσεων, απειλών, χειροδικιών, απαγόρευσης εισόδου σε κτίρια και δώματα, συμπλοκών που φθάνουν σε τραυματισμούς, ενίοτε και σοβαρούς, όπως στην πλατεία Συντάγματος όπου κατά την προσπάθεια καθαίρεσης πέταξαν τούβλα από το δώμα του κτιρίου και τραυμάτισαν σοβαρά τον εργολάβο στο κεφάλι».

Σημειώνεται εδώ ότι το ποσοστό της εκούσιας καθαίρεσης, βρίσκεται κάτω του 50% των χαρακτηρισθέντων ως αυθαίρετων.

Η συν μία φάση: «Η περιπέτεια που ακούει στο όνομα δικαστήρια» όπως χαρακτηριστικά ονομάζει τη συνέχεια του εγχειρήματος. Μετά την εξάντληση των πιέσεων αντιδράσεων και των απειλών, οι ενδιαφερόμενοι έκαναν χρήση ένδικων μέσων, ενώπιον όλων των δικαστηρίων, Αστικών και Διοικητικών, από το Συμβούλιο της επικρατείας μέχρι το Ειρηνοδικείο και το Διοικητικό Εφετείο Αθηνών. Μέσα σε δύο χρόνια η ΕΑΧΑ ΑΕ αντιμετώπισε 270 δικαστήρια.

Κατά τη χρονική στιγμή της παρουσίασης, δηλαδή 2 χρόνια από την έναρξη του προγράμματος, κοινοποιήθηκαν 3.500 αποφάσεις και καθαιρέθηκαν 1.800 πινακίδες και επιγραφές.

Είναι σημαντικό να τονίσουμε εδώ ότι: «το όλο εγχείρημα επετεύχθη με ένα νόμο ο οποίος φροντίζει την αισθητική αποκατάσταση της πόλης με την απάλειψη της προσβολής μέσω της άναρχης διαφήμισης. Δίνει όμως και λύση στη διαφημιστική προβολή επιτρέποντας ότι: «...κατ'εξαιρεση, είναι δυνατή η τοποθέτηση, υπεράνω κτιρίων που βρίσκονται εκτός αρχαιολογικών χώρων, φωτεινών υπαίθριων διαφημίσεων οι οποίες προβάλλονται δια ηλεκτρονικών μέσων, σωλήνων νέον, λέιζερ ή άλλων συναφών τεχνολογιών, υποστηρίζονται από κατασκευές οπτικά διαπερατές και καθίστανται ορατές μόνο τις νυκτερινές ώρες. Η τοποθέτηση των διαφημίσεων αυτών γίνεται κατόπιν αδείας του οικείου ΟΤΑ ...».

Από την εταιρεία, η πορεία υλοποίησης του προγράμματος μπορεί να αξιολογηθεί «ως πολύ θετική», συνυπολογίζοντας το γεγονός ότι το «εγχείρημα ξεκίνησε εκ του μηδενός και κυρίως σε περιοχές υψίστου διαφημιστικού ενδιαφέροντος..» «..τείνοντας να ανατρέψει μία παγιωμένη κατάσταση και ουσιαστικά να συγκρουστεί με μία νοοτροπία αλλά και οικονομικά συμφέροντα που είχαν θεωρήσει δεδομένη την εκμετάλλευση, χωρίς κανένα περιορισμό και τη διαφημιστική προβολή σε κάθε ορατό σημείο της Αθήνας, και μάλιστα στο Ιστορικό κέντρο και γύρω από πολύ σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους».

Στην παρουσίαση αυτή επισημαίνεται επίσης ότι η επιβολή προστίμων, η είσπραξη των δαπανών αποξήλωσης και η υποβολή των σχετικών μηνύσεων, «..αφού τα αρμόδια αστυνομικά τμήματα εξασφαλίσουν το κατά τη δήλωσή τους απαιτούμενο προσωπικό» θα βοηθούσε πολύ στο στόχο και ευχή να «..αναπτυχθεί σιγά σιγά η διαφημιστική συνείδηση του πολίτη με την ένταξη της διαφήμισης στη ζωή μας με σωστούς όρους».

Από πληροφορίες που συλλέξαμε για τη συγκεκριμένη περιοχή παρέμβασης της ΕΑΧΑ ΑΕ, το αρχικό αποτέλεσμα διατηρείται ως σήμερα, χωρίς να γνωρίζουμε αν υπήρξαν υποτροπές, σε τι ποσοστό και αν απαιτήθηκαν εκ νέου παρεμβάσεις σε επανατοποθετημένες πινακίδες, ή αν οι ιδιοκτήτες παρά τις αρχικές τους αντιδράσεις, πείσθηκαν από το αποτέλεσμα και παραιτήθηκαν από κάθε προσπάθεια επανατοποθέτησης.

Σε οποιαδήποτε περίπτωση το παράδειγμα μπορεί να θεωρηθεί επιτυχημένο.

2. Στην πόλη της Θεσσαλονίκης

Ο Δήμος της Θεσσαλονίκης, επίσης κάνει προσπάθειες αφαίρεσης των παράνομων διαφημιστικών πινακίδων ακολουθώντας την εκ του νόμου προβλεπόμενη διαδικασία, που περιγράφηκε στην προηγούμενη περίπτωση, δηλαδή αυτοψία, φωτογράφιση, έκθεση αυτοψίας, κλήτευση του ιδιοκτήτη της πινακίδας για εκούσια καθαίρεση και στην περίπτωση μη συμμόρφωσης, έκδοση απόφασης Δημάρχου για την καθαίρεση και απομάκρυνσή της.

Εν συνεχεία αναθέτει σε εργολάβο μετά από δημοπρασία την καθαίρεση και απομάκρυνση των πινακίδων. Σε προηγούμενα έτη έχουν γίνει εργολαβίες γι' αυτό το σκοπό.

Ήδη και τη χρονική αυτή στιγμή υπάρχει σε εξέλιξη μία τέτοια εργολαβία αποξήλωσης.

Η εγκεκριμένη μελέτη προβλέπει αποξήλωση διαφημιστικών πλαισίων συνολικού εμβαδού 1.200τ.μ. και στον ανάδοχο διαβιβάσθηκε κατάλογος συγκεκριμένων διαφημιστικών πινακίδων, για τις οποίες είχαν εκδοθεί οι προαναφερθείσες αποφάσεις καθαίρεσης.

Κατά τις πληροφορίες που μας έδωσε ο επιβλέπων μηχανικός της συγκεκριμένης εργολαβίας, σε κάθε περίπτωση ζητά και έχει την παρουσία της δημοτικής αστυνομίας και δεν αντιμετώπισε ως τώρα ιδιαίτερα προβλήματα κατά την αποξήλωση. Δεν περιέχονται στην εργολαβία αυτή διαφημίσεις σε δώματα κτιρίων. Μέχρι στιγμής σε ελάχιστες περιπτώσεις έγινε από τους ενδιαφερόμενους επανατοποθέτηση στην ίδια θέση, θα καθαιρεθούν όμως με την ίδια απόφαση, με την προϋπόθεση της μη υπέρβασης του εγκεκριμένου προϋπολογισμού του έργου. Μετά το πέρας της εργολαβίας θα γίνει ο καταλογισμός των δαπανών στους ιδιοκτήτες.

Η διαπίστωση που μπορεί να γίνει, για το στάδιο αυτό, είναι ότι καταβάλλεται προσπάθεια από το Δήμο Θεσσαλονίκης, την οποία δεν μπορούμε να κρίνουμε ως επαρκή ή μη εκ του αποτελέσματος, δηλαδή της γενικής επιβαρημένης εικόνας του κέντρου της πόλης, δεδομένου ότι η προσπάθεια του Δήμου γίνεται σε όλη την έκταση των διοικητικών ορίων του και όχι μόνο σε ένα συγκεκριμένο τμήμα του.

ΚΕΦ. 4 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΥΘΑΙΡΕΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

1. Κάποιες σημαντικές παρατηρήσεις

Πριν προχωρήσουμε στη διατύπωση κάποιων προτάσεων ή μέτρων για τον περιορισμό του φαινομένου της παράνομης υπαίθριας διαφήμισης εντοπίζονται κάποια βασικά συμπεράσματα τα οποία εκπορεύονται από όλα όσα σημειώθηκαν στα παραπάνω κεφάλαια και καθορίζουν το πλαίσιο των προτάσεων αυτών :

Όσον αφορά την διαφήμιση :

- στο θέμα των υπαίθριων διαφημιστικών πινακίδων εμπλέκονται κυρίως οι διαφημιστικές εταιρείες οι οποίες, με την ανοχή στις περισσότερες περιπτώσεις των Δήμων, επιδίδονται σε κάθε είδους παραβατική συμπεριφορά όσον αφορά το μέγεθος, τη θέση και το είδος των πλαισίων. Όλα σχεδόν τα σταθερά πλαίσια των διαφόρων τύπων στην Θεσσαλονίκη ανήκουν στις τρεις μεγάλες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο χώρο. Οι υπόλοιπες 75 με 80 εταιρείες που παρέχουν διαφημιστικές υπηρεσίες απευθύνονται στις τρεις αυτές εταιρείες για να εξασφαλίσουν στους πελάτες τους θέσεις προβολής ή αποτελούν θυγατρικές αυτών. Οι επιχειρήσεις αποξήλωσης παράνομων πλαισίων στις οποίες επιδίδονται κατά καιρούς οι διάφοροι δήμοι προκαλούν ιδιαίτερες ζημιές και απώλειες σε αυτές τις εταιρείες καθώς διακυβεύονται ακόμη και τα συμβόλαια με τους πελάτες - διαφημιζόμενους αλλά και το κύρος της εταιρείας στην αγορά εργασίας αν και φαίνεται ότι το κέρδος από τον κύκλο της διαφήμισης είναι τόσο μεγάλο που καλύπτει και αυτές ακόμη τις απώλειες. Μάλιστα σε κάποιες περιπτώσεις, και χωρίς η παρακάτω πληροφορία να μπορεί να διασταυρωθεί καθώς προέρχεται από συζητήσεις που είχαμε με ανθρώπους των εταιρειών, μέσα στην ασυδοσία του μέγιστου κέρδους οι εταιρείες μπορούν να έρθουν σε συμφωνία με τους εργολάβους που αναλαμβάνουν το έργο των αποξήλωσης των παράνομων πινακίδων και από αυτούς να αγοράζουν ξανά με κάποιο ελάχιστο κόστος τα υλικά των πλαισίων που αποξηλώνονται προκειμένου να βγουν αυτά άρτια και να μπορούν να επανατοποθετηθούν.

Οι εταιρείες γνωρίζοντας καλά το παιχνίδι που παίζεται σε βάρος των πολιτών χρόνια τώρα, είναι καλά θωρακισμένες προκειμένου να προστατέψουν τα οικονομικά τους συμφέροντα. Διαθέτουν καλές δημόσιες σχέσεις, γνωρίζουν άριστα την ισχύουσα νομοθεσία και μπορούν να πληρώσουν εξειδικευμένες νομικές υπηρεσίες για την κάλυψη της παραβατικότητας, αξιολογώντας από την εμπειρία τους τις πιθανές αναποδιές χρεώνουν εξ αρχής στον διαφημιζόμενο το τέλος διαφήμισης ή και το πρόστιμο της παράνομα υφιστάμενης διαφήμισης, και φυσικά γνωρίζοντας τους νόμους της ελεύθερης αγοράς μπορούν να ελαχιστοποιούν τις απώλειες εξαγοράζοντας τους «ρύπους».

Από συζητήσεις που είχαμε με υπεύθυνους των εταιρειών αξίζει να σημειώσουμε δύο ακόμη πράγματα: α) το ότι οι εταιρείες γνωρίζουν πολύ καλά το μέγεθος της

παραιομίας που εμφανίζεται στην υπαίθρια διαφήμιση και β) η άποψη τους για την τόσο ακλόνητη και ισχυρή εμφάνιση του φαινομένου αυτού, οφείλεται στο ότι τόσο οι ιδιοκτήτες των ιδιωτικών οικοπέδων και κτιρίων όσο και οι δήμοι (για την διαφήμιση που τοποθετείται στους κοινόχρηστους χώρους) διεκδικούν για τον εαυτό τους τεράστια ποσά από την πύτα των κερδών της διαφήμισης. Κατά τα λεγόμενά τους Δήμος της πόλης εκπόνησε διαγωνισμό τοποθέτησης 150 πλαισίων τύπου «ρακέτας» σε κοινόχρηστους χώρους συνολικού απαιτούμενου μισθώματος 1.000.000 Ε το χρόνο. Επειδή όμως οι υπεύθυνοι των Δήμων γνωρίζουν το ότι το παραπάνω ποσό ή οποιοδήποτε αντίστοιχο είναι τεράστιο ακόμη και για τις εταιρείες δέχονται σιωπηρά τον πολλαπλασιασμό των πλαισίων που τοποθετούνται τελικά προκειμένου να είναι ελκυστική η επένδυση και για τις εταιρείες. Έτσι στον ίδιο χώρο στον οποίο νομίμως επιτρέπεται να τοποθετηθούν 150 πλαίσια τοποθετούνται τελικά 200.

- Οι ιδιοκτήτες των ιδιωτικών οικοπέδων και κτιρίων που τοποθετούνται τα πλαίσια γνωρίζουν επίσης πολύ καλά το ότι η τοποθέτησή τους είναι παράνομη καθώς τα συμβόλαια με τις εταιρείες γίνονται πάντα παρουσία δικηγόρων εκπροσώπων των ιδιοκτητών. Φαίνεται όμως ότι αφενός το οικονομικό κέρδος είναι πολύ μεγάλο και αφετέρου η παραβατική στάση δεν φαίνεται να κοστίζει τίποτα στους ιδιοκτήτες αφού τα πιθανά πρόστιμα τα χρεώνονται οι διαφημιστικές εταιρείες. Από την άλλη
- Στο αντίπερα στρατόπεδο, οι υπεύθυνοι των Δήμων που κατά την νομοθεσία φέρουν την αρμοδιότητα για τον έλεγχο και την αποξήλωση των παράνομων διαφημιστικών πλαισίων αλλά και η αντίστοιχη υπηρεσία της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας καταγγέλλουν με ιδιαίτερη δριμύτητα την ασυδοσία των διαφημιστικών εταιρειών ενώ κάποιοι είχαν να σημειώσουν και προβλήματα που προκύπτουν από τη νομοθεσία. Από τα σημαντικότερα προβλήματα που σημείωσαν οι υπεύθυνοι των Δήμων για τον έλεγχο της διαφήμισης είναι: α) η έλλειψη διαθέσιμου προσωπικού για την καταγραφή όλου του εύρους της παράνομης διαφήμισης ειδικά αν λάβουμε υπ' όψιν τον τυχαίο και ραγδαία τροποποιούμενο χαρακτήρα της β) η έλλειψη χρηματοδότησης για την εκπόνηση εργαλαβιών αποξηλώσεις παράνομων διαφημίσεων γ) η δυσκολία εντοπισμού του «φερόμενου ιδιοκτήτη» για την επίδοση των αποφάσεων και των προστίμων δ) οι αντιδράσεις των ιδιοκτητών οικοπέδων και κυρίως κτιρίων οι οποίοι αρνούνται την πρόσβαση στα αρμόδια συνεργία για την αποξήλωση πλαισίων ε) η άσκηση ένδικων μέσων από μέρους των εταιρειών και των ιδιοκτητών που καταλήγουν σε μια ιδιαίτερα χρονοβόρα διαδικασία. Διάφορα ευτράπελα περιστατικά αναφέρθηκαν από υπεύθυνους των Δήμων μεταξύ των οποίων και περίπτωση Δυτικού Δήμου όπου κατά την αναζήτηση ιδιοκτήτη οικοπέδου βρέθηκε ότι ο ίδιος δεν γνώριζε καν την ύπαρξη παράνομα τοποθετημένης πινακίδας στο οικόπεδό του ενώ η διαφημιστική εταιρεία είχε περιφράξει και το ίδιο το οικόπεδο. Από Δήμο της Ανατολικής Θεσσαλονίκης που υφίσταται και ιδιαίτερη επιβάρυνση από την παράνομη διαφήμιση μας αναφέρθηκε και το θέμα της ερμηνείας του νόμου

καθώς κατά την νομική του υπηρεσία επειδή ο νόμος χαρακτηρίζει τις παράνομα τοποθετημένες πινακίδες ως «ρύπο», δεν θα πρέπει να εκπονούνται εργολαβίες για την απομάκρυνσή τους καθώς αυτό αντίκειται στις διατάξεις που διέπουν την οργάνωση και λειτουργία των ΟΤΑ.

- Σε κάθε περίπτωση πάντως και κατά την εξέλιξη των συζητήσεων δεν μπορούσε παρά να μην αναφερθεί ότι ουσιαστικό ρόλο στον έλεγχο και την αποτελεσματικότητα του περιορισμού της παραβατικότητας παίζει η πολιτική βούληση πράγμα που αποδεικνύεται και από την ύπαρξη σε μεγάλο βαθμό επιτυχημένων επιχειρήσεων εκκαθάρισης που εκπορεύονταν κυρίως από την βούληση Δημάρχων, οι οποίοι καθ' όλη την διάρκεια της θητείας τους μετατρέπονταν σε πονοκέφαλο για εταιρείες και ιδιοκτήτες. Επιπλέον θα πρέπει να μην λησμονιέται το γεγονός ότι οι Δήμοι σημειώνουν και αυτοί τεράστια κέρδη από την διαφήμιση είτε μέσω των προστίμων για τα παράνομα πλαίσια είτε μέσω των τελών διαφήμισης για τις νόμιμα υφιστάμενες.

Στα συμπεράσματά μας πρέπει ασφαλώς να προσθέσουμε και μία γενικότερη παρατήρηση την οποία και να συνυπολογίσουμε στη διατύπωση των προτάσεών μας καθώς και στο ποσοστό προσδοκώμενου αποτελέσματος και αφορά τον παράγοντα της ατομικής νοοτροπίας και βούλησης κάθε πολίτη.

Η άναρχη τοποθέτηση των διαφημιστικών πινακίδων και επιγραφών, η ρύπανση και η επικόλληση κάθε είδους εντύπου οπουδήποτε, (ακόμη και σε πινακίδες σήμανσης και μάλιστα στην πλευρά όπου αναγράφεται η απαγόρευση ρύπανσης της πινακίδας καθώς και οι προβλεπόμενες ποινές !), είναι μέρος μόνο των οχλήσεων που συνθέτουν τη συνολική εικόνα της πόλης: δίτροχα και αυτοκίνητα σταθμευμένα οπουδήποτε, αποκλεισμός της κίνησης των πεζών, πολύ δε περισσότερο των ατόμων με ειδικές ανάγκες, θόρυβοι κάθε είδους, οποιαδήποτε ώρα της ημέρας και της νύχτας, σκουπίδια εκτός κάδων, «επισκεπτήρια» τετράποδων φίλων (όχι μόνο αδέσποτων) σε οδόστρωμα και πεζοδρόμια, ελεύθερη απορροή κλιματιστικών και στην καλύτερη περίπτωση ιδιοκατασκευές για την απορροή τους, κασόνια ή άλλα αντικείμενα τοποθετημένα κατάλληλα για την εξασφάλιση θέσης στάθμευσης, ...ανεξάντλητη είναι η καταγραφή τέτοιων «μικροπαραβάσεων» και δεν έχουν όλες σχέση με οικονομικά οφέλη, αποτελούν όμως κατάφωρη παραβίαση των δικαιωμάτων όλων μας.

Είναι απαραίτητο να κατανοήσουμε ότι η εφαρμογή του νόμου ή των όποιων κανονισμών διέπουν τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματά μας δεν είναι ή δεν πρέπει να είναι απλά και μόνο θέμα αστυνόμευσης και επιβολής ποινών και άρα ευθύνη άλλων. Ότι υπάρχει συνυπευθυνότητα όλων των πολιτών για την εικόνα της αυθαιρεσίας που βιώνουμε καθημερινά. Χωρίς την ευαισθητοποίηση των πολιτών, την αποδοχή των υποχρεώσεων και την αναγνώριση των δικαιωμάτων, κάθε προσπάθεια επιβολής θα είναι σε μεγάλο βαθμό αναποτελεσματική.

Όσον αφορά τις επιγραφές :

- στην περίπτωση των επιγραφών πρέπει να σημειωθεί ότι το θέμα μπορεί να φαίνεται ακόμη πιο δυσκολοεπίλυτο και πολύπλοκο και αυτό γιατί δεν έχει να κάνει κανείς με κάποιους σταθερούς συντελεστές που ελέγχουν κατά τα επιδιωκόμενα την κατάσταση. Στην περίπτωση αυτή είναι σημαντικό να καταλάβουμε ότι υπεύθυνος για την εμφάνιση της κατά περίπτωση παράβασης μπορεί να είναι οποιοσδήποτε δραστηριοποιείται εμπορικά ή στον τομέα των υπηρεσιών πράγμα που θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπ' όψιν στην προσπάθεια ελέγχου της κατάστασης. Οι ιδιοκτήτες επεκτείνοντας τις επιγραφές τους κατά οποιοδήποτε ευφάνταστο τρόπο γνωρίζουν ότι μπορούν να έχουν μια χωρίς κόστος (πέρα από το κατασκευαστικό) διαφήμιση με αποτέλεσμα την απόλυτη αλλοίωση της όψης ενός κτιρίου που ντύνεται με έντονα χρώματα, σύμβολα, κείμενα αλλά ως και φωτογραφίες προσώπων ή αντικειμένων. Έχει κανείς την αίσθηση περιδιαβαίνοντας την πόλη ότι οι ιδιοκτήτες των γραφείων και των καταστημάτων δεν έχουν καμία αίσθηση του μεγέθους της παρανομίας που συνδέεται με τις επιγραφές τους και μπορεί πράγματι να συμβαίνει και αυτό.
- Επιπλέον θα πρέπει να επισημάνουμε ότι οι επιγραφές ενώ τοποθετούνται σε ιδιωτικό χώρο απευθύνονται στον δημόσιο «κοινό» χώρο όπως συμβαίνει και με τις όψεις των κτιρίων. Διακρίνεται δηλαδή η εξής ιδιαιτερότητα στη συμπεριφορά των ιδιοκτητών : επειδή θεωρούν «ιδιωτική» την όψη του χώρου της επαγγελματικής τους δραστηριότητας την οικειοποιούνται στο έπακρο και κατά τρόπο καταχρηστικό ενώ ταυτόχρονα και συνειδητά την χρησιμοποιούν για τον «κοινόχρηστο» και «δημόσιο» χαρακτήρα της.

Όσον αφορά την ισχύουσα νομοθεσία :

- από όσα αναφέρονται και στο αντίστοιχο κεφάλαιο συμπεραίνουμε ότι το νομοθετικό πλαίσιο που διέπει σήμερα την υπαίθρια διαφήμιση και τις επιγραφές παρουσιάζεται χωρίς ιδιαίτερες ελλείψεις. Μάλιστα η συνεχής βελτίωση και συμπλήρωση του τα τελευταία χρόνια έγινε προς την κατεύθυνση όχι μόνο του περιορισμού της επικινδυνότητας των τροχαίων ατυχημάτων αλλά κυρίως με γνώμονα τον σεβασμό της φυσιογνωμίας των δημόσιων χώρων των πόλεων.

2. Προτάσεις

Λαμβάνοντας υπ' όψιν όλα όσα αναφέρονται στα προηγούμενα κεφάλαια και όσα συνοπτικά σημειώθηκαν στην αρχή αυτού του κεφαλαίου μπορούμε να προχωρήσουμε σε κάποιες προτάσεις αφού πρώτα σημειωθεί ότι ο στόχος του ολοκληρωτικού και πλήρους ελέγχου της παράνομης διαφήμισης είναι κάτι το οποίο δεν θεωρείται άμεσα εφικτό. Αυτό είναι μάλλον προφανές από όλα όσα έχουν ειπωθεί παραπάνω για το μέγεθος του προβλήματος αλλά και από το δείγμα των παραδειγμάτων που παρουσιάστηκαν εδώ. Είναι βέβαιο ότι ένας τέτοιος στόχος στα αυτιά όσων έχουν ασχοληθεί κατά καιρούς με το θέμα, ακούγεται περισσότερο με ευχολόγιο παρά με πραγματικό στόχο. Η δυνατότητα επίτευξής του προϋποθέτει την

συντονισμένη προσπάθεια όλων των εμπλεκόμενων φορέων δηλαδή των Δήμων, της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, του Υπουργείου οι οποίοι μέσω μιας κοινής και μακροπρόθεσμης στρατηγικής θα επιχειρήσουν την αντιμετώπιση του προβλήματος πράγμα που σημαίνει αρχικά την διάθεση της πολιτικής βούλησης. Στα πλαίσια ενός τέτοιου στρατηγικού σχεδίου μπορούν να προταθούν ως δράσεις τα παρακάτω :

- Ένα σημείο που πιθανόν να μπορούσε να λειτουργήσει βελτιωτικά και αφού εξεταστεί από νομική σκοπιά – σημειώνεται εδώ με κάποια επιφύλαξη – θα ήταν ο χαρακτηρισμός της παράνομης διαφήμισης όχι μόνο ως ρύπος αλλά ως βία. Ο ισχυρισμός αυτός βασίζεται στην διαπίστωση ότι ο πολίτης δέχεται πλήρη βομβαρδισμό μηνυμάτων στο αστικό περιβάλλον όπου κατοικεί πράγμα που τον εξαναγκάζει στο να εξασκείται σε μεθόδους «αντίστασης». Εάν όμως μιλάμε για αντίσταση των πολιτών τότε καταλαβαίνουμε ότι πρόκειται για κάποιου είδους «επίθεση» από την πλευρά των διαφημιστών, για κάποιου είδους βία που οικειοποιείται τον δημόσιο χώρο με σκοπό το κέρδος. Μια τέτοια ρύθμιση θα έδινε τη δυνατότητα της αυτεπάγγελτης επέμβασης του εισαγγελέα και φυσικά θα επισύρονταν και βαρύτερες ποινές για τους παραβάτες.
- Θα πρέπει να εξεταστεί η πιθανότητα της πλήρους απαγόρευσης της διαφήμισης τσιγάρων και καπνού. Μια τέτοια κίνηση είναι βέβαιο ότι θα συναντούσε τεράστιες αντιδράσεις καθώς αντίκειται στα συμφέροντα των καπνοβιομηχανιών αλλά και των διαφημιστικών εταιρειών. Είναι μάλιστα βέβαιο ότι ένα από τα βασικά επιχειρήματα της άλλης πλευράς θα ήταν και η συρρίκνωση του κύκλου εργασιών των εταιρειών που θα οδηγούσε σε απόλυση μεγάλου αριθμού εργαζομένων, επιχείρημα όχι εντελώς αβάσιμο.
- Θεωρείται επιβεβλημένη η θεσμοθέτηση (πιθανόν με υπουργική απόφαση) υποχρεωτικής, ετήσιας καταγραφής των παράνομων διαφημίσεων για όλους τους δήμους και κοινοποίησή της σε κάποιο ανώτερου βαθμού οργανισμό τοπικής αυτοδιοίκησης όπως οι Περιφέρειες που θα συντονίζουν διοικητικά την όλη υπόθεση μέσω ενός «παρατηρητηρίου παράνομης διαφήμισης». Το μέτρο μπορεί να εφαρμοστεί αρχικά για τα μεγάλα αστικά κέντρα και αυτό θα έχει αφενός το πλεονέκτημα της απασχόλησης μικρότερου αριθμού προσωπικού στις Περιφέρειες και αφετέρου την αποκόμιση σημαντικής εμπειρίας. Κατά αυτόν τον τρόπο θα μπορεί να δημιουργηθεί και μια παρακαταθήκη δεδομένων και συγκρίσιμων στοιχείων. Θα μπορούν δηλαδή να εντοπίζονται τα διαφημιστικά πλαίσια που αφαιρέθηκαν ή δεν αφαιρέθηκαν σε κάθε Δήμο καθώς και αυτά που επανατοποθετήθηκαν με σκοπό τόσο την παροχή βοήθειας στους Δήμους όσο και την άσκηση ελέγχου προς αυτούς για την αποτελεσματικότητα των μέτρων τους.
- Από μια τέτοια προσπάθεια δεν θα πρέπει να εξαιρεθούν οι διαφημιστικές εταιρείες αλλά και τα επί μέρους (βιοτεχνικό, εμπορικό) επιμελητήρια καθώς η πρώτη οδός θα πρέπει να είναι αυτή της συναίνεσης προς την εξοικονόμηση κόστους και δυνάμεων και κυρίως αυτή της ενημέρωσης. Αν και η επιδιωκόμενη συναίνεση θεωρείται μάλλον

απίθανο να συμβεί καθώς όπως διαπιστώθηκε εμπλέκονται στην υπόθεση μεγάλα οικονομικά συμφέροντα, μέσω μιας καμπάνιας ενημέρωσης και συνεργασίας με την «άλλη» πλευρά υπάρχει τουλάχιστον η πιθανότητα καλλιέργειας μιας κουλτούρας κοινού σεβασμού του δημόσιου, κοινόχρηστου χώρου. Μια τέτοια καμπάνια θα μπορούσε να περιλαμβάνει διάφορες επί μέρους δράσεις ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης (προς τους πολίτες, τις εταιρείες, τα επιμελητήρια, τα σχολεία, τους Δήμους κλπ.) και θα μπορούσε να συντονιστεί για παράδειγμα από την Ένωση Δήμων και Κοινοτήτων ή την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας ή το ΤΕΕ ή και από όλους αυτούς τους φορείς σε συνεργασία μεταξύ τους.

- Όπου προβλέπεται από το νόμο προηγούμενη γνωμοδότηση της ΕΠΑΕ ή του Τοπικού Συμβουλίου Μνημείων, η γνωμοδότηση πρέπει να χορηγείται σε χρονικό διάστημα 1 μήνα. Διαφορετικά η απόφαση ή η σχετική άδεια εκδίδεται χωρίς αυτήν.

Επειδή η «μη γνωμοδότηση» δεν σημαίνει πάντα αποδοχή της πρότασης ή θετική άποψη, αποτελεί όμως πιθανόν άλλοθι για τους εμπλεκόμενους και υπόχρεους, να ερευνηθεί η φάση αυτή, δηλαδή:

- αν τηρείται η προβλεπόμενη διαδικασία από τους Δήμους.
- ποια στοιχεία καταθέτουν προκειμένου να ζητήσουν τις σχετικές γνωμοδοτήσεις.
- από την πλευρά της ΕΠΑΕ ή του Τ. Συμβουλίου να διευκρινισθεί αν τα στοιχεία που υποβάλλονται είναι επαρκή για την έκδοση γνωμοδότησης και αν όχι να γίνουν προτάσεις από τα όργανα αυτά για τα απαιτούμενα στοιχεία
- Να εξετασθεί η χρησιμότητα έκδοσης απόφασης ή εγκυκλίου για τον καθορισμό των απαιτούμενων στοιχείων που θα συνοδεύουν τις αιτήσεις έκδοσης γνωμοδότησης.

Να γίνει προσπάθεια διαλόγου, με χρονικό περιορισμό, παρουσία και αρμοδίων των Δήμων, προκειμένου να τεθούν οι όροι και οι προϋποθέσεις για τη χορήγηση γνωμοδοτήσεων, με σκοπό τη στήριξη αλλά και τη δέσμευση όλων των μερών.

- Ειδικά για τις επιγραφές σημειώνεται ότι θα πρέπει να προβλεφθεί από την νομοθεσία διαδικασία αδειοδότησής τους. Η διαδικασία μπορεί να οργανωθεί χωρίς περίπλοκους γραφειοκρατικούς μηχανισμούς και να γίνεται ταυτόχρονα με την αδειοδότηση των καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος από τους Δήμους. Μια ενδεικτική τυπολογία καθώς και το τι επιτρέπεται γενικά από το νόμο μπορεί να παρέχεται στον ιδιοκτήτη της επιχείρησης μαζί με τα υπόλοιπα απαιτούμενα δικαιολογητικά και στη συνέχεια να γίνεται προέγκριση του μεγέθους και της θέσης της επιγραφής επάνω στο κτίριο.
- Ειδικά για τα μνημεία και τα διατηρητέα κτίρια επιβάλλεται η άμεση απομάκρυνση των επιγραφών και διαφημίσεων. Για το σκοπό αυτό προτείνεται η ανάθεση από το ΤΕΕ σε ομάδα εργασίας η καταγραφή όλων των παράνομων διαφημίσεων και επιγραφών σε διατηρητέα κτίρια της Θεσσαλονίκης, σε συνεργασία με τις εφορείες αρχαιοτήτων

και το Δήμο Θεσσαλονίκης για την άμεση έκδοση αποφάσεων χαρακτηρισμού διαφημίσεων ως παράνομες.

Για τις διαφημιστικές πινακίδες, επιγραφές και αφισσοκολλήσεις στα διατηρητέα κτίρια, τα μνημεία και τον περιβάλλοντα χώρο τους, εκτός από την καταγραφή τους, προτείνουμε να ερευνηθεί:

- Και να εντοπισθεί κατ' αρχήν ο φορέας ή οι φορείς στην αρμοδιότητα των οποίων εμπίπτει καθένα απ' αυτά.
- Να κληθούν όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς σε διάλογο περιορισμένου χρόνου, ώστε να τεθούν άμεσα τα προβλήματα και
- Να υπάρξουν υλοποιήσιμες προτάσεις προκειμένου να εξευρεθούν πόροι με την ένταξη πιθανόν σε κάποιο πρόγραμμα κ.λ.π.

Μέλη ομάδας

Αλεξίου Κική, Αρχιτέκτων Μηχ., ΔΕΣΕ

Κούρτη Παρασκευή, Αρχιτέκτων Μηχ., MSc, Δήμος Σταυρούπολης