

**REPUBLIKA HRVATSKA
ZADARSKA ŽUPANIJA
GRAD ZADAR**

Gradonačelnik

KLASA: 363-01/22-01/388

URBROJ: 2198/01-2-23-6

Zadar, 20. ožujka 2023.

- GRADSKOM VIJEĆU GRADA ZADRA -

PREDMET: Prijedlog Odluke o reklamiranju na području Grada Zadra

**NADLEŽNOST
ZA DONOŠENJE:** GRADSKO VIJEĆE GRADA ZADRA

PRAVNI TEMELJ: - **Zakon o komunalnom gospodarstvu - članak 104.**
(„Narodne novine“ br. 68/18, 110/18 i 32/20)
- **Statut Grada Zadra - članak 27.**
(„Glasnik Grada Zadra“, broj: 9/09, 28/10, 3/13, 9/14, 2/15-
pročišćeni tekst, 3/18, 7/18-pročišćeni tekst, 15/19, 2/20 i 3/21)

PREDLAGATELJ: Gradonačelnik

IZVJESTITELJ: Pročelnik Pročelnik Robertino Dujela, dipl.ing.

MATERIJAL IZRADIO: UO za komunalne djelatnosti i zaštitu okoliša

O b r a z l o Ź e n j e

Važeću Odluku o reklamiranju na području Grada Zadra donijelo je Gradsko vijeće Grada Zadra 2010.godine („Glasnik Grada Zadra“, broj 28/10) s izmjenama i dopunama objavljenim u („Glasniku Grada Zadra“ broj: 4/11, 4/12, 14/13, 4/18, 7/18 – pročišćeni tekst i 2/20.)

Sukladno odredbi članka 48. stavak 4. Jedinstvenih metodološko-nomotehničkih pravila za izradu akata koje donosi Hrvatski sabor, a koje se primjenjuju i u postupku izrade propisa jedinica lokalne samouprave, ako se propis mijenja, odnosno dopunjava, više puta potrebno je pristupiti donošenju novog propisa.

Prijedlogom Odluke o reklamiranju na području Grada Zadra određene su zone i javne površine na području Grada Zadra na kojima se mogu postavljati i isticati reklamne poruke i zaštitne naprave, vrste, način, lokacije postavljanja i isticanja reklamnih poruka i kriteriji za određivanje naknade za isticanje reklamnih poruka.

Prijedlogom Odluke usklađene su zone u kojima se mogu postavljati i isticati reklamne poruke na način da su dijelovi Grada za koje je utvrđeno svojstvo kulturno-povijesne cjeline sukladno Registru kulturnih dobara (kulturno dobro broj Z- 3409 i Z-3167) određeni kao Prva zona. Za postavljanje i isticanje reklamnih poruka u Prvoj zoni potrebno je prethodno ishoditi suglasnost nadležnog tijela za zaštitu spomenika kulture, a za postavljanje reklamnih poruka u kontaktnoj zoni potrebno je ishoditi mišljenje nadležnog tijela za zaštitu spomenika kulture.

Prijedlogom Odluke ukinuta je mogućnost postavljanja malih reklamnih panoa do 6 m² i transparentata, a radi standardiziranog izgleda i uvođenja reda u prostor u smislu prostorno ambijentalnog i estetskog aspekta, omogućava se postavljanje putokaznih / zajedničkih panoa i slobodnostojećih putokaza koji se sastoji od samo jedne reklamne plohe jednakih dimenzija.

Uputom Ministarstva prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine, jedinice lokalne samouprave upućene su uskladiti svoje Odluke o reklamiranju sa Zakonom o financiranju jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave te Zakonom o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi vezano uz propisivanje naknade za reklamiranje.

U skladu sa Zakonom o pravu na pristup informacijama („Narodne novine“ br. 25/13, 85/15 i 69/22) provedeno je javno savjetovanje sa zainteresiranom javnošću putem Internet stranice Grada Zadra u razdoblju od 15. veljače 2023. godine do 17. ožujka 2023. godine. Tijekom javnog savjetovanja nije pristigla niti jedna primjedba.

Slijedom navedenoga dostavlja se Gradskom vijeću ***Prijedlog Odluke o reklamiranju na području Grada Zadra - na razmatranje i odlučivanje.***

GRADONAČELNIK

Branko Dukić, v.r.

Temeljem članka 104. Zakona o o komunalnom gospodarstvu („Narodne novine“, broj: 68/18, 110/18 i 32/20) i članka 27. Statuta Grada Zadra („Glasnik Grada Zadra“, broj: 9/09, 28/10, 3/13, 2/15 – pročišćeni tekst i 3/18, 7/18-pročišćeni tekst, 15/19, 2/20 i 3/21), **Gradsko vijeće Grada Zadra, na __. sjednici, održanoj dana _____ 2023. godine, d o n o s i**

ODLUKU

o reklamiranju na području Grada Zadra

Članak 1.

Ovom Odlukom određuju se:

- zone i javne površine na području Grada Zadra (u daljnjem tekstu: Grad) na kojima se mogu postavljati i isticati reklamne poruke i zaštitne naprave;
- vrste, način, lokacije postavljanja i isticanja reklamnih poruka i zaštitnih naprava;
- kriteriji za određivanje naknade za isticanje reklamnih poruka.

I – ZONE I JAVNE POVRŠINE

Zone

Članak 2.

Područje Grada dijeli se na dvije zone u kojima se mogu postavljati i isticati reklamne poruke i zaštitne naprave.

Članak 3.

Prva zona je dio Grada za koji je utvrđeno svojstvo kulturno-povijesne cjeline, i to:

- Kulturno povijesna cjelina grada Zadra, upisana u Registar kulturnih dobara pod brojem Z-3409;
- Kulturno povijesna cjelina Diklo, upisana u Registar kulturnih dobara pod brojem Z-3167.

Druga zona obuhvaća preostalo pripadajuće administrativno područje Grada.

Javne površine

Članak 4.

Javne površine su površine koje se u svojoj naravi i prema prirodi stvari koriste kao javno dobro, a prema namjeni se razlikuju, te u smislu ove Odluke javnim površinama smatra se:

- javno prometna površina: ceste, zaštitni pojas javne ceste, ulice, trgovi, javni prolazi (kroz zgrade i između zgrada i drugi otvoreni prostori ispred zgrada), mostovi, podvožnjaci, nadvožnjaci, pothodnici, nathodnici, nogostupi, parkirališta, okretišta, stajališta za vozila javnog prijevoza, pješačke i biciklističke staze, pristaništa i obale, kupališta i drugo;
- javno zelena površina: perivoji, drvoredi, živice, travnjaci, dječja igrališta, posude s ukrasnim biljem, zelene površine uz objekte javne namjene, odmorišta, nogostupi i slično;
- ostale površine: autobusni i željeznički kolodvori, trajektna i brodska pristaništa, površine namijenjene javnim priredbama, tržnice i slični prostori, građevine, komunalni objekti i uređaji u općoj uporabi (telefonske govornice, kiosci i slično), nadstrešnice javnog gradskog prijevoza.

Članak 5.

Naziv pravne osobe ili ime fizičke osobe, odnosno oznaka tvrtke na području Grada ističe se bez naknade, na pročeljima zgrada u okviru izloga, vrata ili neposredno pored ulaza na vanjskim dijelovima građevine u kojoj se nalazi poslovni prostor, uglavnom na slobodnom dijelu zida uz ulaz u građevinu ili kolni prolaz, u svrhu pružanja informacija o poslovnom prostoru u objektu.

Veličina ploče je u pravilu do 0,25 m², odnosno 24,0x60,0 cm (ili 40,0x60,0 cm).

Ustanove i druge institucije oznaku tvrtke postavljaju na mjestu određenom posebnim propisima, odnosno na objekt u kojem se nalazi poslovni prostor ustanove i drugih institucija, uglavnom na slobodnom dijelu zida uz ulaz u građevinu.

Članak 6.

Na području Grada postavlja se turistička signalizacija u skladu s posebnim propisima.

II – VRSTE, NAČIN, LOKACIJE POSTAVLJANJA I ISTICANJA REKLAMNIH PORUKA I ZAŠTITNIH NAPRAVA

Reklamne poruke

Članak 7.

Reklamne poruke u smislu ove Odluke su predmeti projektirani ili proizvedeni kao tipski koji materijalima, obradom i oblikovanjem zadovoljavaju kriterije tehničkih i tehnoloških standarda, estetski oblikovani i postavljeni u skladu s izgledom zgrade i okoline, a kojima se privlači pozornost prolaznika, dijele se na:

- reklame
- reklamne panoe

Sadržaj reklamnih poruka ne smije biti neetičan i vrijeđati ljudsko dostojanstvo ili prouzrokovati tjelesnu, duševnu i drugu štetu.

Korisnik reklamne poruke odgovoran je za svaku moguću štetu koja nastane u svezi postavljanja reklamne poruke.

Zaštitne naprave

Članak 8.

Zaštitne naprave u smislu ove Odluke su: tende, roloi, suncobrani i slično na kojima je istaknuta reklamna poruka.

Članak 9.

Tenda se postavlja na pročelje građevine. Po obliku, kada je otvorena, može biti ravna s preklopom ili košarasta s preklopom.

Na pročelju građevina postavljaju se ravne tende s rolo mehanizmom približne dužine otvora izloga, a iznimno košaraste, ako je oblik nadvoja izloga polukružan.

Na jednoj građevini tende se postavljaju u istoj liniji pročelja, iste dužine kada su otvorene, istog oblika, te iste ili slične boje, bez obzira koliko poslovnih prostora ima u nizu.

Materijali za izvođenje tendi su platno, plastika i slični kvalitetni materijali.

Nadstrešnice iznad izloga poslovnih prostora izvedene od stakla, kvalitetnih imitata stakla i drugih materijala na podkonstrukciji, a imaju funkciju isticanja reklamnih poruka, odobravaju se i postavljaju po posebnom propisu.

Reklame

Članak 10.

Pod reklamom se podrazumijeva: tekst poruke, predmeti nositelji propagandne poruke (konzola, nosač i drugo), sve vrste materijala, slika, crtež, svjetlosna i druga reklamna sredstva.

Reklame se moraju svojim oblikom, materijalom, dimenzijama i bojom uklopiti u postojeće okruženje, ne smiju ugrožavati sigurnost prometa, te zaklanjati postojeću prometnu i putokaznu signalizaciju, kulturna dobra i značajne perivoje.

Mogu biti i osvijetljene s time da osvijetljenje mora biti stalnog i ujednačenog intenziteta. Osvjetljenje mora biti usklađeno s važećim propisima o zaštiti od svjetlosnog onečišćenja.

Moraju se držati u urednom i ispravnom stanju tako da ne urušavaju izgled Grada.

Članak 11.

Reklame u smislu ove Odluke su: reklamne zastave, reklamna platna (na građevinskim skelama, na pročeljima zgrada, ogradama i građevinama u rekonstrukciji, sanaciji ili gradnji), plakati, reklamni ormarići, oslikane reklamne poruke (na zidovima građevina, ogradama, tendama, suncobranima i sl.) i reklamni natpisi.

Reklamni panoi

Članak 12.

Reklamni panoi u smislu ove Odluke su: reklamni stupovi (totemi i slično), putokazni/zajednički panoi, pokretni reklamni panoi, osvijetljene reklamne vitrine (city light), veliki reklamni panoi (samostojeći i na objektima) reklamna platna i reklamni uređaji.

Reklamni panoi se moraju svojim oblikom, materijalom, dimenzijama i bojom uklopiti u postojeće okruženje, ne smiju ugrožavati sigurnosti prometa, te zaklanjati postojeću prometnu i putokaznu signalizaciju, kulturna dobra i značajne perivoje.

Mogu biti osvijetljeni s time da osvijetljenje mora biti stalnog i ujednačenog intenziteta. Osvjetljenje mora biti usklađeno s važećim propisima o zaštiti od svjetlosnog onečišćenja.

Moraju se držati u urednom i ispravnom stanju tako da ne narušavaju izgled Grada.

Ukoliko reklamni panoi nemaju nalijepljenu reklamnu poruku, reklamna ploha treba biti prekrivena materijalom bijele boje.

Vrste reklama

Članak 13.

Reklamne zastave su reklamni predmeti na kojima su istaknuti natpisi ili reklamne poruke, a ističu se na za to postavljene jarbole.

Jarbol za zastave je nosač zastave koji se postavlja na pročelje objekta, na zemljište oko objekta ili javnu površinu ovisno o prostornim mogućnostima.

Jarboli trebaju biti estetski prihvatljivi elementi u prostoru, uredni i održavani.

Članak 14.

Jarboli s reklamnim zastavama mogu se postavljati ispred poslovnog prostora na zemljištu objekta u kojem se poslovni prostor nalazi.

Iznimno mogu se postavljati na javnu površinu neposredno ispred objekta, na način da ne ugrožavaju sigurnost prometa i ne zaklanjaju postojeću prometnu i putokaznu signalizaciju.

Jarboli s reklamnim zastavama za manifestacije značajne za Grad i državu, mogu se postaviti na lokacijama koje odredi Gradonačelnik.

Članak 15.

Reklamna platna su platna s otisnutom ili oslikanom reklamnom porukom.

Za postavljanje reklamnih platna veličine od 12 m² do 60 m² na odgovarajući način primjenjuju se odredbe za postavljanje velikih reklamnih panoa.

Članak 16.

Reklamna platna postavljaju se na pročeljima zgrada, ogradnim zidovima, na građevinske skele za vrijeme trajanja radova na obnovi pročelja i sanaciji krova ili se razapinju na građevine u izgradnji dok traju radovi.

Članak 17.

Plakati su nositelji oglasa i sličnih objava reklamno-promidžbenog ili informativnog obilježja.

Mogu se postavljati na oglasnim pločama u vlasništvu Grada, bez naknade i bez odgovornosti Grada za uništenje ili nestanak plakata, u reklamnim ormarićima (kino, kazalište i sl.), izlozima poslovnih prostora koji obavljaju ili ne obavljaju djelatnosti, te na drugim mjestima koja za tu namjenu odredi Gradonačelnik na prijedlog Povjerenstva iz članka 46. ove Odluke.

Članak 18.

Reklamni ormarić je montažna naprava koja služi izlaganju robe i pružanju obavijesti o djelatnosti koja se obavlja unutar prostora ili u svrhu oglašavanja humanitarnih, kulturnih, sportskih i drugih manifestacija.

Članak 19.

Reklamni ormarić se postavlja na slobodni zid prizemlja građevine u okviru prostornih i estetskih uvjeta mikrolokacije, mora biti usklađen s građevinom ispred koje, odnosno na koju se postavlja, te oblikovan i uređen na način da jasno upućuje na djelatnost koja se u poslovnom prostoru obavlja.

Članak 20.

Oslikana reklamna poruka je svaka reklama izvedena pismoslikarskom tehnikom na pročelju zgrade, na izlogu poslovnog prostora, ogradi, tendi, suncobranu, na sredstvima javnog gradskog prijevoza i na površini pločnika.

Članak 21.

Oslikana reklamna poruka istaknuta na pročelju zgrade u svrhu reklamiranja, oglašavanja i pružanja informacija o pravnim subjektima u tim građevinama, postavlja se prema odredbama za postavljanje reklamnih natpisa.

Oslikana reklamna poruka istaknuta na pročelju zgrade i na ogradi, u svrhu komercijalnog reklamiranja i samooglašavanja postavlja se, s obzirom na njihovu veličinu, prema odredbama za postavljanje velikih reklamnih panoa.

Članak 22.

Reklamni natpis je oznaka imena fizičke ili naziva pravne osobe, obrta, poslovnog prostora ili obavijest o djelatnosti koja se obavlja u poslovnom prostoru.

Članak 23.

Reklamni natpis se postavlja na vanjskim dijelovima građevine i ogradama u svrhu reklamiranja, oglašavanja i pružanja informacija o pravnim subjektima u tim građevinama.

Reklamni natpisi postavljaju se u pravilu na građevinu: plošno- postavljeno paralelno s linijom pročelja, te konzolno – postavljeno okomito na pročelje, u pravilu na visinu min. 2,30 m, a plošno može i niže.

Po obliku mogu biti: natpisi od pojedinačnih slova na pročelju (bez podkonstrukcije), ploča, sandučasta reklama, natpis ugrađen u izložni portal, te konzolni – tradicionalnog oblika i konzolni natpis od pojedinačnih slova (bez podkonstrukcije) ili oznaka.

Reklamni natpisi mogu imati ugrađenu rasvjetu.

Reklamni natpisi postavljaju se:

- u zoni prizemlja na slobodni dio pročelja ispod prvoga razdjelnog vijenca neposredno uz izlog poslovnog prostora pravnog subjekta koji se reklamira;
- konzolno na krov građevine;
- unutar fasadnog platna na poslovnim građevinama kao plošni natpis na uličnom pročelju ili zabatu građevine, osim uz ulaz u građevinu i kolni ulaz u dvorište gdje se postavljaju natpisi, te kao konzolni vertikalni natpis na spojevima ili kutovima zgrada.

Ukoliko na uličnom dijelu građevine postoji više poslovnih prostora, reklamni natpisi postavljaju se u pravilu na istu visinu i na istu liniju na pročelju građevine.

Vrste reklamnih panoa

Članak 24.

Reklamni stupovi (totemi i sl.) su samostojeći reklamni panoi, koji služe samoreklamiranju, u pravilu imaju integriranu rasvjetu unutar stupa. Njihova veličina može varirati ovisno o prostornim uvjetima lokacije na koju se postavljaju.

Članak 25.

Reklamni stupovi (totemi i sl.) mogu se postavljati isključivo na parcelu objekta u kojem se nalazi poslovni prostor ili iznimno na javnu površinu neposredno ispred objekta u kojem se nalazi poslovni prostor, ukoliko to dopuštaju prostorne mogućnosti lokacije, odnosno sigurnosni uvjeti u prometu i to u pravilu;

- na udaljenosti od ruba nogostupa minimalno 0,5 m kod gradskih prometnica;
- na udaljenosti od većih raskrižja minimalno 15,0 m;
- prije prometne trake za skretanje i ugibališta javnog gradskog prijevoza minimalno 5,0 m;
- na udaljenosti od najbližeg stabla najmanje 6,0 m, a od grmlja i živice najmanje 3,0 m;

Temelj reklamnog stupa (totema) postavljenog na zelenoj površini mora imati nadsloj zemlje minimalno 20,0 cm.

Članak 26.

Putokazni/zajednički panoi u II zoni su samostojeći standardizirani reklamni panoi koji se sastoje od 4 do 7 segmenata, dimenzija pojedinog segmenta je 30,0 cm x 130,0 cm.

Postavlja ih Grad Zadar, a služe fizičkim i pravnim osobama za samoreklamiranje odnosno usmjeravanje na poslovni prostor odnosno djelatnost koja se oglašava.

Iznimno od prethodnog stavka ovog članka, putokazne/zajedničke panoe mogu postaviti i sve fizičke i pravne osobe na zemljištu koje nije u vlasništvu Grada, kao i slobodnostojeći putokaz koji se sastoji od samo jedne reklamne plohe dimenzija navedenih u stavku 1. ovog članka, uz odobrenje nadležnog upravnog odjela i ispunjenje slijedećih uvjeta;

- da u blizini nema putokaznog/zajedničkog panoa kojeg je postavio Grad,
- da putokazni/zajednički pano ima dimenzije propisane stavkom 1. ovog članka;
- da su ispunjeni uvjeti sigurnosti prometa iz članka 27. ove Odluke.

Svaka fizička i pravna osoba može ishoditi rješenje za veći broj reklamnih ploha – segmenata, ali samo po jedan na putokaznom/zajedničkom panou.

Zatvaranjem obrta ili tvrtke, fizičke i pravne osobe dužne su o tome obavijestiti nadležni upravni odjel Grada u roku od 8 dana od dana zatvaranja obrta ili tvrtke.

Članak 27.

Putokazni/zajednički panoi u II zoni mogu se postavljati na javnu površinu, osim na pješačke otoke i unutar parkirališnog prostora te na dijelovima gdje su u nizu postavljeni veliki reklamni panoi.

Panoi se postavljaju prema rasporedu nadležnog upravnog odjela uvažavajući uvjete sigurnosti prometa i to u pravilu;

- na udaljenosti od ruba nogostupa minimalno 0,50 m;
- na udaljenosti od većih raskrižja minimalno 15,0 m;
- prije prometne trake za skretanje i ugibališta javnog gradskog prijevoza minimalno 5,0 m;
- na zelenoj površini s drvorednim nizovima ili grmljem na početku ili na kraju drvorednog niza uz uvjet da je maksimalna udaljenost od najbližeg stabla 6,0 m, a od grmlja i živice 3,0 m.

Temelj putokaznog/zajedničkog panoa postavljenog na zelenoj površini mora imati nadsloj zemlje minimalno 20 cm.

Članak 28.

Putokazni/zajednički panoi u I zoni su standardizirani reklamni panoi koji se postavljaju na pročelja zgrada, a sastoje se od šest (6) segmenata, dimenzija pojedinog segmenta je 7,00 cm x 50,00 cm.

Iznimno od prethodnog stavka ovog članka, mogu se postaviti na javnu površinu kao slobodnostojeći.

Postavlja ih Grad Zadar, a služe fizičkim i pravnim osobama za samoreklamiranje odnosno usmjeravanje na poslovni prostor odnosno djelatnost koja se oglašava.

Svaka fizička i pravna osoba može ishoditi rješenje za najviše dvije reklamne plohe – segmenata u I zoni, ali samo po jedan na istom putokaznom/reklamnom panou.

Zatvaranjem obrta ili tvrtke, fizičke i pravne osobe dužne su o tome obavijestiti nadležni upravni odjel Grada u roku od 8 dana od dana zatvaranja obrta ili tvrtke.

Članak 29.

Pokretni reklamni panoi (kavaleti) su lako prenosivi samostojeći panoi, jednostrani ili dvostrani koji se koriste za isticanje asortimana proizvoda, vrsta usluge koje se nude i slično, a uklanjaju se nakon završetka radnog vremena ukoliko su postavljeni na javnu površinu.

Moraju biti izrađeni od kvalitetnog materijala, primjerene veličine u pravilu do 1,4 m².

Članak 30.

Pokretni reklamni panoi mogu se postavljati na parcelu građevine u kojoj se nalazi poslovni prostor subjekta te na javnu površinu neposredno uz građevinu na način da ne ometaju prolaz pješaka.

Članak 31.

Osvjetljene reklamne vitrine (city light) su reklamni panoi s integriranim osvjetljenjem u koje se plakati i predmeti oglašavanja ulažu unutar ostakljenih vitrina.

Koriste se za komercijalno oglašavanje i za potrebe Grada.

Osvjetljenje reklamne vitrine mora biti ujednačenog i stalnog intenziteta.

Članak 32.

Osvjetljene reklamne vitrine (city light) postavljaju se kao slobodnostojeće, u sklopu nadstrešnica javnog gradskog prijevoza, na kioscima i na građevinama.

Na građevinama mogu se postavljati na slobodnom dijelu prizemlja građevina na način da ne ugrožavaju sigurnost prometa vozila, te ne narušavaju izgled i funkciju objekta i lokacije.

Slobodnostojeće osvijetljene reklamne vitrine mogu se postavljati na javne površine i zemljišta gdje to omogućava mikrolokacija u skladu s prometnim uvjetima o sigurnosti prometa, u pravilu;

- na razdjelnim pojasevima između prometnih traka;
 - na zelenoj površini s drvorednim nizovima ili grmljem, postavljaju se uz uvjet da je minimalna udaljenost od najbližeg stabla 6,0 m, a od grmlja i živice 3,0 m;
 - na udaljenosti od ruba nogostupa minimalno 0,5 m;
 - na udaljenosti od ruba kolnika minimalno 1,0 m kod gradskih prometnica;
 - na udaljenosti od raskrižja minimalno 15,0 m;
- razmak između osvijetljenih reklamnih vitrina mora iznositi najmanje 20,0 m.

Članak 33.

Veliki reklamni panoi su panoi reklamne površine 6 m² i više, koji se koriste za komercijalno oglašavanje te samoreklamiranje.

Članak 34.

Veliki reklamni panoi veličine od 6 m² do 12 m² (jumbo-panoi, billboardi i slični) mogu se postavljati na javnim površinama, zemljištu u vlasništvu, na objektima i na ogradama gradilišta i to u pravilu;

- na objektima uz suglasnost vlasnika, plošno isključivo na prethodno uređeno pročelje, konzolno na krov objekta, a veličinom i oblikom trebaju biti usklađeni s objektom na koji se postavljaju;
- uz i iznad prometnice gdje to omogućava mikrolokacija;
- na javne površine postavljaju se na lokacijama koje odredi Gradonačelnik na prijedlog Povjerenstva iz članka 46. ove Odluke;
- na zemljištu u vlasništvu uz suglasnost vlasnika;
- bližom stranom panoa na udaljenosti od ruba kolnika minimalno 1,5 m kod gradskih prometnica;
- uz državne ceste i autoceste u skladu s posebnim propisima;
- bližom stranom panoa na udaljenosti ruba nogostupa minimalno 1,5 m uz prometnice;
- na zelenim površinama osim unutar perivoja, drvoreda, perivojnih površina i dječjih igrališta.

Članak 35.

Veliki reklamni panoi veličine od 12 m² do 60 m² (bigboardi, megaboardi i slično) mogu se postavljati na javne površine, objekte i zemljištu u vlasništvu i to u pravilu;

- na javne površine postavljaju se na lokacijama koje odredi Gradonačelnik na prijedlog Povjerenstva iz članka 46. ove Odluke;
- na objektima uz suglasnost vlasnika, plošno isključivo na prethodno uređeno pročelje, konzolno na krov objekta, a veličinom i oblikom trebaju biti usklađeni s objektom na koji se postavljaju;
- na zemljištu u vlasništvu uz suglasnost vlasnika;
- uz i iznad prometnice gdje to omogućava mikrolokacija;
- bližom stranom panoa na udaljenosti od ruba kolnika minimalno 5,0 m uz prometnice;
- uz državne ceste i autoceste u skladu s posebnim propisima;
- bližom stranom panoa na udaljenosti ruba nogostupa minimalno 1,5 m uz prometnice;
- na zelenim površinama osim unutar perivoja, drvoreda, perivojnih površina i dječjih igrališta.

Članak 36.

Veliki reklamni panoi iz članka 34. i 35. ove Odluke, materijalom, veličinom i bojom moraju se uklopiti u postojeće okruženje, a mogu biti i osvijetljeni.

Konstruktivni elementi, nosivi stupovi i rasvjetna tijela, ne mogu se isticati oblikovanjem, bojom i materijalom.

Ukoliko veliki reklamni panoi nemaju nalijepljenu reklamnu poruku, reklamna ploha treba biti prekrivena materijalom bijele boje.

Vlasnik reklamnog panoa dužan je na panou istaknuti broj ili naziv tijela koje je izdalo odobrenje za postavljanje, klasifikacijsku oznaku, Ur.broj, datum izdavanja i rok na koji se postavlja.

Članak 37.

Reklamni uređaji su naprave za prikazivanje izmjenjivih reklamnih poruka. Reklamne poruke mogu se izmjenjivati mehanički (trivision, scrolleri i slično) ili elektronski prikazanom slikom (display, gantry billboard, digitalni totemi i slično).

Članak 39.

Za sve reklamne panoe površine iznad 12 m² potreban je tipski projekt za kojeg je doneseno rješenje na temelju čl. 77. Zakona o gradnji ili tehnička ocjena sukladno posebnom propisu.

Umjesto tipskog projekta i tehničke ocjene iz stavka 1. ovog članka reklamne poruke mogu se postaviti i u skladu s glavnim projektom.

Članak 40.

Sve reklamne poruke postavljaju se prema uvjetima propisanim člancima 10. do 39. ove Odluke.

Iznimno od stavka 1. ovog članka, reklamne poruke mogu se postaviti i drugačije, a odluku o tome donosi Gradonačelnik na prijedlog Povjerenstva iz članka 46. ove Odluke.

Način postavljanja reklamnih poruka i zaštitnih naprava po zonama

Članak 41.

U prvoj zoni mogu se postavljati; oznaka tvrtke, zaštitne naprave, reklamne zastave, reklamna platna, plakati, reklamni ormarići, oslikane reklamne poruke, reklamni natpisi, osvijetljene reklamne vitrine (city light) u sklopu nadstrešnica javnog gradskog prijevoza te sa povijesnim prikazima značajnijih lokaliteta i građevina na području Grada, orijentacijskih planova i drugih informativnih planova, putokazni/zajednički panoi i reklamni uređaji.

Za postavljanje reklamnih poruka i zaštitnih naprava unutar granica zaštićene povijesne jezgre potrebno je prethodno ishoditi suglasnost nadležnog tijela za zaštitu spomenika kulture, a za postavljanje reklamnih poruka i zaštitnih naprava u kontaktnoj zoni potrebno je prethodno ishoditi mišljenje nadležnog tijela za zaštitu spomenika kulture.

Način postavljanja reklamnih poruka propisan za prvu zonu, primjenjuje se i za sve građevine na području Grada koje imaju svojstvo pojedinačnog kulturnog dobra, kao i pristupne površine tim objektima bez obzira na vlasništvo.

U prvoj zoni reklamni stupovi (totemi) i veliki reklamni panoi na građevinama i veliki reklamni panoi od 6 do 12 m², mogu se postavljati samo na javnim površinama i na lokacijama koje odredi Gradonačelnik na prijedlog Povjerenstva iz članka 46. ove Odluke.

Članak 42.

U drugoj zoni mogu se postavljati; oznaka tvrtke, zaštitne naprave, reklamne zastave, reklamna platna, plakati, transparenti, reklamni ormarići, oslikane reklamne poruke, reklamni natpisi, reklamni stupovi (totemi), putokazni/zajednički panoi, pokretni panoi (kavaleti), osvijetljene reklamne vitrine (city light), mali reklamni panoi, veliki reklamni panoi i reklamni uređaji.

Postupak donošenja rješenja, odnosno sklapanje ugovora

Članak 43.

Upravni odjel za komunalne djelatnosti i zaštitu okoliša donosi rješenje kojim utvrđuje prava i obveze korisnika reklamnih poruka i zaštitnih naprava s reklamnom porukom za postavljanje i isticanje reklamnih poruka, izuzev postavljanja i isticanja reklamnih poruka na javnim površinama za koje se provodi javno nadmetanje iz čl. 48. ove Odluke, gdje se prava i obveze korisnika utvrđuju ugovorom.

Članak 44.

Rješenje odnosno ugovor kojim se odobrava postavljanje i isticanje reklamnih poruka sadrži;

- podatke o korisniku (ime fizičke ili naziv pravne osobe, adresa ili sjedište, OIB)
- lokaciju na koju se postavlja i ističe reklamna poruka
- vremenski rok na koji se reklamna poruka ističe i postavlja
- iznos naknade u eurima po 1 m² površine istaknute reklamne poruke
- način i osiguranje plaćanja naknade
- druga prava i obveze

Članak 45.

Zahtjev za postavljanje i isticanje reklamnih poruka podnosi se Upravnom odjelu za komunalnu djelatnost i zaštitu okoliša.

Uz zahtjev potrebno je priložiti:

- programsku skicu (tehnički opis reklamne poruke, izgled, dimenzije, materijal i dr.);
- točan prikaz lokacije, način postave, mogući fotomontažni prikaz izgleda u prostoru;
- za svjetleće reklamne poruke opis priključka na elektromrežu (za veće reklame elektromagnetsku suglasnost)

Ukoliko se reklamna poruka postavlja na zemljište ili objekt koji nije u vlasništvu Grada, potrebno je dostaviti i:

- dokaz o vlasništvu (zemljišno-knjižni izvadak ili posjedovni list)
- suglasnost vlasnika zemljišta odnosno objekta (za stambeni objekt – zgradu, suglasnost sukladno Zakonu o vlasništvu i drugim stvarnim pravima)

Ukoliko se reklamna poruka postavlja na zaštitni pojas javne ceste potrebno je prethodno ishoditi suglasnost nadležne uprave za ceste.

Za reklamnu poruku koja se postavlja unutar granica zaštićene povijesne jezgre potrebno je prethodno ishoditi suglasnost nadležnog tijela za zaštitu spomenika kulture, a za reklamnu poruku koja se postavlja u kontaktnoj zoni potrebno je prethodno ishoditi mišljenje nadležnog tijela za zaštitu spomenika kulture.

Članak 46.

Rješenje odnosno ugovor kojim se odobrava postavljanje i isticanje reklamnih poruka izdavat će se odnosno zaključivat uz ispunjenje uvjeta iz članka 45. ove Odluke i pozitivnog mišljenja Povjerenstva za ocjenu mogućnosti postavljanja reklamnih poruka.

Povjerenstvo za ocjenu mogućnosti postavljanja reklamnih poruka sastavljeno je od tri člana i tri zamjenika člana koje imenuje Gradonačelnik.

Povjerenstvo razmatra svaki pojedini zahtjev za postavljanje reklamnih poruka te donosi mišljenje ocjenjujući estetske, prostorno ambijentalne, prometno-sigurnosne i ostale činitelje.

Članak 47.

Rješenje odnosno ugovor za postavljanje i isticanje reklamnih poruka iz članka 46. ove Odluke izdaje se na vremenski rok od jedne do pet godina.

Iznimno posebnom odlukom Gradonačelnika može se odrediti kraći rok.

Prestanak korištenja reklamnih poruka ili zatvaranje obrta odnosno tvrtke korisnici su dužni obavijestiti Upravni odjel za komunalne djelatnosti i zaštitu okoliša u roku od 8 dana od dana prestanka korištenja ili zatvaranja.

Javno nadmetanje

Članak 48.

Za postavljanje osvijetljenih reklamnih vitrina (city light), velikih samostojećih reklamnih panoa površine 6 m² i više i reklamnih uređaja, ako se postavljaju na zemljište u vlasništvu Grada, provodi se javno nadmetanje koje raspisuje Gradonačelnik, a postupak provodi Povjerenstvo iz članka 46. ove Odluke.

Javno nadmetanje provodi se pozivom na dostavu zatvorenih ponuda.

Poziv na javno nadmetanje objavljuje se u tisku i sadrži:

- lokaciju i namjenu površine
- početnu cijenu mjesečne naknade
- odredbu o obvezi uplate jamčevine
- odredbu da iznos ponuđen za cijenu mjesečne naknade mora biti izražen u apsolutnom iznosu u eurima
- vrijeme na koje se površina daje na korištenje
- rok za podnošenje ponuda
- mjesto i vrijeme otvaranja ponuda
- posebne uvjete propisane ovom Odlukom ili koje odredi Gradonačelnik

Najpovoljniji ponuditelj je sudionik javnog nadmetanja koji uz ispunjenje svih uvjeta iz nadmetanja ponudi najvišu cijenu mjesečne naknade.

Cijenom naknade u smislu ove Odluke smatra se mjesečni iznos koji se plaća po m² reklamne poruke za javnu površinu koja se daje na korištenje.

Početnu cijenu mjesečne naknade utvrđuje Gradonačelnik.

Neposredna dodjela

Članak 49.

Neposredna dodjela za postavljanje osvijetljenih reklamnih vitrina (city light), velikih samostojećih reklamnih panoa površine 6 m² i više i reklamnih uređaja iz članka 48. ove Odluke, odlukom Gradonačelnika moguća je u slučaju:

- ako dosadašnji korisnik javne površine u potpunosti izvršava obveze iz ugovora, prihvati određenu cijenu lokacije i rok na koji se daje površina, nema neposrednih dospjelih obveza prema Gradu te postupa sukladno odredbama Odluke o komunalnom redu;
- ako korisnik mora osloboditi lokaciju radi privođenja namjeni iz prostornog plana;
- ako lokacija ostane slobodna nakon provedenog nadmetanja;
- kada se javna površina daje na otocima;
- iz posebno opravdanih razloga.

III – KRITERIJI ZA ODREĐIVANJE NAKNADE ZA ISTICANJE REKLAMNIH PORUKA

Članak 50.

Naknada za isticanje reklamnih poruka za koje se provodi javno nadmetanje plaća se sukladno kriterijima za određivanje naknade.

Visina naknade za isticanje reklamnih poruka određuje se prema:

- zoni na području Grada;
- vrsti reklamne poruke koja se istiche;
- reklamnoj površini.

Kriteriji iz stavka 2. ovog članka izraženi su u jediničnim iznosima u eurima utvrđenim u Tablici iz članka 52. ove Odluke.

Članak 51.

Naknada za isticanje reklamnih poruka obračunava se mjesečno.

Visina naknade utvrđuje se umnoškom jediničnog iznosa u eurima (ovisno o zoni i vrsti reklamne poruke), propisanog u Tablici iz članka 52. ove Odluke i površine u m² reklamne poruke.

Naknada se plaća jednokratno, unaprijed u utvrđenom godišnjem iznosu i to najkasnije do 31. siječnja tekuće godine.

Ukoliko korisnik reklamnih poruka tijekom godine podnese zahtjev za isticanje reklamnih poruka ili zahtjev za prestanak isticanja reklamnih poruka ili istiche reklamnu poruku sezonski, visina naknade utvrđuje se u razmjernom dijelu godišnje naknade, a plaća se jednokratno prije izdavanja rješenja.

Članak 52.

Visina naknade za isticanje reklamnih poruka utvrđuje se u Tablici kako slijedi:

| | VRSTE REKLAMNIH PORUKA | NAČIN OBRAČUNA | VISINA NAKNADE po zonama u euro/m ² | |
|----|--|----------------|---|-------|
| | | | I | II |
| 1. | Reklamne zastave | mjesečno | 11,28 | 9,29 |
| 2. | Reklamna platna | mjesečno | 1,33 | 0,93 |
| 3. | Reklamni ormarić | mjesečno | 13,94 | 11,28 |
| 4. | Oslikana reklamna poruka | mjesečno | 3,98 | 3,32 |
| 5. | Reklamni natpis | mjesečno | 13,27 | 11,95 |
| 6. | Reklamni stupovi (totem i sl.) | mjesečno | 8,63 | 7,30 |
| 7. | Pokretni reklamni panoi (kavaleti) | mjesečno | 13,27 | 10,62 |
| 8. | Osvijetljene reklamne vitrine(city light) | mjesečno | 13,94 | 11,95 |
| 9. | Veliki reklamni panoi | | | |
| | Veliki reklamni panoi na ogradi gradilišta | mjesečno | x | 1,33 |

| | | | | |
|-----|--|----------|--------------|-------------|
| | Veliki reklamni panoi na građevinama | mjesečno | 3,32 | 2,65 |
| | Veliki reklamni panoi (Jumbo i sl.) veličine od 6 do 12 m ² | mjesečno | 3,32 | 2,65 |
| | Veliki reklamni panoi (Bigboard i sl.) veličine od 12 do 60 m ² | mjesečno | x | 3,98 |
| 10. | Reklamni uređaji (display) | mjesečno | 11,28 | 9,29 |
| 11. | Putokazni/zajednički panoi | | | |
| | Jedna ploha | mjesečno | 6,64 | 6,64 |
| | 2-5 ploha | mjesečno | 8,63 | 8,63 |
| | Više od 5 ploha | mjesečno | x | 9,95 |

Članak 53.

Za isticanje osvijetljenih reklamnih poruka naknada se uvećava za 20% od iznosa naknada utvrđenih u članku 52. ove Odluke.

Članak 54.

Za privremeno isticanje reklamnih poruka u svrhu oglašavanja humanitarnih, kulturnih, sportskih ili drugih manifestacija od posebnog značenja za Grad i državu, Gradonačelnik daje odobrenje bez plaćanja naknade.

Članak 55.

Za postavljanje reklama i isticanje reklamnih poruka na nekretninama u vlasništvu pravnih ili fizičkih osoba na odgovarajući način primjenjuju se odredbe čl. 2., 3., 5., 7. do 43., čl. 44. st.1. podstavak. 1., 2., 3. i 6., čl. 45 do 47, čl. 54, čl. 56 do 62. ove Odluke.

V – NADZOR I KAZNE NE ODREDBE

Članak 56.

Nadzor nad provedbom ove Odluke provodi Odsjek za komunalno redarstvo Grada.

Članak 57.

Rješenje o uklanjanju protupravno postavljenih reklama, reklamnih panoa i zaštitnih naprava bez odobrenja odnosno suprotno odobrenju nadležnog tijela gradske uprave, s rokom izvršenja donosi Odsjek komunalnog redarstva.

Protiv rješenja komunalnog redara kojim se naređuje radnja u svrhu uređenja komunalnog reda može se izjaviti žalba upravnom tijelu županije nadležnom za poslove komunalnog gospodarstva u roku od osam dana od dana primitka rješenja.

Članak 58.

Novčanom kaznom kazniti će se za prekršaj pravna osoba u iznosu od 1.320,00 eura, fizička osoba obrtnik i osoba koja obavlja drugu samostalnu djelatnost u iznosu od 660,00 eura te fizička osoba u iznosu od 130,00 eura ako ima postavljenu reklamu, reklamni pano ili zaštitnu napravu;

- bez odobrenja nadležnog tijela Grada
- na lokacijama i na način suprotan odredbama ove Odluke

Novčanom kaznom od 260,00 eura kaznit će se odgovorna osoba u pravnoj osobi za prekršaj iz stavka 1. ovog članka.

Novčanom kaznom kazniti će se za prekršaj pravna osoba u iznosu od 660,00 eura, fizička osoba obrtnik i osoba koja obavlja drugu samostalnu djelatnost u iznosu od 390,00 eura te fizička osoba u iznosu od 66,00 eura ako:

- ne održava reklame, reklamne panoe i zaštitne naprave sukladno odredbama ove Odluke.

Novčanom kaznom od 130,00 eura kazniti će se odgovorna osoba u pravnoj osobi za prekršaj iz stavka 3. ovog članka.

Novčanom kaznom kazniti će se za prekršaj vlasnik nekretnine pravna osoba u iznosu od 1.320,00 eura te fizička osoba u iznosu od 260,00 eura ako na nekretnini u svom vlasništvu ima postavljenu reklamu, reklamni pano ili zaštitnu napravu:

- bez odobrenja nadležnog tijela Grada
- na lokacijama i na način suprotan odredbama ove Odluke.

Članak 59.

Komunalni redar ovlašten je naplatiti novčanu kaznu za prekršaj iz članka 58. ove Odluke na mjestu izvršenja prekršaja kada je počinitelj prekršaja zatečen u njegovu izvršenju.

O naplaćenju novčanoj kazni izdaje se potvrda počinitelju prekršaja.

Ako počinitelj prekršaja ne pristane platiti novčanu kaznu na mjestu počinjenja prekršaja, izdat će mu se obvezni prekršajni nalog s uputom da novčanu kaznu mora platiti u roku od 8 dana od dana uručenja istog.

Članak 60.

Na osnovu prijave policije, službene osobe inspeksijskog tijela ili upravnog tijela Grada, utemeljene na neposrednom zapažanju, a kojim je dovoljno utvrđeno da je okrivljenik učinio prekršaj iz članka 58. ove Odluke, komunalni redar će bez pozivanja okrivljenika izdati obvezni prekršajni nalog.

VI. PRIJELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE

Članak 61.

Na dan stupanja na snagu ove Odluke prestaje važiti Odluka o reklamiranju na području Grada Zadra („Glasnik Grada Zadra“ broj 28/10, 4/11, 4/12, 14/13, 4/18, 7/18-pročišćeni tekst i 2/20).

Na postupke izdavanja rješenja koji su započeli, a nisu dovršeni prije stupanja na snagu ove Odluke, primjenjuju se odredbe ove Odluke.

U postupcima koji su se pred upravnim odjelom vodili sukladno Odluci o reklamiranju na području Grada Zadra („Glasnik Grada Zadra“ broj 28/10, 4/11, 4/12, 14/13, 4/18, 7/18-pročišćeni tekst i 2/20), a u kojima je rješenje doneseno odnosno ugovor sklopljen, na zahtjev stranke, takva rješenja odnosno ugovori zamijeniti će se novim rješenjem sukladno odredbama ove Odluke.

Članak 62.

Ova Odluka stupa na snagu osmog dana od dana objave u „Glasniku Grada Zadra“.

KLASA: 363-01/22-01/388

URBROJ: 2198/01-1-23-

Zadar,

GRADSKO VIJEĆE GRADA ZADRA

PREDSJEDNIK

Marko Vučetić

OBRAZAC IZVJEŠTAJA O PROVEDENOM SAVJETOVANJU

| IZVJEŠĆE O PROVEDENOM SAVJETOVANJU SA ZAINTERESIRANOM JAVNOŠĆU | | |
|--|---|---|
| Naslov dokumenta | <i>Nacrt prijedloga Odluke o reklamiranju na području Grada Zadra</i> | |
| Stvaratelj dokumenta, tijelo koje provodi savjetovanje | Grad Zadar UO za komunalne djelatnosti i zaštitu okoliša | |
| Svrha dokumenta | Izveščivanje o provedenom savjetovanju sa zainteresiranom javnošću o <i>Nacrtu prijedloga Odluke o reklamiranju na području Grada Zadra</i> | |
| Datum dokumenta | 20. ožujka 2023. godine | |
| Verzija dokumenta | I. | |
| Vrsta dokumenta | Izvešće | |
| Koji su predstavnici zainteresirane javnosti bili uključeni u postupak izrade odnosno u rad stručne radne skupine za izradu nacrtu? | / | |
| Je li nacrt bio objavljen na internetskim stranicama ili na drugi odgovarajući način? | ne | <i>Internetska stranica Vlade</i> |
| | da www.grad-zadar.hr | <i>Internetska stranica tijela nadležnog za izradu nacrtu</i> |
| | ne | <i>Druge internetske stranice</i> |
| Ako jest, kada je nacrt objavljen, na kojoj internetskoj stranici i koliko je vremena ostavljeno za savjetovanje? Ako nije, zašto? | Internetsko savjetovanje sa zainteresiranom javnošću trajalo je u razdoblju od 15. veljače 2023.g. do 17. ožujka 2023. godine na internetskoj stranici Grada Zadra www.grad-zadar.hr . Savjetovanje je trajalo 30 dana. | |
| Koji su predstavnici zainteresirane javnosti dostavili svoja očitovanja? | / | |
| ANALIZA DOSTAVLJENIH PRIMJEDBI Primjedbe koje su prihvaćene Primjedbe koje nisu prihvaćene i obrazloženje razloga neprihvatanja | / | |
| Troškovi provedenog savjetovanja | Provedba javnog savjetovanja nije iziskivala dodatne financijske troškove | |



PROČELNIK
Robertino Đujela, dipl. ing.el.