

Kancelária Národnej rady Slovenskej republiky
Odbor Parlamentný inštitút

Edícia: Porovnávacie analýzy

04/2021

Porovnanie právnej úpravy umiestňovania reklamných pútačov vo vybraných štátoch

Vypracovala: Ing. Martina Hogenová, Odbor Parlamentný inštitút

Schválila: Mgr. Natália Švecová, riaditeľka Odboru Parlamentný inštitút

Bratislava

8. marca 2021

Anotácia:

Predložená analýza sa venuje porovnaniu regulácie umiestňovania reklám samosprávami. Reklamné pútače predstavujú vizuálny smog v intraviláne miest a obcí a samosprávy často nemajú dostatok právomocí na ich reguláciu, zákaz či prípadné odstránenie.

Kľúčové slová:

reklama, reklamný pútač, samospráva, vizuálny smog



Postavenie Odboru Parlamentný inštitút definuje § 144 zákona NR SR č. 350/1996 Z. z. o rokovacom poriadku Národnej rady Slovenskej republiky, podľa ktorého Parlamentný inštitút plní informačné, vzdelávacie a dokumentačné úlohy súvisiace s činnosťou NR SR a jej poslancov. Súčasťou odboru je aj Oddelenie Parlamentná knižnica a Oddelenie Parlamentný archív.

V rámci informačnej činnosti Odbor Parlamentný inštitút vydáva spravidla tieto informačno-analytické materiály:



V oblasti vzdelávania Odbor Parlamentný inštitút zastrešuje úvodné inštruktážne semináre najmä pre novozvolených poslancov, účasť Kancelárie NR SR na parlamentnej rozvojovej spolupráci určenej pre zahraničné parlamenty, stážový program pre študentov vysokých škôl, ako aj ďalšiu vzdelávaciu, prednáškovú a publikačnú činnosť.



Materiál slúži výlučne pre poslancov Národnej rady Slovenskej republiky a zamestnancov Kancelárie NR SR a nemôže v plnej miere nahrádzať právne alebo iné odborné poradenstvo v danej oblasti. Údaje, použité v materiáli, sú aktuálne k dátumu jeho zverejnenia. Zverejňovanie materiálu je možné iba so súhlasom Odboru Parlamentný inštitút a autorov.

Obsah

1. Úvod.....	4
1.1. Právna úprava reklamných pútačov v Slovenskej republike.....	4
2. Porovnanie úpravy umiestňovania reklamných pútačov v krajinách EÚ	7
2.1. Príklady z vybraných štátov	11
2.1.1. Povoľovanie / zákaz umiestňovania reklám samosprávami.....	11
2.1.2. Daň z reklamy.....	16
2.1.3. Povoľenie dopravného inšpektorátu pri umiestňovaní reklamy.....	18
3. Záver	19
4. Použité zdroje.....	22

1. Úvod

Príveľa vizuálnych informácií v priestore vytvára vizuálny smog. Ten predstavuje znečistenie v obrazovom poli, čo môže mať negatívny vplyv na zdravie, podobne ako znečistený vzduch alebo zvýšený hluk. Vnímame viac informácií, ako dokážeme spracovať zo signálu, ktorý nevieme odrušiť. Vedecky je dokázané, že reklamné plagáty pri ceste pútajú pozornosť a znižujú bezpečnosť cestnej premávky.

Do právneho poriadku Slovenskej republiky bola právna úprava **reklamných stavieb** zavedená *zákonom č. 293/2014 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 50/1976 Zb. o územnom plánovaní a stavebnom poriadku (stavebný zákon) v znení neskorších predpisov* a ktorý nadobudol účinnosť 2. januára 2015.¹ Novela stavebného zákona dáva obciam väčšie právomoci pri odstraňovaní reklamných zariadení.

V prekladanej komparácii sme sa zamerali na porovnanie možností regulácie umiestňovania, prípadne zákazu umiestňovania reklám miestnymi samosprávami, na povoľovací proces ich umiestňovania a tiež na možný príjem z nich pre miestnu samosprávu. Odbor Parlamentný inštitút Kancelárie NR SR sa v záujme získania priamych informácií zo zahraničia obrátil prostredníctvom *Európskeho centra pre parlamentný výskum a dokumentáciu (ECPRD)* na členské štáty Európskej únie, a to s požiadavkou č. 4524 *Vizuálne znečistenie – vonkajšie reklamné konštrukcie, bilbordy a iné reklamy*.² V stanovenom termíne odpovedalo **20 štátov**: Bulharsko, Cyprus, Estónsko, Fínsko, Francúzsko, Grécko, Chorvátsko, Litva, Lotyšsko, Luxembursko, Maďarsko, Nemecko, Rakúsko, Poľsko, Portugalsko, Rumunsko, Slovinsko, Španielsko, Švédsko a Taliansko. Spolu so Slovenskom sme teda porovnávali právny stav v danej otázke v 21 štátoch Európy.

1.1. Právna úprava reklamných pútačov v Slovenskej republike

Reklamné stavby sa na účely *stavebného zákona* členia podľa veľkosti informačnej plochy. Vlastník reklamnej stavby je podľa § 86 ods. 4 stavebného zákona povinný zabezpečiť počas celej doby trvania reklamnej stavby jej označenie menom a priezviskom, obchodným menom, názvom, ochrannou známkou alebo iným symbolom, ktorý umožňuje identifikáciu vlastníka reklamnej stavby. Reklamné stavby sa členia podľa veľkosti informačnej plochy na:

¹ Zákon č. 293/2014 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 50/1976 Zb. o územnom plánovaní a stavebnom poriadku (stavebný zákon) v znení neskorších predpisov a ktorým sa menia a dopĺňajú niektoré zákony, dostupné na <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2014/293/20150102>, [cit. 22.2.2021]

² ECPRD; www.ecprd.org (interná databáza výmeny informácií medzi národnými parlamentmi dostupná po prihlásení). Požiadavka NR SR: Request No. 4524: Visual pollution – outdoor advertising constructions, billboards and other advertisements. [cit. 22.2.2021]

- reklamné stavby, na ktorých najväčšia informačná plocha* je menšia ako 3 m²,
- reklamné stavby, na ktorých najväčšia informačná plocha má veľkosť od 3 m² do 20 m² a
- reklamné stavby, na ktorých najväčšia informačná plocha je väčšia ako 20 m².

* Najväčšou informačnou plochou sa rozumie kolmý priemet jednej najväčšej informačnej plochy umiestnenej na reklamnej stavbe na zvislú rovinu podľa projektovej dokumentácie predloženej stavebnému úradu.

Pri reklamných stavbách, ktorých najväčšia informačná plocha je menšia ako 3 m² postačí ohlásenie stavebnému úradu. Stavebné povolenie ani ohlásenie sa nevyžaduje pri reklamných stavbách, ktorých najväčšia informačná plocha je do 1,2 m², umiestnených na stĺp verejného osvetlenia alebo na stĺp trakčného vedenia, ak nezasahuje do prejazdneho profilu pozemnej komunikácie, ani do prierezového profilu dráh. Reklamné stavby s informačnou plochou väčšou ako 3 m² potrebujú stavebné povolenie.

Povolenie stavebného úradu sa nevyžaduje na odstránenie reklamnej stavby, ktorá je postavená bez stavebného povolenia alebo v rozpore s ním alebo bez písomného oznámenia stavebného úradu pri stavbách, ktoré je potrebné ohlásiť, alebo v rozpore s ním, ak ohlásenie odstránenia stavby podal vlastník pozemku alebo stavby alebo osoba, ktorá má iné práva k pozemku alebo k stavbe a títo nedali právo inej osobe uskutočniť reklamnú stavbu na svojom pozemku alebo na svojej stavbe.³

Podľa zákona č. 135/1961 Zb. o pozemných komunikáciách v znení neskorších predpisov (cestný zákon) – reklamné stavby, ako aj iné zariadenia, ktoré neslúžia na správu pozemných komunikácií ani na riadenie cestnej premávky a prevádzky dopravy, je zakázané umiestňovať na križovatke tak, aby prekážali v rozhľadovom poli vodiča na križovatke.

Mimo sídelného útvaru obce ohraničeného dopravnou značkou označujúcou začiatok a koniec obce je zakázané v území 100 metrov od osi vozovky priľahlého jazdného pásu diaľnice, rýchlostnej cesty a cesty I. triedy, ktoré sú medzinárodným cestným ťahom okrem odpočívadiel, umiestňovať reklamné stavby.

Na stĺpoch verejného osvetlenia ciest a miestnych komunikácií a na stĺpoch trolejového vedenia možno umiestňovať iba dopravné značky a reklamné stavby, na ktorých má najväčšia

³ Zákon č. 293/2014 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 50/1976 Zb. o územnom plánovaní a stavebnom poriadku, dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2014/293/>, [cit. 22.2.2021]

informačná plocha veľkosť do 1,2 m², ak nezasahujú do prejazdneho profilu pozemnej komunikácie.⁴

Dňa 8. januára 2021 bol Národnej rade Slovenskej republiky doručený na prekovanie návrh skupiny poslancov Národnej rady Slovenskej republiky na vydanie zákona, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 50/1976 Zb. o územnom plánovaní a stavebnom poriadku (stavebný zákon) v znení neskorších predpisov a ktorým sa menia a dopĺňajú niektoré zákony ako parlamentná [tlač č. 390](#).

„Cieľom predloženého návrhu je zefektívnenie regulácie reklamných stavieb zabezpečením silných a zároveň spravodlivých nástrojov pre mestá, obce a štát. Podľa navrhovaného zákona sa reklamné stavby budú v rámci stavebného povolenia konania povoľovať len na dobu určitú, najviac na tri roky. Súčasná legislatívna úprava dovoľuje povoľovať reklamné stavby aj na dobu neurčitú. Týmto sa zabezpečí, že mestá a obce budú môcť periodicky prehodnocovať umiestňovanie reklamných stavieb na ich územiach a v prípade, že zdôvodnia, že ich množstvo je neúnosné, môžu na túto skutočnosť poukázať pri predlžovaní doby trvania reklamnej stavby v konaní pred stavebným úradom. To môže viesť k nepredĺženiu doby trvania reklamnej stavby. V takom prípade má vlastník takejto reklamnej stavby povinnosť reklamnú stavbu odstrániť v stanovenej lehote. Nesplnenie povinnosti je sankcionované. Ak vlastník v lehote povinnosť nesplní, rozhodnutie o nepredĺžení doby trvania reklamnej stavby posluží aj ako exekučný titul na odstránenie reklamnej stavby na náklady vlastníka.“⁵

V zmysle rozhodnutia predsedu Národnej rady Slovenskej republiky [č. 387](#) z 11. januára 2021 bol návrh zákona pridelený na prerokovanie Ústavnoprávnemu výboru Národnej rady Slovenskej republiky a Výboru Národnej rady Slovenskej republiky pre verejnú správu a regionálny rozvoj.

Návrh zákona (tlač 390) bol v prvom čítaní prerokovaný na 23. schôdzi Národnej rady Slovenskej republiky, dňa 3. februára 2021.

⁴ Zákon č. 135/1961 Zb. o pozemných komunikáciách (cestný zákon) v znení neskorších predpisov, dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/1961/135/20200401>, [cit. 22.2.2021]

⁵ Dôvodová správa k parlamentnej tlači 390, dostupné na: <https://www.nrsr.sk/web/Dynamic/DocumentPreview.aspx?DocID=489830>, [cit. 22.2.2021]

2. Porovnanie úpravy umiestňovania reklamných pútačov v krajinách EÚ

V komparácii sme sa zamerali na porovnanie možností regulácie umiestňovania, prípadne zákazu umiestňovania reklám miestnymi samosprávami, na povoľovací proces ich umiestňovania a tiež na možný príjem z nich pre miestnu samosprávu.

K základnej otázke toho, či samospráva **má alebo nemá možnosť regulovať** umiestňovanie reklám pomocou nariadení obce, môžeme konštatovať, že väčšina krajín ponecháva **reguláciu umiestňovania reklamy** skôr na obce a mestá, ktoré si môžu svoje pravidlá nastaviť obecnými nariadeniami. Slovenská republika čiastočne priznala samosprávam takúto kompetenciu až od roku 2015. Iba dve krajiny (Grécko a Taliansko) uviedli, že obce takúto kompetenciu nemajú, hoci aj tam im priznávajú viaceré nástroje regulácie (viac v konkrétnom texte).

V nasledujúcej tabuľke sme sa usilovali prehľadne zhrnúť základné fakty k regulácii vonkajšej reklamy, k potrebe povolení od dopravného inšpektorátu, ako aj k zdaňovaniu reklám v jednotlivých štátoch.⁶

Tabuľka č. 1: Súhrnné výsledky analýzy

Krajina	Právny rámec (ak bol uvedený) a právo na reguláciu umiestňovania reklamy prostredníctvom podzákonných právnych predpisov	Právo samosprávy na zakázanie umiestňovania reklamy	Právo samosprávy na odstránenie reklamy	Povolenie od dopravného inšpektorátu pri umiestňovaní reklamy pri ceste	Daň z reklamy
Bulharsko	áno <i>zákon o územnom plánovaní</i>	čiastočne	áno	áno <i>zákon o pozemných komunikáciách</i>	áno
Cyprus	áno <i>zákon o zobrazovaní a kontrole reklám</i>	čiastočne obec môže upravovať umiestňovanie reklám iba v záujme občianskej a verejnej bezpečnosti	áno obec má rozsiahle právomoci na odstránenie reklamy	nie	nie účtuje sa však poplatok za umiestnenie reklamy, ktorý závisí od konkrétnych vlastností reklamnej plochy

⁶ Pokiaľ nie je uvedené inak, informácie sú analyzované na základe ECPRD; www.ecprd.org (interná databáza výmeny informácií medzi národnými parlamentmi dostupná po prihlásení). Požiadavka NR SR: Request No. 4524: Visual pollution – outdoor advertising constructions, billboards and other advertisements. [cit. 22.2.2021]

Porovnávacia analýza: Porovnanie právnej úpravy umiestňovania reklamných pútačov
vo vybraných štátoch

Krajina	Právny rámec (ak bol uvedený) a právo na reguláciu umiestňovania reklamy prostredníctvom podzákonných právnych predpisov	Právo samosprávy na zakázanie umiestňovania reklamy	Právo samosprávy na odstránenie reklamy	Povolenie od dopravného inšpektorátu pri umiestňovaní reklamy pri ceste	Daň z reklamy
Estónsko	áno <i>zákon o reklame, § 13, odsek 1</i>	čiastočne rôzne možnosti, podľa zákona, samosprávy môžu určiť rôzne podmienky	áno	nie je potrebné povolenie od vlastníka cesty <i>zákon o premávke</i>	áno sadzby sú pre každý typ reklamy odlišné <i>zákon o miestnych daniach</i>
Fínsko	áno <i>zákon o územnom plánovaní a stavbe budov 132/1999</i>	áno <i>zákon o územnom plánovaní a stavbe budov 132/1999</i>	nie <i>zákon o verejnom poriadku 612/2003</i>	nie potrebné vopred informovať Centrum pre hospodársky rozvoj, dopravu a životné prostredie	nie
Francúzsko	áno <i>zákon č. 788/2010, o umiestňovaní reklamných plôch v mestských oblastiach</i>	áno obce majú právo regulovať aj zakázať umiestňovanie reklám	áno <i>zákon o životnom prostredí</i>	áno	áno
Grécko	čiastočne reklama sa môže umiestňovať iba v špeciálne navrhnutých reklamných rámoch <i>zákon č. 46526/2020 o podmienkach a pravidlách umiestňovania vonkajších reklám</i>	čiastočne obec môže určiť konkrétnejšie stavebné špecifikácie	áno odstránenie reklamy je na základe rozhodnutia starostu	áno <i>zákon 2696/1999 o cestnej premávke</i>	áno <i>zákon 1144/1981 o poplatkoch za obecnú reklamu</i>
Chorvátsko	áno	áno	áno	áno	nie
Litva	áno	áno	áno	nie	áno

Porovnávacia analýza: Porovnanie právnej úpravy umiestňovania reklamných pútačov
vo vybraných štátoch

Krajina	Právny rámec (ak bol uvedený) a právo na reguláciu umiestňovania reklamy prostredníctvom podzákonných právnych predpisov	Právo samosprávy na zakázanie umiestňovania reklamy	Právo samosprávy na odstránenie reklamy	Povolenie od dopravného inšpektorátu pri umiestňovaní reklamy pri ceste	Daň z reklamy
Lotyšsko	áno <i>zákon o reklame nariadenie vlády č. 732/2012</i>	áno <i>záväzné nariadenie o postupe pri umiestňovaní reklám a iných informačných materiálov (regulované samosprávou)</i>	áno	áno <i>zákon o cestnej komunikácii</i>	áno každá obec určuje výšku poplatku za reklamu umiestňovanie reklamy – napr. v Rige <i>nariadenie č. 51/2006</i>
Luxembursko	áno <i>zákon o územnom plánovaní</i>	áno	áno	čiastočne	nie
Maďarsko	áno <i>zákon LXXVIII / 1997 o formovaní a ochrane zastavaného územia zákon LXXIV / 2016 o panoráme mesta vládna vyhláška č. 104/2017. (IV. 28.) o uplatňovaní zákona o ochrane krajiny, súvisiace so zverejňovaním reklám</i>	áno	nie	čiastočne <i>zákon I/1998, odsek 42/A</i>	nie <i>zrušená zákonom LXXVII/ 2020</i>
Nemecko	áno <i>stavebný zákon</i>	áno	áno	nie povolenie vydáva stavebný úrad	nie
Poľsko	áno <i>stavebný zákon zákon o verejných komunikáciách 470/2020 zákon o územnom plánovaní a rozvoji 293/2020</i>	áno <i>zákon o územnom plánovaní a rozvoji 293/2020</i>	áno <i>zákon o územnom plánovaní a rozvoji 293/2020</i>	áno <i>stavebný zákon</i>	áno <i>zákon o daniach a miestnych poplatkoch 849/2014</i>

Porovnávacia analýza: Porovnanie právnej úpravy umiestňovania reklamných pútačov
vo vybraných štátoch

Krajina	Právny rámec (ak bol uvedený) a právo na reguláciu umiestňovania reklamy prostredníctvom podzákonných právnych predpisov	Právo samosprávy na zakázanie umiestňovania reklamy	Právo samosprávy na odstránenie reklamy	Povolenie od dopravného inšpektorátu pri umiestňovaní reklamy pri ceste	Daň z reklamy
Portugalsko	áno <i>Ústava Portugalska</i> zákon č. 75/2013 – článok 15 (1g), článok 33 (1); zákon č. 97/88 – článok 1 (2) a článok 11	áno	áno zákon 97/88 – článok 8 a článok 9 vyhláška 48/2011 – článok 26 a článok 27	áno zákon 97/88 – článok 2(2); zákon 34/2015 – článok 28, článok 41 a článok 59	áno zákon č. 53–E/2006 – článok 3 článok 4, článok 6 a článok 8
Rakúsko	áno zákona o územnom plánovaní Horného Rakúska 114/1993. stavebný zákon Horného Rakúska 44/1994 zákon o cestnej premávke, § 82 mediálny zákon, § 48	áno	áno stavebný zákon Horného Rakúska 44/1994, § 27	áno na základe zákona o cestnej premávke, § 82	nie
Rumunsko	áno zákona č. 185/2013 zákon č. 50/1991 o stavebný zákon	čiastočne zákon č. 185/2013	čiastočne	čiastočne zákon č. 185/2013	nie
Slovinsko	áno	áno	áno	nie	áno
Slovensko	čiastočne	čiastočne	áno	áno	nie
Španielsko	áno	áno	áno	čiastočne reklamné plagáty umiestnené mimo mestských oblastí	čiastočne samospráva si môže určiť poplatky alebo miestne dane

Porovnávací analýza: Porovnanie právnej úpravy umiestňovania reklamných pútačov
vo vybraných štátoch

Krajina	Právny rámec (ak bol uvedený) a právo na reguláciu umiestňovania reklamy prostredníctvom podzákonných právnych predpisov	Právo samosprávy na zakázanie umiestňovania reklamy	Právo samosprávy na odstránenie reklamy	Povolenie od dopravného inšpektorátu pri umiestňovaní reklamy pri ceste	Daň z reklamy
Švédsko	áno	častočne tých, ktoré potrebujú stavebné povolenie	odpoveď nebola uvedená	odpoveď nebola uvedená	odpoveď nebola uvedená
Taliansko	častočne <i>zákon o cestnej premávke</i> <i>vyhláška č. 495 z roku 1992, čl. 47-59</i>	častočne	áno	nie	áno výška dane závisí od zobrazovacej plochy

Zdroj: Vypracovala autorka na základe odpovedí na ECPRD požiadavku č. 4524.

2.1. Príklady z vybraných štátov

2.1.1. Povolenie / zákaz umiestňovania reklám samosprávami

V **Bulharsku** podmienky a postup pri vydávaní povolení na umiestňovanie reklamných prvkov určuje *nariadenie obecného zastupiteľstva* príslušnej obce. Regulácia je na základe ustanovení [zákona o územnom plánovaní](#) o umiestňovaní reklamných prvkov – **podľa schémy umiestnenia** na nehnuteľnosti v majetku štátu alebo obce, alebo **na základe náčrtu označujúceho spôsob umiestnenia** na nehnuteľnosti (súkromný majetok). Technické pravidlá umiestňovania a požiadavky na reklamné prvky, typy, rozmery, konštrukcie a ďalšie špecifické znaky, ako aj **zóny s obmedzujúcim režimom** ich umiestňovania, ustanovujú obecné nariadenia.

Na **Cypre** môžu samosprávy prostredníctvom miestnych nariadení upravovať postupy na udelenie povolenia na umiestnenie reklám. Viaceré obce zakazujú udeľovanie licencií reklamám v prípade ich **hromadného umiestňovania na podlažiach a balkónoch** v určitých oblastiach. Konkrétne typy reklám potom uvádzajú vo svojich miestnych územných plánoch. Napríklad v nich môžu predstavovať **oblasti osobitného charakteru** alebo čisto len obytné oblasti.

V **Estónsku** sa zákaz umiestňovania reklamy môže vydať napr. vtedy, ak **reklama nie je vhodná pre konkrétne mestské prostredie** kvôli jej dizajnu, rozsahu či materiálu. Prípadne

ak reklama nie je vhodná pre konkrétne architektonické prostredie (vopred sa určí, že na konkrétnej budove nemôžu byť umiestnené žiadne reklamy).

Vo **Fínsku** má obec právo zakázať umiestňovanie reklám na niektorých častiach svojho územia (historické budovy, cintoríny či parky). Je zakázané inštalovať reklamy s osľňujúcimi svetlami, ktoré ohrozujú bezpečnosť, alebo reklamy podobajúce sa zariadeniam, ktoré sa používajú na riadenie dopravy, prípadne predstavujú iné bezpečnostné riziko. Na žiadosť polície musí osoba, ktorá ich nainštalovala, takéto svetlá alebo reklamy bezodkladne odstrániť.

Vo **Francúzsku** regulácia umiestňovania reklamy závisí od obcí. Napríklad *miestne nariadenie o reklame v Paríži*, schválené vo februári 2019, rozdeľuje reklamné **priestory mesta do troch zón**. Iba prvá zóna zahŕňa oblasti, v ktorých je umiestňovanie reklám z hľadiska ochrany územia najcitlivejšie, a teda tam môže byť úplne zakázané. Ostatné zóny majú menej prísne obmedzenia. Umiestňovanie reklamy je tiež zakázané na poliach, na elektrických stĺpoch, na telekomunikačných stĺpoch, na zariadeniach verejného osvetlenia, ako aj na zariadeniach informujúcich o pravidlách cestnej či železničnej dopravy.

V **Grécku** umiestňovanie reklám upravuje [zákon č. 46526/2020 o podmienkach a pravidlách umiestňovania vonkajších reklám](#). Samosprávy neupravujú umiestňovanie reklamy nad rámec zákona vo svojich obecných nariadeniach. Podľa zákona, vonkajšia reklama môže byť umiestnená iba v **špeciálne navrhnutých reklamných rámoch**, ktoré sú umiestnené v priestoroch určených na vonkajšiu reklamu. V súlade s ustanoveniami článku 3 ods. 1 a 4 a ustanoveniami článku 5 [zákona 2946 / 2001](#) – samosprávy sú povinné určiť v rámci svojich administratívnych hraníc dostatočné a vhodné priestory, do ktorých je povolené umiestňovať iba špeciálne navrhnuté rámy na zobrazovanie reklám.

Reklamné priestory pozostávajú z plochy, ktorá obsahuje reklamu, a rámu, ktorý túto reklamu drží. V závislosti od umiestnenia reklamného rámu môžu byť reklamné plochy maximálne v dvojnásobkoch rozmerov 0,70 m x 1,05 m (jedna jednotka), spolu môže mať reklamný priestor až 32 takýchto jednotiek. Pre umiestnenie každého reklamného rámu musí mať vlastník objektu súhlas obce, v ktorom stavebný inžinier osvedčí statickú vhodnosť reklamného rámu.

V Grécku sú reklamy zakázané:

- a) v archeologických a historických lokalitách a v ochranných pásmach okolo nich, v tradičných osídleniach a v ich okolí, ako aj v lokalitách charakterizovaných ako zvláštne prírodné úkazy, a to bez predchádzajúceho súhlasu Ministerstva kultúry a športu;
- b) na pamiatkach, v ich okolí alebo v ich ochranných pásmach a tradičných budovách, a to bez predchádzajúceho súhlasu Ministerstva kultúry a športu;
- c) v budovách určených na verejné služby a služby miestnych orgánov;

- d) na cintorínoch, na budovách svätých chrámov každého náboženstva a tiež v ich okolí;
- e) na povrchoch technických diel orgánov verejného sektora, ako sú oporné múry, mosty, tunely, pokrytia ciest a chodníkov, ako aj stĺpy a rozvodne inžinierskych sietí;
- f) v budovách národných galérií;
- g) na verejných informačných značkách, na dopravných značkách a na semaforoch;
- h) v oblastiach, ktoré zakazuje [zákon 2696/1999 o cestnej premávke](#), článok 11;
- i) v oblastiach chránených ustanoveniami lesných právnych predpisov.

V **Litve** je umiestnenie vonkajšej reklamy regulované *zákonom o reklame* a príslušnými doplňujúcimi nariadeniami obcí. Každé obecné zastupiteľstvo schvaľuje postup vydávania a odnímania povolení pre vonkajšie reklamy a rozhoduje tiež o príslušnom poplatku za reklamu. Obec má právo nevydať povolenie na montáž vonkajšej reklamy. Umiestnenie reklamných plagátov, ako aj iných druhov vonkajšej reklamy, musí zodpovedať špeciálnym územnoplánovacím nariadeniam pre vonkajšiu reklamu, ktoré **schvaľuje obecný/mestský úrad**.

V **Lotyšsku** majú samosprávy v súlade s ustanoveniami zákona o reklame a ďalších predpisov v oblasti reklamy právo vydávať záväzné predpisy týkajúce sa umiestňovania reklamy na verejných priestranstvách. Ďalej môžu **určovať veľkosť, typ, svetelné a zvukové efekty reklamy podľa dopadu na životné prostredie** a na základe architektúry budov a štruktúr. Taktiež sú v súlade so [zákonom o miestnych samosprávach](#) mestské a obecné zastupiteľstvá oprávnené vydávať záväzné nariadenia týkajúce sa zodpovednosti za porušenie pravidiel umiestňovania reklám. Je zakázané umiestniť reklamu, ktorá nebola realizovaná v súlade s náčrtom alebo fotodokumentáciou priloženou pri schvaľovaní stavebnou radou.

V **Maďarsku**, podľa [vládneho nariadenia 104/2017](#) a podľa [zákona LXXIV/2016 o panoráme mesta](#) miestne samosprávy prijímajú vyhlášky o výzore mesta na ochranu „vizuálu“ sídiel. Na reklamu sa vzťahujú miestne vyhlášky, keďže spadá pod „vizuál“. Jediný povolený spôsob reklamy je spravidla prostredníctvom mestského mobiliáru na verejnom priestranstve. Vládna vyhláška č. 104/2017 určuje, že za mestský mobiliár sa považujú:

- zastávky pre cestujúcich,
- stánky,
- reklamné stĺpy pre inzerovanie kultúrnych podujatí,
- alebo reklamné konštrukcie na informačné či iné účely.

V prípade zastávok a stánkov by sa ich vonkajšia časť nemala používať na reklamné účely, k dispozícii je zvyšná plocha. V prípade reklamných stĺpov je k dispozícii celá plocha. V prípade reklamných konštrukcií na informačné či iné účely je povolené použitie dvoch tretín

dostupnej plochy. Podľa *vládnej vyhlášky č. 312/2012* reklamné stavby nepotrebnú stavebné povolenie.

Všeobecne platí, že použitie lepidla na plagáty na mestskom mobiliári nie je povolené s výnimkou lepenia na reklamné stĺpy, ktoré sú určené najmä na inzerovanie kultúrnych podujatí. Legislatíva uprednostňuje reklamy – ako podsvietené reklamné vitríny – digitálne plagáty a ďalšie podobné reklamy pred lepenými plagátmi.

Maximálna veľkosť plagátu a reklamnej plochy je 9 m² a minimálna veľkosť sú 2 m². Maximálna veľkosť mestského mobiliára je 11 m².

Reklamy na budovách sú povolené počas doby výstavby (nová práca, doplnky, zmeny, renovácia a pod.), ak reklama odkazuje na stavebné práce.

V roku 2016 bola stanovená lehota odkladu na odstránenie skôr postavených reklamných konštrukcií, ktoré nie sú v súlade s novou právnou úpravou, vrátane billboardov. Prvý termín odkladu bol 31. december 2020, v tomto roku sa však predĺžil do 31. decembra 2023.

Miestne samosprávy majú navyše **právomoc kontrolovať reklamné nosiče – vrátane počtu, tvaru, veľkosti a použitej technológie** – prostredníctvom notifikačného postupu.

Vyhláška uvádza zoznam verejných a súkromných priestorov, kde je alebo nie je povolené používať mestský mobiliár. Jedinými legálnymi reklamnými plochami sú verejné plochy a povrchy verejných nehnuteľností za podmienky, že ide o pozemok určený na rozvoj*. Existujú dve výnimky: vojenská pôda a cintorín. V týchto dvoch prípadoch je reklama zakázaná. Akákoľvek iná oblasť vrátane súkromných alebo verejných nerozvojových pozemkov** je vylúčená z reklamného trhu a nemožno sem umiestňovať nijaké reklamy.

* Pozemky určené na rozvoj: oblasti v správnom obvode sídiel, ktoré sú zastavané alebo sú určené na stavebné účely.

** Nerozvojové pozemky: verejné otvorené priestranstvá, verejné cesty, poľnohospodárske oblasti a zalesnené oblasti a / alebo oblasti na iné účely v správnom obvode sídiel.

V **Nemecku** sú reklamné stavby umiestnené iba na základe povolenia obce. Reklamné stavby nesmú predstavovať žiadne nebezpečenstvo, napríklad prekážku cestnej premávky, alebo rozptyľovať účastníkov cestnej premávky. Rušivé hromadenie reklamných stavieb nie je povolené. Ak bolo na danom mieste schválených niekoľko reklamných stavieb, **môže sa dosiahnuť hranica a už nebude možné inštalovať novú reklamnú stavbu**, ktorá by za iných okolností bola povolená. Obce sú tiež oprávnené určiť veľkosť, farbu a umiestnenie reklamných stavieb.

V **Polsku** môže obec ustanoviť uznesením pravidlá a podmienky umiestňovania drobných architektonických objektov, billboardov, reklamných zariadení a oplotení, ich rozmery, kvalitu a druh stavebných materiálov, z ktorých môžu byť vyrobené. Obec nedefinuje podrobne umiestnenie predmetných objektov, zariadení a vývesných tabúľ, ale stanovuje pravidlá a podmienky. Prijatie uznesenia v tejto veci je právom obce, nie povinnosťou. Prijaté uznesenie sa vzťahuje na celú oblasť obce, ale nevzťahuje sa na ohraničené oblasti ustanovené ministrom dopravy. Uznesenie môže obsahovať aj odlišné nariadenia pre špecifické oblasti v obci. Na základe *zákona o ochrane národných pamiatok a starostlivosti o ne* je na umiestňovanie tabúľ, reklám a nápisov na objekty zapísané v registri pamiatok potrebné povolenie okresného pamiatkového inšpektora a stavebné povolenie v súlade so *stavebným zákonom*.

Obecné zastupiteľstvo nemôže svojím uznesením upravovať umiestňovanie reklamy na diaľniciach, rýchlostných cestách a železničných tratiach. Tie nepatria do jeho kompetencií.

Pokiaľ ide o vývesné tabule, obec definuje pravidlá a podmienky ich umiestnenia, rozmer a počet tabúľ, ktoré môžu spoločnosti alebo podnikatelia umiestniť na nehnuteľnosť. Osoba pôsobiaca v danej budove môže tabule vyvesiť, aj ak nejde o majiteľa budovy.

V **Portugalsku** môžu obce stanovovať pravidlá v oblastiach využívania verejného priestoru pri umiestňovaní reklamy komerčnej alebo propagačnej povahy a tiež na umiestňovanie a zobrazovanie politických propagačných správ v príslušnom územnom pláne obce. **Obce môžu zakázať umiestňovanie komerčnej reklamy, ak bráni výhľadu na miestnu architektúru alebo ovplyvňuje estetiku prostredia alebo architektúru miest**, ovplyvňuje bezpečnosť alebo škodí životnému prostrediu, obmedzuje pohyb chodcov a zdravotne postihnutých osôb. Nie je dovolené umiestňovať reklamy na budovách – najmä na pamiatkach – historického, kultúrneho, architektonického alebo štátneho významu.

V **rakúskom** hlavnom meste Viedeň je reklama, ktorá nevyžaduje žiadne stavebné povolenie ani povolenie na použitie, ale je umiestnená na určitých verejných priestranstvách dôležitých pre mestskú panorámu, podľa nariadenia mesta **kvôli zachovaniu panorámy zakázaná**. Obec môže regulovať umiestňovanie reklamných plagátov na základe [*viedenského stavebného zákona*](#), [*zákona o cestnej premávke*](#), [*zákona o užívateľských poplatkoch*](#), [*viedenského zákona o ochrane prírody*](#).

V **Slovinsku** obce regulujú vonkajšiu reklamu nariadeniami. Tie určujú podmienky, spôsoby a povinnosti umiestnenia reklamy na územiach, kde má obec majetkové, vecné alebo iné práva, na verejných priestranstvách a na súkromných plochách a na vlastných reklamných konštrukciách. Väčšina nariadení ustanovuje typy a veľkosti reklamných konštrukcií, ktoré môžu byť trvalé alebo dočasné, pohyblivé alebo statické. Okrem toho tiež **zakazujú**

umiestňovanie reklám v zmysle osadenia plagátov na vonkajšie povrchy výkladov, steny, ploty, stromy, oplietenie stavenísk atď.

Obec vykonáva dohľad nad reklamnými stavbami, či sú v súlade s obecnou vyhláškou. Obec môže zakázať umiestňovanie reklám na určitom území, ak sú tam v rozpore s prijatými nariadeniami obce. Obec môže umiestnenie reklám úplne zakázať, ak tak rozhodnú jej orgány (obecné zastupiteľstvo).

V **Španielsku** každá obec upravuje umiestnenie reklamných plagátov podľa svojich vlastných kritérií. Napríklad v nariadení o vonkajšej reklame existujú v meste Madrid **štyri rôzne zóny s odlišnými pravidlami** na umiestňovanie reklamných plagátov.

Vo **Švédsku** nie je povolené umiestňovať reklamu na budovy, ktoré sa považujú za cenné z historického, environmentálneho a umeleckého hľadiska, alebo sú súčasťou kultúrno-historického dedičstva Švédska.

2.1.2. Daň z reklamy

Na **Cypre** obce namiesto dane z reklamy účtujú poplatok za umiestnenie reklamy, ktorý závisí od konkrétnych vlastností reklamnej plochy.

V **Grécku** sa dane za vonkajšiu reklamu vyberajú za každú reklamu, ktorá je umiestnená v rámci administratívnych hraníc obce. Výška poplatku sa určuje na základe rozhodnutia miestneho alebo obecného zastupiteľstva podľa zákona 1144/1981 o poplatkoch za obecnú reklamu.

V **Estónsku** má obec alebo miestna samospráva právo poskytovať daňové stimuly a oslobodenie od dane za určitých podmienok a podľa postupu ustanoveného zastupiteľstvom. Obec môže požadovať zaplatenie dane z akýkoľvek dôvodov, a to aj **na základe zobrazovacej plochy**.

Vo **Francúzsku** sa **daň za vonkajšiu reklamu vzťahuje na všetky viditeľné reklamné plochy**. Daň platí prevádzkovateľ, vlastník alebo osoba, v záujme ktorej sa reklamné zariadenie vyrába. Orámovanie zariadenia nie je zdaňované. Plocha obdĺžnika tvorená koncovými bodmi nápisu, tvaru alebo obrázka je však zdaniteľná. Táto daň sa uplatňuje na každú stranu. To znamená, že obojstranný reklamný plagát alebo obojstranný nápis býva zdanený dvakrát. Podobne ak nedigitálne zariadenie umožňuje umiestnenie niekoľkých plagátov (vrátane rolovacích displejov), daň sa vzťahuje na všetky viditeľné plagáty.

V Lotyšsku daň z vonkajšej reklamy závisí od formátu plagátu a doby, počas ktorej ho prevádzkovateľ plánuje umiestniť. Daň z reklamy je v rôznych obciach rôzna. Predmetom poplatku sú reklama, plagát, oznámenie a iné obrazové informácie, ktoré sú umiestnené na území samosprávy a na verejných priestranstvách. Rovnako sú to aj vizuálne reklamy, v ktorých právnické osoby informujú o svojich činnostiach, a to ak sú umiestnené vedľa príslušných miest podnikania právnických osôb.

Nekomerčné vizuálne informácie sú od dane oslobodené. Patria sem napríklad oznámenia o spoločenských podujatiach, charitatívnych akciách, o podujatiach organizovaných orgánmi štátnej správy na podporu umenia, kultúry, vedy a vzdelávania, iné športové alebo medzinárodné podujatia.

Základná sadzba poplatku za reklamu v Rige je 1,50 EUR za jeden meter štvorcový reklamy mesačne. Ak je veľkosť reklamy alebo reklamného média menšia ako jeden meter štvorcový, použije sa pri výpočtoch minimálna plocha jedného metra štvorcového. Ak je čas inzerovania kratší ako jeden deň, použije sa pri výpočtoch minimálny čas inzercie za jeden deň. Poplatok za umiestnenie reklamy sa počíta podľa **nasledujúceho vzorca**:

$$N = \frac{I \times L \times Z \times E \times T \times P}{30} \times Ld,$$

N – poplatok

I – reklamný priestor

L – základná sadzba poplatku

Z – koeficient zóny. Počíta sa zvlášť v centrálnej časti mesta, vo zvyšku mesta a zvlášť pre mobilnú reklamu.

T – faktor efektívnosti, rozlišuje medzi kinetickou reklamou, jednoduchou reklamou a svetelnou reklamou

P – činiteľ plochy v metroch štvorcových

Ld – čas umiestnenia reklamy v dňoch

V Poľsku môže obec určiť výšku poplatkov za reklamu na billboardoch alebo reklamných zariadeniach za predpokladu, že prijala uznesenie o platných pravidlách a podmienkach na umiestnenie drobných architektonických objektov, reklamných billboardov a reklamných zariadení. Poplatok za reklamu sa vyberá od vlastníkov nehnuteľností alebo stavebných konštrukcií, okrem pozemkov vo vlastníctve štátnej pokladnice alebo miestnej samosprávy. Poplatok za reklamu sa skladá z **pevnej časti a variabilnej časti**. *Pevná časť* je paušálna a nezávislá od veľkosti billboardu alebo reklamného zariadenia – počíta sa podľa pevnej dennej sumy. *Variabilná časť* sa počíta s prihliadnutím na plochu billboardu alebo reklamného zariadenia na základe konštantných denných sadzieb týkajúcich sa plošných jednotiek (m²).

Za reklamné plagáty alebo zariadenia sa neúčtujú žiadne poplatky, pokiaľ nie sú viditeľné z verejných priestranstiev, ak ide o vývesné tabule, alebo ak sa používajú iba na šírenie informácií, ktoré trvale odkazujú na ľudí, inštitúcie alebo udalosti, ako aj na náboženské informácie súvisiace s činnosťou cirkví alebo náboženských združení, ktoré sa nachádzajú na miestach bohoslužieb a náboženských aktivít a cintorínoch.

V **Slovinsku** môže obec podľa článku 9 *zákona o financovaní obcí* určiť obecný poplatok za reklamu na verejných priestranstvách. Okrem toho sa daň z pridanej hodnoty platí, keď sa reklama považuje za službu, a daň z príjmu sa platí, ak reklama prináša príjem.

V **Španielsku** môže príslušný miestny orgán rozhodnúť o uložení verejných poplatkov alebo daní za umiestňovanie reklamných plagátov podľa svojich vlastných pravidiel a požiadaviek.

2.1.3. Povolenie dopravného inšpektorátu pri umiestňovaní reklamy

V **Bulharsku** pravidlá umiestňovania reklamných prvkov na cestných komunikáciách upravuje [zákon o pozemných komunikáciách](#). Podľa ustanovení tohto zákona je v rámci cestnej premávky zakázané použitie cestného zariadenia a cestného príslušenstva na reklamné činnosti v akejkoľvek podobe. Umiestnenie reklamy môže byť výnimočne vykonané na základe povolenia príslušného orgánu. Zákon tiež zakazuje výstavbu reklamných zariadení pred vchodom do tunela najmenej 300 m pred zónou výstražnej zvislej signalizácie nad a okolo vchodu do tunela.

V **Poľsku** súhlas na umiestnenie reklamy na verejných komunikáciách vydáva správca cesty na základe žiadosti napr. investora alebo vlastníka. Oznámiť by sa to malo aj príslušnému architektonickému a stavebnému úradu.

Zákaz umiestňovania reklamy platí:

- na medzinárodných cestách,
- v cestnom pruhu mimo zastavaných oblastí (okrem parkovísk),
- v križovatkách a výjazdoch,
- na železničných viaduktoch.

V **Rakúsku** je na základe [zákona o cestnej premávke](#), § 82, možné umiestniť reklamné plochy pri cestách iba s povolením dopravného inšpektorátu. Okrem toho, v prípade akéhokoľvek využitia verejných komunikácií na umiestnenie reklamy, ktorá nespadá do verejného záujmu musí mať prevádzkovateľ reklamy písomný súhlas od správy ciest. Tento súhlas sa vyžaduje aj pre stavby, ktoré sú postavené v oblasti do 8 m vedľa verejných komunikácií a tie, ktoré by mohli narušiť bezpečnosť cesty.

V **Španielsku** sa na umiestňovanie reklamných stavieb pozdĺž cestných komunikácií vzťahuje [zákon 37/2019 o pozemných komunikáciách](#). Mimo mestských častí ciest je zakázané umiestňovať reklamné plagáty na akékoľvek miesto viditeľné z vozovky. Vo všeobecnosti sú zakázané akékoľvek reklamy, ktoré môžu odpútať pozornosť vodičov na ceste.

3. Záver

Odbor Parlamentný inštitút Kancelárie NR SR sa obrátil prostredníctvom *Európskeho centra pre parlamentný výskum a dokumentáciu (ECPRD)* na členské štáty Európske únie, a to s cieľom porovnať situáciu v právnej úprave umiestňovania vonkajšej reklamy na Slovensku a v zahraničí. Podarilo sa nám získať konkrétne údaje z 20 oslovených štátov (*Bulharsko, Cyprus, Estónsko, Fínsko, Francúzsko, Grécko, Chorvátsko, Litva, Lotyšsko, Luxembursko, Maďarsko, Nemecko, Rakúsko, Poľsko, Portugalsko, Rumunsko, Slovinsko, Španielsko, Švédsko a Taliansko*). Porovnávali sme tiež povoloacie procesy umiestňovania reklám či možný príjem samospráv vo forme daní z reklamy.

Veľká väčšina štátov ponecháva **reguláciu umiestňovania reklamy** skôr na obce a mestá, ktoré si môžu svoje pravidlá nastaviť napríklad obecnými nariadeniami.

Vo všeobecnosti môžeme konštatovať, že obce majú právomoc zakázať umiestňovanie komerčnej reklamy, ak bráni výhľadu na miestnu architektúru alebo ovplyvňuje estetiku prostredia či architektúru miest, ovplyvňuje bezpečnosť alebo škodí životnému prostrediu, obmedzuje pohyb chodcov a zdravotne postihnutých osôb. Zároveň nie je zväčša dovolené umiestňovať reklamy na budovách – pamiatkach – historického, kultúrneho, architektonického alebo štátneho významu, či na cintorínoch.

Regulácia umiestňovania reklamných plagátov v jednotlivých krajinách je rôzna, vždy musí byť v súlade s platnou národnou legislatívou. Obec potom v rámci svojej právomoci nastaví povolenie alebo zákaz reklamy podľa podmienok, ktoré jej vyhovujú.

Umiestňovanie reklamných prvkov na nehnuteľnostiach môže byť regulované rôznym spôsobom, a to aj podľa toho, či je budova majetkom štátu, obce alebo súkromným majetkom. Obce majú tiež možnosť určiť technické pravidlá umiestňovania reklám a požiadavky na ich konkrétne atribúty: typy, rozmery, konštrukcie a ďalšie špecifické znaky (ako aj zóny s obmedzujúcim režimom ich umiestňovania).

V prevažnej väčšine obecných pravidiel platí, že reklama nesmie zakrývať mestskú panorámu, ani nesmie meniť výhľady miest a obcí. Vo Viedni sa napríklad zakazuje reklama umiestnená na určitých verejných priestranstvách, ktoré sú dôležité pre mestskú panorámu.

Reklamné stavby tiež nesmú predstavovať žiadne nebezpečenstvo, napríklad prekážku cestnej premávky, ani rozptyľovať jej účastníkov. Rušivé hromadenie reklamných stavieb nie je povolené, a to napr. v Nemecku. Na Cypre môžu samosprávy udeliť zákaz reklám v prípade ich hromadného umiestňovania na podlažiach a balkónoch.

Iným typom regulácie reklamy je rozdelenie mesta na zóny – Paríž je napr. rozdelený na tri zóny s rôznym stupňom regulácie umiestnenia reklamy. V meste Madrid existujú štyri rôzne zóny s odlišnými pravidlami pre umiestňovanie reklamných nosičov.

V Maďarsku mestá regulujú reklamu tak, že ju povoľujú iba na vyhradených verejných plochách určených na rozvoj, **na súkromných plochách je umiestnenie reklám zakázané**.

Mestá môžu požadovať napríklad aj umiestňovanie reklám do špeciálnych rámov (napr. Francúzsko, Grécko).

Podmienky **odstránenia reklamy** v jednotlivých štátoch sú zväčša podobné ako na Slovensku. Prípady, kedy je vlastníkovi nariadené odstránenie reklamy, môžu byť napr. reklama bez stavebného povolenia, alebo ak prevádzkovateľ reklamnej plochy nezíska užívateľské povolenie, môže príslušný orgán odstrániť nelegálne reklamné stavby na náklady osoby, ktorá ich nainštalovala. Odstránenie reklamy je nariadené aj v prípade zachovania panorámy miest bez rušivých reklamných stavieb. Ak je vlastník reklamnej plochy neznámy, reklamu je povinný odstrániť vlastník nehnuteľnosti, na ktorej je reklama umiestnená.

Majiteľ reklamy je povinný rešpektovať nariadenia obce a v prípade, ak reklama nie je v súlade s nimi, je povinný ju odstrániť. Je to zväčša na rozhodnutí obecného/mestského zastupiteľstva; v Grécku o odstránení reklamy rozhoduje starosta.

Aj úplný zákaz reklamy je niekde možný; obec môže umiestnenie reklám úplne zakázať, ak tak rozhodnú jej orgány (obecné zastupiteľstvo).

Polovica skúmaných štátov, na rozdiel od Slovenskej republiky, uplatňuje **daň z reklamy** (sú to Bulharsko, Estónsko, Francúzsko, Grécko, Litva, Lotyšsko, Poľsko, Portugalsko, Slovinsko a Taliansko). Nekomerčné reklamy sú však aj tu od dane oslobodené. Ide napríklad o oznámenia o spoločenských podujatiach, charitatívnych akciách, o podujatiach organizovaných orgánmi štátnej správy na podporu umenia, kultúry, vedy a vzdelávania, ako aj o iných športových či medzinárodných podujatiach.

Podmienky dane z reklamy sú nastavené rôzne, závisia napríklad od veľkosti a druhu reklám, tiež je dôležitá lokalita. Daň z reklamy môže byť v rôznych mestách či mestských častiach v rámci jednej krajiny rôzna, pričom je regulovaná danou samosprávou.

V Estónsku, Francúzsku, Lotyšsku je výška dane závislá od zobrazovanej polohy. Vo Francúzsku nie je zdaňované orámovanie reklamného nosiča. Plocha obdĺžnika tvorená koncovými bodmi nápisu, tvaru alebo obrázka je však zdaniteľná. Táto daň sa uplatňuje na každú stranu a každý jednotlivý plagát. V Lotyšsku daň z vonkajšej reklamy závisí od formátu plagátu a doby, počas ktorej ho prevádzkovateľ plánuje umiestniť. V jeho hlavnom meste Rige je cena za jeden m² reklamy 1,50 EUR mesačne. Ak je aj veľkosť reklamy alebo reklamného média menšia, použije sa pri výpočtoch minimálna plocha 1 m². Ak je čas inzerovania kratší ako jeden deň, použije sa pri výpočtoch minimálny čas inzercie jeden deň. Poplatok za umiestnenie reklamy sa počíta podľa konkrétneho vzorca. V Poľsku je poplatok za reklamu zložený z pevnej a variabilnej časti.

V Maďarsku bola daň z reklamy zrušená minulý rok zákonom LXXVI/ 2020.

Niekoľko skúmaných krajín, vrátane Slovenska uviedlo, že na umiestnenie reklamy pri cestnej komunikácii je potrebný súhlas **dopravného inšpektora** (napr. Bulharsko, Francúzsko, Grécko, Chorvátsko, Lotyšsko, Poľsko, Portugalsko). Vo všeobecnosti sú zakázané akékoľvek reklamy, ktoré môžu odpútať pozornosť vodičov na ceste a tým znižovať bezpečnosť cestnej premávky.

4. Použité zdroje

1. ECPRD (interná databáza výmeny informácií medzi národnými parlamentmi), www.ecprd.org. Požiadavka NR SR: Request No. 4524 – Visual pollution – outdoor advertising constructions, billboards and other advertisements. [cit. 22.2.2021]
2. Zákon č. 293/2014 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 50/1976 Zb. o územnom plánovaní a stavebnom poriadku, dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2014/293/>, [cit. 22.2.2021]
3. Zákon č. 135/1961 Zb. o pozemných komunikáciách (cestný zákon) v znení neskorších predpisov, dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/1961/135/20200401>, [cit. 22.2.2021]
4. KREKOVIČ, Miloš: *Najviac billboardov je na Slovensku. Škodí vizuálny smog?* In SME. Dostupné na: <https://domov.sme.sk/c/6359944/najviac-billboardov-je-na-slovensku-skodi-vizualny-smog.html>, [cit. 22.2.2021]
5. Uvedená legislatíva jednotlivých štátov