



ΒΟΥΛΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ

ΠΑΣΟΚ – ΚΙΝΗΜΑ ΑΛΛΑΓΗΣ

ΕΡΩΤΗΣΗ

Προς τους κ.κ. Υπουργούς

Υποδομών και Μεταφορών

Εσωτερικών

Θέμα: Ρυθμισμένη υπαίθρια διαφήμιση, ρόλος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και αντιμετώπιση της παράνομης διαφήμισης στον αστικό ιστό

Η ποιότητα του αστικού ιστού και η εύρυθμη λειτουργία των πόλεων αποτελούν κρίσιμους πυλώνες βιώσιμης αστικής ανάπτυξης. Στο πλαίσιο αυτό, η υπαίθρια διαφήμιση οφείλει να λειτουργεί με σαφείς κανόνες, θεσμική εποπτεία και διακριτούς ρόλους μεταξύ νόμιμων και παράνομων πρακτικών.

Η ελληνική έννομη τάξη έχει προβλέψει ειδικό και αυστηρό πλαίσιο για τη νόμιμη υπαίθρια διαφήμιση, ιδίως σε κοινόχρηστους χώρους και στέγαστρα στάσεων αναμονής επιβατών. Ο ν. 2946/2001 και η ΚΥΑ 46526/2020, όπως ισχύουν, καθορίζουν με σαφήνεια τις αρμοδιότητες των Δήμων, τον καθορισμό χώρων με απόφαση Δημοτικού Συμβουλίου, τη διενέργεια διαγωνιστικών διαδικασιών, καθώς και αυστηρές τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές. Ειδικότερα, προβλέπονται αναλυτικά οι χώροι στους οποίους απαγορεύεται η υπαίθρια διαφήμιση στο άρθρο 2 του ν. 2946/2001, και οι επιτρεπόμενοι χώροι διενέργειας στο άρθρο 3 του ν. 2946/2001, όπου προβλέπεται, μεταξύ άλλων ότι «Εντός των διοικητικών τους ορίων, οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.) α' βαθμού μπορούν να καθορίζουν κατάλληλους χώρους, στους οποίους και μόνον επιτρέπεται να τοποθετούνται ειδικά διαμορφωμένα πλαίσια για την προβολή των διαφημίσεων που αναφέρονται στην περ. α' της παρ. 2 του άρθρου 1. Το δικαίωμα παραχώρησης της χρήσης των χώρων που αναφέρονται στην παρ. 1 για υπαίθρια διαφήμιση, ανήκει στον Ο.Τ.Α. α' βαθμού, σύμφωνα με τις διατάξεις που ισχύουν κάθε φορά για την εκμίσθωση ακινήτων των Δήμων.» ενώ στο άρθρο 4 προβλέπεται

ότι «1. Η υπαίθρια διαφήμιση 2 γίνεται υποχρεωτικά σε μόνιμα και σταθερά ή προσωρινά και κινητά πλαίσια που κατασκευάζονται με βάση τις προδιαγραφές οι οποίες ορίζονται στις κανονιστικές πράξεις που εκδίδονται κατ' εξουσιοδότηση της παρ. 8 του προηγούμενου άρθρου.».

Παράλληλα, σύμφωνα με το άρθρο 2 της ΚΥΑ 46526/2020 «Η προβολή υπαίθριας διαφήμισης επιτρέπεται να διενεργείται μόνο μέσα σε ειδικά διαμορφωμένα πλαίσια (διαφημιστικά πλαίσια), τα οποία τοποθετούνται στους χώρους που έχουν καθοριστεί για την προβολή υπαίθριας διαφήμισης, σύμφωνα με τις διατάξεις των παρ. 1 και 4 του άρθρου 3 και των διατάξεων του άρθρου 5 του ν. 2946/2001. Η τοποθέτηση των διαφημιστικών πλαισίων και οι προδιαγραφές κατασκευής τους διέπονται από τους όρους και τις προϋποθέσεις που καθορίζονται στον ν. 2946/2001, καθώς και από τους όρους και τις προϋποθέσεις που καθορίζονται με τα επόμενα άρθρα της παρούσας απόφασης».

Στο πλαίσιο αυτό, η υπαίθρια διαφήμιση που διενεργείται σε στέγαστρα στάσεων αναμονής επιβατών, μέσω κάθετων διαφημιστικών πλαισίων διπλής όψευς, συμπεριλαμβανομένων ψηφιακών (digital) διαφημιστικών πλαισίων, αποτελεί θεσμοθετημένη, πλήρως ελεγχόμενη και απολύτως νόμιμη δραστηριότητα, η οποία λειτουργεί κατόπιν αποφάσεων των Δημοτικών Συμβουλίων και μετά από διαγωνιστικές διαδικασίες.

Ιδίως τα σύγχρονα digital διαφημιστικά πλαίσια αποτελούν μέρος του σύγχρονου αστικού εξοπλισμού των πόλεων και προβλέπονται ρητά από το ισχύον κανονιστικό πλαίσιο. Πέραν της διαφημιστικής τους λειτουργίας, τα ψηφιακά αυτά μέσα επιτελούν και σημαντικό δημόσιο ρόλο, καθώς παρέχουν τη δυνατότητα άμεσης προβολής μηνυμάτων πολιτικής προστασίας, προβολής ειδοποιήσεων Amber Alert και μετάδοσης ενημερωτικών μηνυμάτων προς τους πολίτες. Πρόκειται για λειτουργίες που εντάσσονται στη λογική των σύγχρονων ευρωπαϊκών πόλεων όπου ο αστικός εξοπλισμός αξιοποιείται και ως εργαλείο δημόσιας ενημέρωσης και προστασίας των πολιτών.

Επομένως, η υπαίθρια διαφήμιση στα στέγαστρα στάσεων και σε άλλους κοινόχρηστους χώρους δεν αποτελεί αυθαίρετη πρακτική, αλλά θεσμοθετημένη, ελεγχόμενη και απολύτως νόμιμη δραστηριότητα, η οποία προσφέρει σημαντικά οφέλη στους Δήμους και στους πολίτες.

Αντιθέτως, σοβαρό ζήτημα εξακολουθεί να αποτελεί η παράνομη και ανεξέλεγκτη διαφήμιση σε ιδιωτικούς χώρους που αναπτύσσεται σε προσόψεις κτιρίων, σε βιτρίνες επιχειρήσεων, σε πρασιές και περιβάλλοντες χώρους, με φωτεινά ή φωτιζόμενα μέσα, εκτός κάθε αδειοδοτικού πλαισίου. Οι πρακτικές αυτές εγείρουν 3 σοβαρά ζητήματα ασφάλειας των κατασκευών, στατικής επάρκειας, ευθύνης σε περίπτωση ατυχήματος, καθώς και αισθητικής υποβάθμισης του αστικού χώρου.

Επιπλέον, η παράνομη αυτή δραστηριότητα λειτουργεί εις βάρος των Δήμων, καθώς στερεί από την Τοπική Αυτοδιοίκηση σημαντικά έσοδα από μισθώματα και τέλη διαφήμισης, ενώ ταυτόχρονα υπονομεύει το θεσμοθετημένο σύστημα νόμιμης υπαίθριας διαφήμισης.

Η εμπειρία δείχνει ότι όπου οι Δήμοι έχουν τη δυνατότητα να αναπτύσσουν νόμιμη, ρυθμισμένη υπαίθρια διαφήμιση σε κοινόχρηστους χώρους, επιτυγχάνεται αύξηση των δημοτικών εσόδων (μισθώματα, τέλη διαφήμισης), αναβάθμιση του αστικού εξοπλισμού χωρίς επιβάρυνση των δημοτικών προϋπολογισμών, και αποτελεσματικότερη καταπολέμηση της παράνομης διαφήμισης, καθώς περιορίζεται το πεδίο της αυθαιρεσίας.

Κατόπιν των ανωτέρω ερωτώνται οι αρμόδιοι Υπουργοί:

1. Ποια μέτρα λαμβάνονται για την ενίσχυση των Δήμων στην αντιμετώπιση της παράνομης διαφήμισης σε ιδιωτικούς χώρους (προσόψεις, βιτρίνες, πρασιές), που παραμένει σε μεγάλο βαθμό ανεξέλεγκτη;
2. Προτίθεται η Κυβέρνηση να προχωρήσει σε ενίσχυση των ελεγκτικών μηχανισμών ή σε ειδικές κατευθύνσεις προς τους ΟΤΑ για την καταπολέμηση της παράνομης διαφήμισης σε ιδιωτικούς χώρους, ώστε να μην μετακυλιέται η ευθύνη αποκλειστικά στην Τοπική Αυτοδιοίκηση;
3. Προβλέπεται η ενθάρρυνση και διεύρυνση της δυνατότητας των Δήμων να αξιοποιούν κοινόχρηστους χώρους για νόμιμη υπαίθρια διαφήμιση, με στόχο την αύξηση των ιδίων εσόδων τους, τη βελτίωση του αστικού εξοπλισμού, και την αποτελεσματικότερη καταπολέμηση της παράνομης διαφήμισης;
4. Ποιο είναι το ισχύον πλαίσιο ελέγχου της ασφάλειας και στατικής επάρκειας των κατασκευών παράνομης υπαίθριας διαφήμισης που τοποθετούνται σε ιδιωτικά κτίρια και ποιοι φορείς είναι αρμόδιοι για τη διαπίστωση της αξιοπιστίας και της ασφάλειάς τους;

Αθήνα, 12-3-2026

Οι Ερωτώντες Βουλευτές

Χρηστίδης Παύλος

Νικολαΐδης Αναστάσιος

Δουδωνής Παναγιώτης