



Mestna občina
Ljubljana

Mestni svet

Samostojna svetnica Mojca Sojar
Nova Slovenija-Krščanski demokrati

Krekov trg 10, 1000 Ljubljana
t: 01 306 45 46
nsi@ljubljana.si, www.ljubljana.si

Številka: 90000-6/2024-19

Datum: 23. 9. 2024

K 2. točki

16. seje

MESTNI SVET MOL

Mestni trg 1
1000 Ljubljana

Zadeva: Ustno svetniško vprašanje – plakatna mesta v Ljubljani

Na podlagi 98. člena Poslovnika Mestne občine Ljubljana, postavljam kot Samostojna svetnica NSi županu in pristojnim službam naslednje ustno svetniško vprašanje:

Oglaševanje v javnem prostoru je velik izziv, s katerim se srečujemo v vsakodnevnem življenju, ker soustvarja podobo naših mest, naselij in ulic. Znano je, da so bili prvi mestni plakati med prvimi zunanjimi mediji, ki so nastali zaradi potrebe po obveščanju, saj so meščane obveščali o dogajanju in jih vabili na dogodke.

Čprav se danes v Ljubljani srečujemo s prenasičenostjo komercialnega oglaševanja v javnem prostoru, je na drugi strani moč občutiti tudi pomanjkanje konkurence na tem področju. Po podatkih MOL iz leta 2020 je bilo v Ljubljani 10.000 plakatnih mest. Večina, približno 65 % vseh, jih stoji na javnih površinah, ki so v lasti občine. Ostala plakatna mesta so na zasebnih površinah, od katerih MOL pobira takso. Ocena je, da je teh površin približno 35 % od vseh lokacij v Ljubljani.

MOL je že v decembra 2022 napovedala, da bo v letu 2023 pričela z nadzorom Inšpektorata MOL na področju oglaševanja ter ob tem opozorila vse zasebnike, naj preverijo legalnost postavljenih objektov za oglaševanje na svojih zemljiščih. Inšpektorji vztrajno odstranjujejo objekte za plakatiranje, zadnji takšen primer je na Celovski cesti.

Vodilo MOL na področju zunanjih oglasnih površin je bilo »manj je več«. V Ljubljani se res zmanjšuje število oglasnih panojev, hkrati pa jih je vedno več na pločnikih in v centru mesta. Lahko bi dejali, da gre v nekaterih primerih za degradacijo prostora zaradi postavitve panojev ob gradbenih ograjah, v drugih primerih za prekomerno svetlobno onesnaženje pri novih vrstah svetlobnih panojev in vitrin, mnogokrat v neposrednih območjih kulturne dediščine. Kot lahko opazimo, ima vse te nove površine en ponudnik kakor tudi večino plakatnih mest na javnih površinah v Ljubljani. Posledica takšnega delovanja MOL je omejevanje konkurence in diskriminacija trga zunanjega oglaševanja.

Kot samostojno mestno svetnico NSi me zanima:

1. Kako MOL v Ljubljani zagotavlja konkurenčnost ponudnikov na tem področju?
2. Zakaj MOL še ni, kljub zavezam Agencije za varstvo konkurence iz leta 2013 in mnenja Računskega sodišča, izvedla razpisov za oglaševanje tako na avtobusih, ovalnih panojih kot tudi razpisa na javnih površinah MOL?
3. Zakaj se je MOL odločila »umazati« staro Ljubljano z oglasni objekti?
4. Koliko oglasov je Inšpektorat MOL odstranili na zasebnih površinah v letu 2023 in koliko v letu 2024?

Lepo pozdravljeni,

Mojca Sojar l.r.
Samostojna svetnica NSi