

**Politika reklamných stavieb a zariadení
mesta Hlohovec**

Obsah

1. Úvodné ustanovenia.....	3
1.1. Úvod.....	3
1.2. Základné pojmy pre účely tejto politiky.....	3
2. Umiestňovanie reklamných stavieb.....	5
2.1. Všeobecné ustanovenia.....	5
2.2. Umiestňovanie reklamných stavieb vo funkčných územiach mesta Hlohovec.....	6
2.3. Umiestňovanie vybraných reklamných stavieb.....	10
2.4. Umiestňovanie reklamných stavieb na pozemkoch vo vlastníctve mesta Hlohovec	11
3. Povoľovanie a odstraňovanie reklamných stavieb.....	11
3.1. Povoľovanie.....	11
3.2. Odstraňovanie.....	13
4. Kontrola reklamných stavieb na území mesta.....	14
4.1. Kontrolná činnosť.....	14
4.2. Sankcie.....	14
5. Záver.....	14

1. Úvodné ustanovenia

1.1. Úvod

Jedným z dlhodobých cieľov mesta Hlohovec je významne zvyšovať kvalitu priestoru pre život všetkých jeho obyvateľov, ako aj návštevníkov mesta.¹ Úvodným krokom bolo schválenie strategického dokumentu – **Koncepcie verejných priestorov** v roku 2016, na ktorú nadväzuje snaha o systematické zlepšovanie vizuálnej stránky verejných priestorov, do ktorých často výraznou mierou negatívne zasahujú reklamy rôznych tvarov, farieb a veľkostí. V súčasnosti sa častokrát stretávame s reklamami, ktoré sú nevhodne zasadené do prostredia, pôsobia neesteticky a niekedy dokonca svojou formou nepriamo ohrozujú bezpečnosť cestnej premávky. Z tohto dôvodu mesto Hlohovec pristúpilo k vytvoreniu viacodborovej pracovnej skupiny na mestskom úrade (Odbor stratégie, rozvoja mesta a územného plánovania; Odbor výstavby; Odbor majetku mesta), ktorá sa dlhodobo venuje problematike vizuálneho smogu a jeho eliminácie v našom meste. Jedným z výsledkov práce tejto skupiny je predkladaný materiál - **Politika reklamných stavieb a zariadení mesta Hlohovec**, ktorá stanovuje konkrétne podmienky umiestňovania reklamných stavieb a zariadení v súlade s Územným plánom mesta.² Tento strategický dokument sa stane východiskom jednotného prístupu mesta v oblasti reklamy. Zásady uvedené v tejto politike sú záväzné pre všetky subjekty, ktoré žiadajú o povolenie umiestnenia reklamných stavieb a zariadení na území mesta Hlohovec.

1.2. Základné pojmy pre účely tejto politiky

1. **Reklama je** prezentácia produktov v každej podobe s cieľom uplatniť ich na trhu. Pod pojmom produkt sa dá predstaviť tovar, služby, nehnuteľnosti, obchodné meno, ochranná známka, označenie pôvodu výrobkov a iné práva a záväzky súvisiace s podnikaním.³
2. **Reklamou nie je:**
 - a. označenie staveniska (stavby) rozhodnutím, ktorým bola stavba povolená,

¹ Program rozvoja mesta Hlohovec na roky 2016 – 2023, Strategický cieľ 3: Atraktívne mesto, špecifický cieľ 3.4: Vysoká kvalita verejných priestorov, opatrenie 3.4.2.7: Reklama na verejných priestoroch, odstránenie „vizuálneho smogu“

² Politika je v súlade s návrhom nového Územného plánu mesta

³ §2 zákona č.147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov, v znení neskorších predpisov

- b. opatrenie vyplývajúce z povinnej publicity projektov fondov EÚ, dotácií alebo iných finančných nástrojov (napr. trvalo vysvetľujúce tabule/bannery,...), ktoré majú povinnú predpísanú formu, rozmer a obsah .
3. **Reklamná stavba** - stavebná konštrukcia postavená stavebnými prácami zo stavebných výrobkov, ktorá je pevne spojená so zemou podľa §43 od. 1 písm. a) až d) alebo upevnená strojnými súčiastkami alebo zvarom o pevný základ na zemi alebo ktorej osadenie vyžaduje úpravu podkladu a ktorej funkciou je šírenie reklamných, propagačných, navigačných a iných informácií viditeľných z verejných priestorov.⁴
4. **Členenie reklamných stavieb** – podľa veľkosti informačnej plochy na:
- a. reklamné stavby, na ktorých najväčšia informačná plocha je menšia ako 3 m²,
 - b. reklamné stavby, na ktorých najväčšia informačná plocha má veľkosť od 3 m² do 20 m²,
 - c. reklamné stavby, na ktorých najväčšia informačná plocha je väčšia ako 20 m².
5. **Reklamné zariadenia** – každá reklama, ktorá nespĺňa podmienku reklamnej stavby podľa osobitého zákona.⁴
6. **Samostatne stojace reklamné zariadenia** - zariadenie (napr. „A“, beachflag a iné), ktoré nie je žiadnym spôsobom ukotvené do pevného podkladu a je umiestnené na verejnom priestranstve.⁵
7. **Označenie prevádzkarne** - označenie sídla právnickej osoby, trvalého pobytu fyzickej osoby, prevádzkarne alebo organizačnej zložky právnickej osoby alebo fyzickej osoby obchodným menom, ako aj označenie budov, pozemkov a iných nehnuteľných vecí alebo hnuteľných vecí vo vlastníctve alebo v nájme týchto osôb.
8. **Vývesný štít** – reklamná stavba, ktorá je upevnená na zvislej stene budovy, pričom táto je rovnobežná so zvislou stenou budovy, alebo je na stenu budovy kolmá.
9. **Infokiosk** – reklamná stavba s digitálnou dotykovou informačnou plochou.
10. **Citylight** – reklamná stavba s podsvietenou reklamnou plochou obdĺžnikového tvaru v jednostrannom i obojstrannom prevedení.
11. **Mestská výlepová plocha** – reklamná stavba s plochou určenou na vylepovanie plagátov poskytujúcich informácie alebo propagujúce podujatia.
12. **Mestská vitrína** – reklamná stavba určená na umiestnenie plagátov poskytujúcich informácie alebo propagujúce podujatia.

⁴ Zákon č. 50/1976 Zb. o územnom plánovaní a stavebnom poriadku (stavebný zákon)

⁵ Všeobecne záväzné nariadenie mesta Hlohovec č. 148/2015 o dani za užívanie verejného priestranstva na území mesta Hlohovec

13. **Mestský informačný systém** (ďalej len „MIS“) – predstavuje ucelený a vzájomne prepojený súbor zariadení, ktoré poskytujú nekomerčné informácie o umiestnení objektov na území mesta – napr. ulice, sídla orgánov samosprávy a štátnej správy, významné historické pamiatky, atď.
14. **Podnikateľský informačný systém** (ďalej len „PIS“) – predstavuje ucelený, vzájomne prepojený systém informačných a reklamných médií, prevádzkovaných na komerčnom základe, informujúci o umiestnení a sídle podnikateľských subjektov, ich podnikateľských aktivitách, produktoch a službách.
15. **Prevádzkareň** – zahŕňa obchodné, administratívne a výrobné priestory, priestory pre služby a pod.

2. Umiestňovanie reklamných stavieb

2.1. Všeobecné ustanovenia

1. Reklamná stavba nesmie svojím vyhotovením a umiestnením rušiť krajinný ráz, ohrozovať verejnú bezpečnosť a poriadok, brániť rozhľadu na pozemnej komunikácii, nad prípustnú mieru obťažovať okolie a obytné prostredie hlukom alebo osvetlením. Pri osádzaní reklamných stavieb je potrebné klásť dôraz na ich estetický vzhľad v kontexte krajiny a architektúry.
2. Reklamná stavba umiestnená na budove musí byť prispôbená jej architektúre a nesmie rušiť základné členenie priečelia a jeho významné detaily.
3. Umiestniť reklamnú stavbu alebo akékoľvek technické zariadenie na nehnuteľnej kultúrnej pamiatke, v pamiatkovej zóne alebo jej ochrannom pásme možno len na základe rozhodnutia, resp. záväzného stanoviska Krajského pamiatkového úradu v Trnave podľa osobitného predpisu.⁶
4. Podnikateľský informačný systém pozostáva z tabúl umiestnených nad sebou na stĺpoch verejného osvetlenia (ďalej len „VO“), resp. na stĺpoch elektrického vedenia v zmysle bodu 6., za podmienky, že spodná hrana najnižšej navigačnej plochy sa stanovuje na výšku 3 m nad terénom a vrchná hrana najvyššej navigačnej plochy sa stanovuje na výšku 3,96 m nad terénom. Maximálny počet tabuliek na jednom stĺpe VO sa stanovuje na 3 ks s výškou jednej navigačnej plochy 0,32 m a šírkou 1,25 m. Obsahom navigačnej tabule PIS môže byť iba: logo subjektu, názov subjektu, adresa subjektu, smerovník, vzdialenosť do

⁶ §30 ods.3) zákona č.49/2002 Z. z. o ochrane pamiatkového fondu v znení neskorších predpisov

cieľa.⁷ Na jednej ulici v jednom smere môže mať jeden subjekt osadenú maximálne jednu navigačnú tabuľu.

5. Na stĺpoch verejného osvetlenia pozemných komunikácií sa nemôžu umiestňovať reklamné stavby, s výnimkou podnikateľského informačného systému.
6. Na stĺpoch elektrického vedenia je povolená iba reklamná stavba, ktorá spĺňa podmienky pre podnikateľský informačný systém definované v čl. 2.1. bod 4. a to iba v lokalitách, v ktorých sa nenachádzajú stĺpy VO. Na každé takéto umiestnenie reklamnej stavby je potrebný súhlas Odboru stratégie, rozvoja mesta a územného plánovania.
7. Citylight môže mať maximálny rozmer 1,20 x 1,75 m.
8. Samostatne stojace reklamné zariadenia nesmú byť osadené v kvetináčoch pomocou podporných konštrukcií a inými obdobnými spôsobmi, ktoré nezabezpečujú pevné spojenie zo zemou.
9. Reklamné stavby, ktoré neslúžia pre správu pozemných komunikácií ani pre riadenie cestnej premávky a prevádzku dopravy, je zakázané umiestňovať na križovatke a v rozhládovom poli vodiča na križovatke.⁸
10. Reklamné stavby sa nesmú umiestňovať na dopravných značkách alebo na dopravných zariadeniach a ich nosnej konštrukcii.⁹
11. Samostatne stojace reklamné zariadenie v tvare vlajky určené pre reklamné účely, označované ako tzv. beachflag, je zakázané umiestňovať na území mesta Hlohovec. Nevzťahuje sa na samostatne stojace reklamné zariadenia dočasne umiestnené pri krátkodobých podujatiach so súhlasným stanoviskom mesta Hlohovec a určenými podmienkami.

2.2. Umiestňovanie reklamných stavieb vo funkčných územiach mesta Hlohovec

Pre všetky funkčné územia platí, že ak sa nachádzajú v pamiatkovej zóne, ochrannom pásme pamiatkovej zóny alebo v obecnom chránenom území Zámocký park, budú v nich reklamné stavby umiestňované s maximálnym ohľadom na pamiatkové hodnoty jednotlivých objektov a územia. Uvedené reklamné stavby budú povoľované len na základe kladného stanoviska Krajského pamiatkového úradu v Trnave, v súlade so Zásadami pamiatkovej starostlivosti

⁷ Presný rozmer a vizuál navigačnej plochy umiestnenej na podnikateľskom informačnom systéme sa uvádza v Dizajne manuáli verejných priestorov mesta Hlohovec

⁸ §8 ods. 11 a 12 zákona č.135/1961 Zb. o pozemných komunikáciách (cestný zákon) v znení neskorších predpisov

⁹ §60 ods. 7 zákona č.8/2009 Z.z. o cestnej premávke a o zmene a doplnení niektorých zákonov

pamiatkovej zóny v meste Hlohovec a so Zásadami pamiatkovej starostlivosti v ochrannom pásme pamiatkovej zóny v meste Hlohovec.

Jednotlivé funkčné územia mesta Hlohovec sú podrobnejšie popísané a graficky zobrazené v záväznej časti Územného plánu mesta Hlohovec.

ZMIEŠANÉ ÚZEMIA OBČIANSKEJ VYBAVENOSTI A BÝVANIA (C)

Predstavuje jadrové územie mesta s najintenzívnejším využitím územia a najvyššou mierou polyfunkčnosti a centricity s vybavenosťou mestského, prípadne nadmestského významu. Zmiešané územie je tvorené prevažne polyfunkčnými budovami, s charakteristickou blokovou zástavbou.

Patria sem regulačné bloky:

- a. CC Mestské jadro,
- b. CB Zmiešané bývanie a občianska vybavenosť.

Prípustné reklamné stavby:

- reklamné stavby, ktorých informačná plocha je menšia ako 3 m².

Nepripustné reklamné stavby:

- reklamné stavby, ktorých informačná plocha je od 3 m² okrem charakteristických označení objektov ich hlavnou funkciou, resp. obchodným menom odsúhlaseného mestom v súlade s mestskou politikou.

OBYTNÉ ÚZEMIA (B)

Územia, ktoré slúžia prevažne pre bývanie v rodinných alebo viacpodlažných bytových domoch doplnené nevyhnutnou občianskou, dopravnou a technickou vybavenosťou.

Patria sem regulačné bloky:

- a. BV - Bývanie v rodinných domoch vidieckeho charakteru,
- b. BM - Bývanie v rodinných domoch a bytových domoch malopodlažných,
- c. BD - Bývanie v bytových domoch viacpodlažných.

Prípustné reklamné stavby:

- reklamné stavby, ktorých informačná plocha je menšia ako 3 m².

Nepripustné reklamné stavby:

- reklamné stavby, ktorých informačná plocha je od 3 m² okrem charakteristických označení objektov ich hlavnou funkciou, resp. obchodným menom odsúhlaseného mestom v súlade s mestskou politikou.

ÚZEMIA OBČIANSKEJ VYBAVENOSTI (O)

Územia, ktoré slúžia predovšetkým na umiestňovanie zariadení a budov komerčného občianskeho vybavenia, ako maloobchod, služby, ubytovanie alebo verejné stravovanie. Na umiestňovanie zariadení a budov, ktoré zabezpečuje priamo obec, vyšší územný celok alebo štát, ako školské areáli, sociálne, zdravotnícke, kultúrne, vedecké, správne a cirkevné zariadenia. Na umiestňovanie zariadení a budov, ktoré slúžia pre zabezpečenie a zaistenie obrany štátu, požiarnej bezpečnosti, polície a ďalších verejnoprospešných a nevyhnutných činností.

Patria sem regulačné bloky:

- a. OO - Obchod a služby,
- b. OV - Kultúra, administratíva, vzdelávanie a výskum, zdravotníctvo, sociálna starostlivosť a sakrálne budovy,
- c. OU - Ubytovanie a stravovanie,
- d. OX - Špecifická vybavenosť.

Prípustné reklamné stavby:

- reklamné stavby, ktorých informačná plocha je menšia ako 3 m².

Nepripustné reklamné stavby:

- reklamné stavby, ktorých informačná plocha je od 3 m² okrem charakteristických označení objektov ich hlavnou funkciou, resp. obchodným menom odsúhlaseného mestom v súlade s mestskou politikou.

ZMIEŠANÉ ÚZEMIA VYBAVENOSTI A PRODUKCIE (E)

Slúžia primárne pre umiestnenie obslužných zariadení obchodu a služieb a drobnej výroby s príslušnými súvisiacimi činnosťami. Súčasťou územia sú plochy zelene, vodné plochy, dopravné a technické vybavenie a zariadenia pre požiaru a civilnú obranu

Patria sem regulačné bloky:

- a. EF - Zmiešaný obchod, služby, obsluha a komunálna výroba.

Prípustné reklamné stavby:

- reklamné stavby, ktorých informačná plocha je menšia ako 3 m².

Nepripustné reklamné stavby:

- reklamné stavby, ktorých informačná plocha je od 3 m² okrem charakteristických označení objektov ich hlavnou funkciou, resp. obchodným menom odsúhlaseného mestom v súlade s mestskou politikou.

VÝROBNÉ ÚZEMIA (F)

Územia slúžiace pre umiestňovanie skladových areálov, distribučných a logistických centier, stavieb a zariadení rastlinnej a živočíšnej poľnohospodárskej výroby a poľnohospodárskych služieb, a areálov a stavieb priemyselnej výroby nadmestského významu s prípadným rizikom rušivého vplyvu na okolie, vrátane dopravného a technického vybavenia a plôch líniovej a plošnej zelene.

Patria sem regulačné bloky:

- a. FV - Priemyselná výroba,
- b. FS - Logistika, distribúcia a skladové hospodárstvo,
- c. FP - Poľnohospodárska výroba,
- d. FT - Ťažobné priestory.

Prípustné reklamné stavby:

- reklamné stavby, ktorých informačná plocha je menšia ako 3 m², okrem označení objektov ich hlavnou funkciou alebo obchodným názvom, odsúhlaseného mestom v súlade s mestskou politikou.

Nepripustné reklamné stavby:

- reklamné stavby, ktorých informačná plocha je od 3 m² okrem charakteristických označení objektov ich hlavnou funkciou, resp. obchodným menom odsúhlaseného mestom v súlade s mestskou politikou.

OSTATNÉ ÚZEMIA

Na tzv. Ostatných územiach sa neumožňuje umiestňovanie reklamných stavieb, okrem charakteristických označení objektov ich hlavnou funkciou, resp. obchodným menom, informačného a navigačného systému odsúhlaseného mestom v súlade s mestskou politikou.

Patria medzi ne:

- a. Rekreačné územia (R),
- b. Dopravné územia (D),
- c. Technické územia (T),
- d. Územia mestskej zelene (Z),
- e. Vodohospodárske územia (V),
- f. Poľnohospodárske územia (P),
- g. Územia krajinskej zelene (K),
- h. Lesné územia (L).

2.3.Umiestňovanie vybraných reklamných stavieb

1. Mestské výlepové plochy

1. Lokality mestských výlepových plôch:

- 1) Nám. sv. Michala (oporný múr pod nehnuteľnosťou č. 23/26) – 1 ks,
- 2) Slov. nár. povstania (pri nehnuteľnosti č. 871/17) – 1 ks,
- 3) Šulekova (pri nehnuteľnosti č. 1056/22), Šulekovo – 1 ks.

2. O umiestnení ďalších mestských výlepových plôch alebo odstránení existujúcich rozhodujú príslušné odbory mestského úradu v Hlohovci.

3. Rozmery a vizuál mestských výlepových plôch je definovaný v Dizajn manuáli verejných priestorov mesta Hlohovec.

2. Mestské vitríny

1. Lokality a počet mestských vitrín:

- 1) Nábrežie A. Hlinku (sídliisko Sihot') – 2 ks,
- 2) Podzámska – 1 ks,
- 3) Nám. sv. Michala – 2 ks,
- 4) Dukelská – 2 ks,
- 5) Petra Jilemnického – 1 ks.

2. O umiestnení mestských vitrín alebo odstránení existujúcich rozhodujú príslušné odbory mestského úradu v Hlohovci.

3. Rozmery a vizuál mestských vitrín je definovaný v Dizajn manuáli verejných priestorov mesta Hlohovec.

4. Ďalšie vitríny na území mesta:

- a. Vitríny, ktoré sú súčasťou autobusových zastávok,
- b. Úradné tabule.

3. Citylighty

O umiestnení alebo odstránení citylightov rozhodujú príslušné odbory mestského úradu v Hlohovci.

4. Infokiosky

O umiestnení alebo odstránení infokioskov rozhodujú príslušné odbory mestského úradu v Hlohovci.

5. Označenie prevádzkarní

Pre označenie prevádzkarní na území mesta sa stanovujú zásady:

- a. označenie budov a prevádzkarní musí byť proporčne prispôsobený veľkosti objektu, ktorý označuje,
- b. na fasádach objektov sa môžu umiestňovať len označenia prevádzkarní sídliačich v objekte formou priestorového písma alebo tabuliek komplexne pre všetky prevádzkarne v jednotnej dizajnovej a materiálovej úprave pre celý objekt alebo areál,
- c. označenia prevádzkarní je možné umiestňovať iba v časti parteru objektu v kontexte s architektúrou, respektíve historickou hodnotou objektu, prípadne vhodne zakomponovať na štítovej stene,
- d. grafický návrh spôsobu riešenia – veľkosť, tvar, materiálové riešenie a umiestnenie v parteri objektu – je potrebné odsúhlasiť príslušnými odbornými mestského úradu v Hlohovci, v územiach s pamiatkovou ochranou doložiť ako súčasť návrhu vyjadrenie KPÚ v Trnave.

2.4. Umiestňovanie reklamných stavieb na pozemkoch vo vlastníctve mesta Hlohovec

1. Na pozemkoch vo vlastníctve mesta Hlohovec uzatvárať nájomné zmluvy na prípustné reklamné stavby v jednotlivých zónach na dobu určitú. Podkladom bude vyjadrenie príslušných odborov mestského úradu v Hlohovci z územného hľadiska.
2. Na pozemkoch vo vlastníctve mesta je možné umiestniť:
 - a. mestský informačný systém,
 - b. podnikateľský informačný systém,
 - c. mestské výlepové plochy,
 - d. mestské vitríny,
 - e. citilighty,
 - f. infokiosky.

3. Povoľovanie a odstraňovanie reklamných stavieb

3.1. Povoľovanie

1. Reklamná stavba si vyžaduje povolenie v zmysle stavebného zákona ak:
 - a. je stavebnou konštrukciou postavenou stavebnými prácami zo stavebných výrobkov,

- b. je pevne spojená so zemou alebo upevnená strojnými súčiastkami alebo zvarom o pevný základ na zemi alebo jej osadenie vyžaduje úpravu podkladu,
 - c. jej funkciou je šíriť reklamu, propagáciu, navigáciu alebo inú informáciu,
 - d. je viditeľná z verejného priestoru,
 - e. má informačnú plochu v kolmom priemete na zvislú rovinu,
2. Žiadosť o vydanie povolenia na reklamnú stavbu musí obsahovať:
- a. identifikáciu stavebníka,
 - b. druh, účel, miesto a čas trvania zariadenia,
 - c. označenie nehnuteľnosti, na ktorej má byť zariadenie umiestnené,
 - d. doklad, ktorým žiadateľ preukáže svoje právo k nehnuteľnosti, na ktorej má byť reklamná stavba umiestnená (výpis z listu vlastníctva, resp. nájomná zmluva s vlastníkom nehnuteľnosti vrátane súhlasu vlastníka nehnuteľnosti s umiestnením zariadenia),
 - e. spracovateľ projektovej dokumentácie,
 - f. technický, alebo stavebný dozor,
 - g. rozhodnutia, resp. stanoviská, vyjadrenia, súhlasy, posúdenia a iné opatrenia dotknutých orgánov, podľa požiadavky stavebného úradu,
 - h. projektovú dokumentáciu v dvoch vyhotoveniach, ktorá obsahuje najmä:
 - situáciu osadenia,
 - technický opis reklamnej stavby,
 - spôsob jej inštalácie a účinky na okolie,
 - výkresy objasňujúce vyhotovenie a funkciu reklamnej stavby,
 - jej upevnenie /nosnú konštrukciu/, prípadne elektrickú inštaláciu.
3. Ak je to vzhľadom k umiestneniu alebo ku konštrukčnému riešeniu reklamnej stavby potrebné, k žiadosti sa pripojí :
- a. náčrt alebo fotografia nehnuteľnosti alebo okolia,
 - b. technický popis konštrukčného riešenia zariadenia a jeho inštalácie vrátane údajov o vhodnosti použitých materiálov z hľadiska bezpečnosti, stability a mechanickej odolnosti nosnej konštrukcie a jej upevnenia,
 - c. v prípade ak ide o svetelné zariadenie – pripojí sa technický popis spôsobu jeho napojenia na elektrické vedenie.
4. Povolenie v zmysle stavebného zákona pre reklamnú stavbu vydáva príslušný stavebný úrad.

5. Podkladom pre povolenie reklamnej stavby je podmienené súhrnným stanoviskom mesta Hlohovec.
6. Na území mesta sa povoľujú drobné reklamné stavby, ktorých stavebné úpravy a udržiavacie práce podliehajú ohláseniu. Ide o reklamné stavby, na ktorých najväčšia informačná plocha je menšia ako 3 m², pokiaľ stavebný zákon neustanovuje inak.
7. Reklamná stavba nesmie byť postavená skôr, ako rozhodnutie o jeho povolení nadobudne právoplatnosť alebo po doručení písomného oznámenia stavebného úradu, že proti ich uskutočneniu nemá námietky. Konanie môže byť začaté len po zaplatení príslušného správneho poplatku v zmysle zákona o správnych poplatkoch.

Tabuľka č. 1: Povoľovanie reklamných stavieb na území mesta

Povoľovanie reklamných stavieb na území mesta	
Účastníkmi stavebného konania, v stavebnom konaní pre povoľovanie reklamných stavieb sú podľa povahy vecí najmä:	<ul style="list-style-type: none"> - vlastník pozemku, správca pozemku, - vlastníci susediacich pozemkov (ak ich vlastnícke alebo iné právo môže byť dotknuté), - správca cesty – podľa typu komunikácie
Dotknutými orgánmi v stavebnom konaní pre povoľovanie reklamných stavieb sú podľa povahy vecí najmä:	<ul style="list-style-type: none"> - príslušný cestný správny orgán – podľa typu komunikácie, - Mesto Hlohovec, - Krajský pamiatkový úrad

3.2. Odstraňovanie

1. Odstránenie reklamnej stavby nariaďuje príslušný stavebný úrad podľa osobitého predpisu.
2. Odstránením reklamnej stavby sa rozumie odstránenie reklamnej plochy a konštrukcie, na ktorej je upevnená.
3. Pri odstránení reklamnej stavby zo strany vlastníka zariadenia nie je potrebné povolenie stavebného úradu, postačí ohlásenie lehoty, v ktorej bude reklamná stavba odstránená.

4. Kontrola reklamných stavieb na území mesta

4.1. Kontrolná činnosť

Kontrolu reklamných stavieb na území mesta vykonáva:

- a. štátny stavebný dohľad,
- b. osoby mestského úradu poverené primátorom mesta Hlohovec.

4.2. Sankcie

Stavebný úrad alebo inšpekcia uloží sankciu právnickej osobe alebo fyzickej osobe oprávnenej na podnikanie, ktorá uskutočňuje alebo užíva:

- a. reklamnú stavbu, na ktorej najväčšia informačná plocha je menšia ako 3 m², ktorú treba ohlásiť, bez takého ohlásenia alebo v rozpore s ním pokutou vo výške 150 eur,
- b. reklamnú stavbu, na ktorej najväčšia informačná plocha má veľkosť od 3 m² do 20 m², bez stavebného povolenia alebo v rozpore s ním pokutou vo výške 250 eur,
- c. reklamnú stavbu, na ktorej najväčšia informačná plocha je väčšia ako 20 m², bez stavebného povolenia alebo v rozpore s ním, alebo bez kolaudačného rozhodnutia, alebo v rozpore s ním pokutou vo výške 450 eur,
- d. reklamnú stavbu bez označenia (§ 86 ods. 4, § 142d ods. 2) a v lehote určenej stavebným úradom alebo inšpekciou nezabezpečí označenie reklamnej stavby pokutou vo výške 50 eur.

5. Záver

Hlavným cieľom **Politiky reklamných stavieb a zariadení mesta Hlohovec** je stanoviť konkrétne podmienky umiestňovania reklamných stavieb a zariadení na území mesta v súlade s funkčnými územiaми definovanými v Územnom pláne mesta. Pri mestských vitrínach a výlepových plochách politika navyše určuje konkrétne lokality, ich počet a vizuál, ktorý je spolu s podnikateľským informačným systémom definovaný v Dizajni manuáli verejných priestorov mesta Hlohovec.

Politika je záväzná pre žiadateľov o umiestnenie reklamných stavieb a zariadení, ako aj pre zamestnancov Mestského úradu v Hlohovci, ktorí rozhodujú o povoleniach.

Tento strategický dokument je východiskom jednotného prístupu mesta v oblasti reklamy.