Gradonačelnik

KLASA: 363-01/18-09/23

URBROJ: 2117/01-01-18-2

Dubrovnik, 17. svibnja 2017.

Na temelju članka 48. Zakona o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi („Narodne novine“, br. 33/01., 60/01., 129/05., 109/07., 125/08., 36/09., 150/11., 144/12., 19/13. – pročišćeni tekst, 137/15. i 123/17.) i članka 41. Statuta Grada Dubrovnika (“Službeni glasnik Grada Dubrovnika“, br. 4/09., 6/10., 3/11., 14/12., 5/13., 6/13. – pročišćeni tekst, 9/15. i 5/18.), Gradonačelnik Grada Dubrovnika donosi sljedeći

Z A K L J U Č A K

1. Utvrđuje se prijedlog Odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika i upućuje se Gradskom vijeću Grada Dubrovnika na raspravljanje i donošenje.
2. Tekst prijedloga Odluke iz točke 1. ovoga Zaključka je sastavni dio istog.
3. Izvjestitelj u ovoj točki bit će Gradonačelnik Grada Dubrovnika Mato Franković i

Pročelnik Upravnog odjela za komunalne djelatnosti i mjesnu samoupravu Zlatko Uršić.

Gradonačelnik

Mato Franković

DOSTAVITI:

1. Služba Gradskog vijeća Grada Dubrovnika, ovdje
2. Upravni odjel za komunalne djelatnosti i mjesnu samoupravu, ovdje
3. Evidencija
4. Pismohrana

Gradsko vijeće

KLASA:

URBROJ:

Dubrovnik,

Na temelju članka 16. stavak 2. točka 1. Zakona o komunalnom gospodarstvu („Narodne novine“ broj: 36/95, 109/95 – Uredba, 21/96 – Uredba, 70/97, 128/99, 57/00, 129/00, 59/01, 26/03. – pročišćeni tekst, 82/04, 110/04 – Uredba, 178/04, 38/09, 79/09, 153/09, 49/11, 84/11, 90/11, 144/12, 94/13, 153/13, 147/14 i 36/15), članka 32. Statuta Grada Dubrovnika („Službeni glasnik grada Dubrovnika“, broj: 4/09, 6/10, 3/11, 14/12, 5/13, 6/13 – pročišćeni tekst, 9/15 i 5/18.) i članka 21. Odluke o komunalnom redu („Službeni glasnik Grada Dubrovnika“, broj: 10/09., 2/10., 6/11., 2/12., 5/14., 8/14., 19/15., 10/16 ., 2/18. i \_/18.), Gradsko vijeće Grada Dubrovnika na \_\_ sjednici, održanoj \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2018. donijelo je

**ODLUKU**

**o reklamiranju na području Grada Dubrovnika**

Članak 1.

1. Odlukom o reklamiranju na području Grada Dubrovnika (dalje u tekstu: Odluka) utvrđuju se zone na području Grada Dubrovnika (dalje: Grad) na kojima se mogu postavljati i isticati reklamni predmeti, vrste reklamnih predmeta, način postavljanja istih, kao i kriteriji za određivanje naknade za isticanje reklamnih poruka.

Članak 2.

1. Značenje pojedinih pojmova u smisli ove Odluke:
2. **javne površine** su površine u općoj uporabi, a prema namjeni razlikuju se:

* javnoprometne površine (dionice razvrstane ceste koje prolaze kroz grad, ulice u naselju, nerazvrstane ceste, trgovi, mostovi, podvožnjaci, nadvožnjaci, pothodnici, nathodnici, pješački prolazi, javni prolazi kroz zgrade i između zgrada i drugi otvoreni prostori ispred zgrada, tuneli, parkirališta, pločnici, nogostupi, pješačke i biciklističke staze, stajališta javnoga gradskog prometa i sl. površine),
* javne zelene površine (parkovi, park-šume, dječja igrališta, travnjaci, staze, zemljišni pojas uz javnoprometne površine na kojemu je zasađeno zelenilo, zelene površine uz objekte javne namjene, odmorišta, nogostupi i staze koje su sastavni dijelovi zelenih površina i sl. površine),
* ostale površine uz objekte koji su namijenjeni za javne priredbe, otvorene tržnice, sajmišta, kolodvori, zračne luke, obale – rive, marine i druge (slične) površine koje su vidljive s javnih površina ili s njima graniče,

1. **reklamiranje** je informiranje, predstavljanje i opisivanje nekog proizvoda, usluge ili djelatnosti potencijalnim korisnicima ili kupcima
2. **reklamni predmeti** u smislu ove Odluke su predmeti projektirani ili proizvedeni kao tipski, koji materijalom, obradom i oblikovanjem zadovoljavaju kriterije tehničkih i tehnoloških standarda, estetski oblikovani i postavljeni u skladu s izgledom građevine i okoline koje svojom reklamnom porukom privlače pozornost potencijalnih korisnika ili kupaca, a dijele se na reklame i reklamne panoe,
3. **komercijalno reklamiranje i oglašavanje** je reklamiranje odnosno oglašavanje proizvoda, usluga ili djelatnosti koje za pojedine naručitelje obavljaju osobe registrirane za tu djelatnost.

Članak 3.

1. Izrazi koji se koriste u ovoj Odluci koji imaju rodno značenje, bez obzira koristili se u muškom ili ženskom rodu, na jednak način obuhvaćaju muški ili ženski rod.

***Reklamni predmeti***

Članak 4.

1. Reklamni predmeti se dijele na reklame i reklamne panoe, a mogu biti i zvučne.
2. Sadržaj reklamnih poruka na reklamama i reklamnim panoima ne smije biti neetičan i vrijeđati ljudsko dostojanstvo ili prouzrokovati tjelesnu, duševnu i drugu štetu.
3. Korisnik reklamne poruke odgovoran je za svaku moguću štetu koja nastane u svezi postavljanja reklame ili reklamnog panoa.

***Zone***

Članak 5.

1. Područje Grada Dubrovnika dijeli se na 4 zone u kojima se određuje način postavljanja reklama i reklamnih panoa.
2. **Prva zona** obuhvaća povijesnu jezgru Grada Dubrovnika i njenu neposrednu okolinu, Gradski predjel Svetog Jakova i Povijesnu cjelinu gradskog predjela Giman, koje imaju svojstvo kulturnog dobra, a čije su prostorne međe i zone zaštite (A, B i C) utvrđene rješenjem Ministarstva kulture, Uprave za zaštitu kulturne baštine, a sve sukladno Grafičkom prikazu povijesne cjeline Grada Dubrovnika i otok Lokrum.
3. **Druga zona** obuhvaća dio administrativnog područja Gradskog kotara Pile -Kono i Gradskog kotara Ploče-Iza grada koje je izvan područje prve zone.
4. **Treća zona** obuhvaća dio naselja Dubrovnik tj. područja Gradskog kotara Gruž, Lapad, Montovjerna.
5. **Četvrta zona** obuhvaća područje Gradskog kotara Mokošica, Komolac, te područja mjesnih odbora: Osojnik, Ljubač, Gromača, Kliševo, Mrčevo, Riđica, Mravinjac, Dubravica, Brsečine, Trsteno, Orašac, Zaton, Koločep, Lopud, Suđurađ, Šipanska Luka i Bosanke.

***Postavljanje reklama***

Članak 6.

1. Reklame su predmeti izrađeni od metala, plastike, stakla, drva ili drugog materijala, na kojima se ističu: slike, crteži, tekstualne poruke ili informacije.
2. Reklame su reklamne zastave, transparenti, strate, tipizirane strate, reklamni natpisi, reklamni logoi, reklamni ormarići ferali, reklamne naljepnice, reklamne ploče, svjetleće reklamne ploče, reklamne ploče na stupovima javne rasvjete i drugi predmeti koji služe reklamiranju osim reklamnih panoa.
3. Postavljaju se na javnim površinama, zemljištu i objektima u vlasništvu, na stupovima javne rasvjete i ogradama.
4. Reklame svojim oblikom, bojom, izgledom ili mjestom postavljanja ne smiju oponašati prometni znak ili sličiti na prometni znak, zaklanjati pješake koji se kreću nogostupom ili pješačkim prijelazom, prometni znak ili preglednost u križanju i odvraćati pozornost sudionika u prometu u mjeri koja može biti opasna za sigurnost prometa.
5. Reklame mogu biti i osvjetljene s time da osvjetljenje mora biti stalnog i ujednačenog intenziteta.
6. Moraju se držati u urednom i ispravnom stanju tako da ne narušavaju izgled Grada.

*Reklamne zastave*

Članak 7.

1. Reklamne zastave su reklame na kojima su istaknuti natpisi i/ili reklamne poruke, a ističu se na za to postavljene jarbole i u držače na pročelju građevine. čija površina po strani zastave ne smije biti veća od 6,00 m².
2. Jarbol za zastave je nosač zastave koji se postavlja na pročelje građevine, na zemljište uz objekt ili javnu površinu ovisno o prostornim mogućnostima na kojima se postavljaju reklamne zastave kao i zastave za određene manifestacije.
3. Jarboli s reklamnim zastavama mogu se postavljati ispred poslovnog prostora na zemljištu objekta u kojem se poslovni prostor nalazi.
4. Jarboli s reklamnim zastavama za manifestacije značajne za Grad i državu, iznimno se mogu postaviti na lokacijama koje Grad odredi, a koje nisu neposredno uz poslovni prostor.

*Transparenti*

Članak 8.

1. Transparenti su predmeti od tkanine, plastificiranog platna i sličnoga kvalitetnog materijala s ispisanom reklamnom porukom, odnosno informacijom.
2. Transparenti se postavljaju razapinjanjem iznad prometnica između dviju građevina i drugih objekata, te na ograde, a u svrhu oglašavanja kulturnih, sportskih i drugih manifestacija od interesa za Grad i državu.
3. Transparenti se postavljaju na temelju odobrenja Upravnog odjela za komunalne djelatnosti i mjesnu samoupravu po prethodno podnesenom zahtjevu.
4. Transparenti se ne mogu postavljati na prometnim znakovima i stupovima javne rasvjete.

*Strate*

Članak 9.

1. Strate su predmeti od tkanine, plastificiranog platna i sličnoga kvalitetnog materijala s ispisanom porukom u svrhu oglašavanja raznih manifestacija od interesa za Grad i državu, čije dimenzije ne prelaze veličine 4,00 m x 3,00 m.
2. Strate se mogu postavljati na pozicijama: Luža, zid iznad male Onofrijeve fontane te zid poviše zapadnog izlaza sa Straduna prema Pilama.
3. Strate iz st. 1. ovog članka postavljaju se na temelju odobrenja Upravnog odjela za komunalne djelatnosti i mjesnu samoupravu po prethodno podnesenom zahtjevu, i to za vremenski period od max. 15 dana, osim u vremenskom periodu od 5. srpnja do 25. kolovoza kada se na pozicijama Luža i zid iznad male Onofrijeve fontane postavlja strata i prikazuje video projekcija Dubrovačkih ljetnih igara.

*Tipizirane strate*

Članak 10.

1. Tipizirane strate su predmeti od tkanine, isključivo bordo boje na kojima su reklamni natpisi otiskani bijelom bojom.
2. Tipizirane strate se postavljaju isključivo u povijesnoj jezgri Grada Dubrovnika, na fasadama zgrada na početku ulica.
3. Pravne i fizičke osobe (trgovačka društva i obrtnici) mogu, temeljem odobrenja nadležnog upravnog odjela isticati reklamne natpise na tipiziranim stratama pod određenim uvjetima i to:

* reklamni natpis može zauzeti najviše dva retka,
* u jednom retku može bitit najviše 25 znakova, pisanih malim tiskanim slovima, a 16 znakova ukoliko je redak ispisan velimim tiskanim slovima (uključujući prazna mjesta)
* slova na strati su standardna i tipizirana.

1. Troškove postavljanja i/ili uklanjanja reklamnog natpisa na tipiziranu stratu, u iznosu od 500,00 kuna, snosi korisnik reklamnog natpisa, koji je ujedno dužan plaćati mjesečnu naknadu za isticanje reklamnog natpisa sukladno odredbama ove Odluke.
2. Ukoliko pravne i fizičke osobe (trgovačka društva i obrtnici) prestanu obavljati djelatnost u povijesnoj jezgri Grada Dubrovnika, moraju pismeno zatražiti brisanje reklamnog natpisa sa tipizirane strate.

*Reklamni natpis*

Članak 11.

1. Reklamni natpis je oznaka ili predmet s imenom fizičke ili pravne osobe, obrta, poslovnog prostora i djelatnosti pravnih subjekata.
2. Reklamni natpis izrađen tehnikom plotanja ili nekom drugom tehnikom može se postavljati na tipizirane strate, ferale, kao i na dijelove tendi i suncobrana, koji vise kao obrub odnosno preklop.

*Reklamni logo*

Članak 12.

1. Reklamni logo je reklamni predmet koji se postavlja samostalno ili uz reklamni natpis, ako logo nije sastavni dio natpisa.
2. Reklamni logo se postavlja plošno ili kao tijelo, s ili bez uređaja, te može biti osvijetljen.
3. Reklamni logo s uređajem za reklamiranje djelatnosti od javnog značaja (ljekarne i sl.) može se postaviti konzolno.
4. Reklamni logo se postavlja isključivo u neposrednoj blizini poslovnog prostora, a njegove dimenzije moraju biti usklađene s okolnim prostorom.
5. Reklamni logoi postavljaju se na građevinu: plošno postavljeno paralelno s linijom pročelja, te konzolno postavljeno okomito na pročelje.

*Mjesta i način postavljanja reklamnih logoa*

Članak 13.

1. Mogu se postavljati:

* plošno ili konzolno na građevinu ako se poslovni prostor nalazi u prizemlju i to na slobodni dio pročelja ispod prvoga razdjelnog vijenca neposredno uz izlog;
* plošno na građevinu ako se poslovni prostor nalazi na katu;
* na kutovima ili spojevima zgrada kao konzolni vertikalni logo.

1. Ukoliko se reklamni logo postavlja konzolno, okomito ili vertikalno na građevinu, mora bit dimenzije 0,60 m x 0,80 m čiji donji rub mora biti na visini minimalno 2,50 m od tla, te ako se logoi postavljaju u uličnom nizu međusobni razmak mora biti veći od 3,00 m.
2. Ukoliko na uličnom dijelu građevine postoji više poslovnih prostora, reklamni logoi u pravilu su istog ili sličnog načina izvedbe i iste visine, a postavljaju se u istoj liniji na pročelju građevine.

*Feral*

Članak 14.

1. Feral je tradicionalno dubrovačko rasvjetno tijelo na kojemu je istaknuto ime tvrtke ili pravne osobe, obrta, poslovnog prostora i djelatnosti pravnog subjekta, a postavlja se ispod prvog razdjelnog vijenca iznad ulaza u objekt, isključivo u povijesnoj jezgri Grada Dubrovnika.
2. Reklamni natpis se postavlja na staklima ferala.
3. Ne mogu se postavljati reklamni natpisi na ferale javne rasvjete u vlasništvu Grada Dubrovnika.

*Reklamni ormarić*

Članak 15.

1. Reklamni ormarić je ostakljena montažna naprava koja služi izlaganju robe radi reklamiranja vlastitog proizvoda, usluge ili djelatnosti, isključivo na mjestima gdje nema izloga, veličine do 1,00 m2.
2. Reklamni ormarić treba biti usklađen s građevinom ispred koje, odnosno na koju se postavlja, te oblikovan i uređen na način da jasno pokazuje djelatnost koja se u poslovnom prostoru obavlja.
3. Reklamni ormarić se postavlja na slobodni zid prizemlja građevine u okviru prostornih i estetskih uvjeta mikrolokacije.

*Reklamne naljepnice*

Članak 16.

1. Reklamne naljepnice su naljepnice koje se lijepe na ostakljene dijelove građevina kao što su prozori i/ili ulazna vrata, te na garažna vrata, na montažne objekte i sl.,a koje svojim sadržajem ili slikom reklamiraju proizvode ili usluge potencijalnim korisnicima ili kupcima, veličine do 6,00 m2.

*Reklamne ploče*

Članak 17.

1. Reklamna ploča je oznaka ili predmet s imenom fizičke ili pravne osobe, obrta, poslovnog prostora i djelatnosti pravnih subjekata te informacija u svrhu reklamiranja i oglašavanja.

*Mjesta i način postavljanja reklamnih ploča*

Članak 18.

1. Mogu se postavljati na građevine, veličine do 6,00 m2:

* isključivo na prethodno uređeno pročelje, a veličinom i oblikom trebaju biti usklađeni s građevinom na koju se postavljaju;
* plošno, paralelno s linijom pročelja građevine, te ukoliko poslovni prostor nema direktan ulaz s ulice ili pak da na poslovnoj zgradi postoji više ulaza, reklamne ploče se tada mogu postavljati i na bočnoj ili pak stražnjoj strani građevine,
* konzolno, okomito na pročelje građevine, ako se poslovni prostor nalazi u prizemlju i to na slobodni dio pročelja ispod prvoga razdjelnog vijenca neposredno uz izlog, maksimalnih dimenzija 0,60 m x 0,80 m;
* na ograde koje se nalaze uz građevine, izvan zone raskrižja, i to prije i poslije raskrižja minimalno 15 m;

1. Reklamna ploča izrađena od pojedinačnih slova natpisa poslovnog subjekta (s ili bez logoa), veličine od 6,00 m2 do 12 m2  mogu se postavljati na građevine sukladno alinejama 1. i 2. stavka 1. ovog članka,
2. Mogu se postavljati kao samostojeće, veličine do 2,00 m²:

* uz prometnice na javnu površinu, (osim na nogostup, pješačke otoke i unutar parkirališta) gdje to omogućava mikrolokacija;
* na najviše dva nosiva stupa bez kosnika, visine najviše 2,50 m mjereno od razine tla do reklamne ploče,
* na udaljenosti od ruba nogostupa ili kolnika minimalno 1,00 m, te od ruba građevine 0,50 m;
* minimalno 5,00 m prije ili iza stupa javne rasvjete ukoliko se reklamna ploča postavlja u blizini stupa javne rasvjete,
* izvan zone raskrižja, i to prije i poslije raskrižja minimalno 15,00 m;
* prije prometne trake za skretanje i ugibališta javnog gradskog prijevoza minimalno 5,00 m ako se nalaze neposredno uz prometnicu (na mjestima gdje uz prometnicu nije uređen nogostup).

1. Reklame ploče se postavljaju okomito na os prometnice.
2. Reklamne ploče, ako se postavljaju u nizu, trebaju biti u istoj liniji te međusobno usklađene veličinom i oblikom, gdje udaljenost između reklamnih ploča ne smije biti manja od 4,00 m.

*Svjetleće reklamne ploče*

Članak 19.

1. Svjetleće reklame ploče su reklame s integriranim osvjetljenjem ili osvijetljene reklame ploče, u pravilu izrađene od plastike.
2. Odredbe ove Odluke koje se odnose na reklamne ploče odgovarajuće se primjenjuju na svjetleće reklame ploče.

*Reklamne ploče na stupovima javne rasvjete*

Članak 20.

1. Na stupovima javne rasvjete mogu se postavljati neosvijetljene reklamne ploče od metala, plastike ili nekog drugog čvrstog materijala čije dimenzije moraju biti 0,70 m x 1,00 m, mjerene od stupa javne rasvjete do krajnjeg ruba reklamne ploče.

*Mjesta i način postavljanja reklamnih ploče na stupovima javne rasvjete*

Članak 21.

(1) Mogu se postavljati:

* na stupove javne rasvjete u vlasništvu Grada, u pravilu, s lijeve ili desne strane prometnice, ovisno o mikrolokaciji;
* na način da se na pojedinom stupu javne rasvjete može postaviti samo jedna reklamna ploča;
* na visinu od najmanje 3,00 m mjereno od donjeg ruba reklamne ploče;
* bližom stranom ploče udaljeno od kolnika minimalno 0,50 m;
* na udaljenosti od raskrižja minimalno 15,00 m;
* prije prometne trake za skretanje i ugibališta javnoga gradskog prijevoza minimalno 5,00 m.

1. Reklamne ploče na stupovima javne rasvjete mogu se postavljati samo u vremenskom periodu od 15. siječnja do 15. studenoga tekuće godine.

***Postavljanje reklamnih panoa***

Članak 22.

1. Reklamni panoi su: reklamni stupovi, putokazni panoi, pokretni reklamni panoi, osvijetljene (city light) i neosvijetljene reklamne vitrine, veliki reklamni panoi, reklamna platna, reklamni uređaji i konstrukcije.
2. Reklamni panoi oblikom, bojom, izgledom ili mjestom postavljanja ne smiju oponašati prometni znak ili sličiti na prometni znak, zaklanjati prometni znak ili preglednost u križanju i odvraćati pozornost sudionika u prometu.
3. Ako je reklamni pano osvijetljen ili ima u sebi integriranu rasvjetu, osvjetljenje mora biti stalnog, ujednačenog i dopuštenog intenziteta usmjereno tako da ne zasljepljuju sudionike u prometu.
4. Reklamni panoi mogu se postavljati na javnim površinama, zemljištu i objektima u vlasništvu.
5. Moraju se držati u urednom i ispravnom stanju tako da ne narušavaju izgled Grada.

*Reklamni stupovi*

Članak 23.

1. Reklamni stupovi (totemi) su samostojeći reklamni panoi, koji služe samoreklamiranju ili komercijalnom oglašavanju.
2. Totemi kao reklamni stupovi mogu imati integriranu rasvjetu unutar stupa, te njihova veličina može varirati ovisno o prostornim uvjetima lokacije na koju se postavljaju, dok maksimalna visina ne može iznositi više od 7,00 m.
3. Za reklamne stupove (toteme) s integriranom rasvjetom korisnici moraju posjedovati atest elektroinstalacija.

*Mjesta i način postavljanja reklamnih stupova*

Članak 24.

1. Mogu se postavljati:

* isključivo na parcelu objekta u kojem se nalazi poslovni prostor,i to na udaljenosti od ruba nogostupa ili kolnika minimalno 1,00 m, te od ruba građevine 0,50 m;
* na udaljenosti od raskrižja minimalno 15 m mjereno od početka radijusa za desno skretanje s glavne prometnice;
* prije prometne trake za skretanje i ugibališta javnog gradskog prijevoza minimalno 5,00 m;
* na udaljenosti od najbližeg stabla najmanje 3,00 m, a od grmlja i živice najmanje 1,00 m;
* na način da temelj reklamnog stupa postavljenog na zelenoj površini mora imati nadsloj zemlje od minimalno 0,20 m.

*Putokazni (usmjeravajući) panoi*

Članak 25.

1. Putokazni (usmjeravajući) panoi su samostojeći panoi s više segmenata, a koriste se za usmjeravanje na poslovni prostor koji se oglašava.
2. Putokazne (usmjeravajuće) panoe na javnim površinama ili na zemljištu u vlasništvu moguće je postavljati isključivo kao standardizirane putokazne (usmjeravajuće) panoe, na dva nosiva stupa bez kosnika.
3. Putokazni (usmjeravajući) panoi svojim izgledom i bojom ne smiju sličiti na turističku signalizaciju.
4. Standardizirani putokazni (usmjeravajući) pano sastoji se od 7 (sedam) segmenata.
5. Dimenzije putokaznog panoa mora biti 3,50m x 1,20m, a dimenzija pojedinog segmenata mora biti 0,25 m x 1,00 m s razmakom od 0,10 m između svakog pojedinog segmenta.
6. Jedan poslovni subjekt smije koristiti samo jedan od raspoloživih segmenata.

*Mjesta i način postavljanja putokaznih (usmjeravajućih) panoa*

Članak 26.

1. Mogu se postavljati:

* na zemljištu u vlasništvu;
* na javnu površinu uz prometnicu, osim na nogostup, pješačke otoke i unutar parkirališta,
* u pravilu okomito na os prometnice;
* na udaljenosti od ruba nogostupa ili kolnika minimalno 1,00 m, te od ruba građevine 0,50 m kod gradskih i drugih prometnica;
* na udaljenosti od raskrižja od 10,00 m do 15,00 m ovisno o uvjetima mikrolokacije;
* prije prometne trake za skretanje i ugibališta javnoga gradskog prijevoza minimalno 5,00 m;
* na zelenoj površini s drvorednim nizovima ili grmljem postavljaju se na početku ili na kraju drvorednog niza uz uvjet da je minimalna udaljenost od najbližeg stabla 3,00 m, a od grmlja i živice 1,00m;
* na način da temelj putokaznog panoa postavljenog na zelenoj površini mora imati nadsloj zemlje minimalno 0,20 m.

*Pokretni reklamni panoi*

Članak 27.

1. Pokretni reklamni panoi su lako prenosivi samostojeći panoi: slikarski stalak (štafelaj), prenosivi stalak za cjenik (stalak za note), jednostrani i/ili dvostrani informativni stalak, “A” panoi, “L” panoi (kantunali) koji se uklanjaju nakon završetka radnog vremena ukoliko su postavljeni na javnu površinu.
2. Pokretni reklamni pano (štafelaj) je slikarski stalak na koji se postavlja umjetničko djelo (slika) čije dimenzije ne smiju biti veće od 0,50 m x 0,70 m, a postavlja se vodoravno u smjeru ulice ispred ulaza u galeriju (osnovna djelatnost poslovnog prostora – galerijska djelatnost).
3. Kod jednostranih i/ili dvostranih informativnih stalaka i “A” panoa dimenzije pokretnog reklamnog panoa mogu biti, najviše, 0,60 m x 0,80 m.
4. Prenosivi stalak za cjenik (stalak za note) je stalak visine do 1,20 m sa tronošcem i držačem za izlaganje cjenika veličine do 0,45 m X 0,35 m koji se postavljaju isključivo na zakupljenoj javnoj površini i to neposredno uz ulaz u poslovni prostor ako na strani ulaza u poslovni prostor postoji zakupljena javna površina, bez obzira u kojoj se zoni nalazi zakupljena površina.
5. Pokretni reklamni panoi u obliku slova "L" (kantunali) su panoi na kojima se ističe oznaka djelatnosti i naziv poslovnog subjekta, a koji se postavljaju na kamenu iglu, s bočne strane od ulaza u poslovni prostor na način da ne oštećuju podlogu.

*Mjesta i način postavljanja pokretnih reklamnih panoa*

Članak 28.

1. Mogu se postavljati:

* na parcelu građevine u kojoj se nalazi poslovni prostor u vlasništvu ili na javnoj površini koja se koristi temeljem ugovora o zakupu javne površine;
* na javnu površinu neposredno uz ulaz u poslovni prostor korisnika, na način da za prolaz pješaka ostane minimalno 1/3 slobodnog prostora.

*Reklamne vitrine*

Članak 29.

1. Osvijetljene reklamne vitrine (city light) su reklamni panoi s integriranim osvjetljenjem u koje se plakati i predmeti oglašavanja ulažu unutar ostakljene vitrine. Koriste se za komercijalno oglašavanje i za potrebe Grada. Osvijetljene reklamne vitrine postavljaju se u sklopu nadstrešnica javnog gradskog prijevoza, te na kioscima.
2. Osvjetljenje reklamne vitrine mora biti ujednačenog i stalnog intenziteta, bijele boje, usklađeno s intenzitetom javne rasvjete uz prometnicu, u rasponu od 200 do 300 luxa.
3. Reklamne vitrine mogu biti i neosvijetljene.

*Mjesta i način postavljanja osvijetljenih reklamnih vitrina*

Članak 30.

1. Mogu se postavljati na način da ne ugrožavaju sigurnost prometa vozila, gdje to omogućava mikrolokacija.

*Veliki reklamni panoi*

Članak 31.

1. Veliki reklamni panoi su panoi koji se koriste za komercijalno oglašavanje veličine od 6,00 m² do 12,00 m².
2. Reklamni panoi od 6,00 m² do 12,00 m² mogu se postavljati na jedan ili dva nosiva stupa (bez kosnika) visine najviše 2,50 m mjereno od razine tla do reklamne ploče.
3. Kod postave velikoga reklamnog panoa, vlasnik je dužan na panou istaknuti naziv vlasnika panoa.
4. Ukoliko veliki reklamni panoi nemaju nalijepljenu reklamnu poruku, trebaju biti prekriveni plakatom bijele boje.

*Mjesta i način postavljanja samostojećih panoa reklamne površine od 6,00 m² do 12,00 m²*

Članak 32.

1. Mogu se postavljati:

* na zemljištu u vlasništvu;
* na javne površine uz prometnice gdje to omogućuje mikrolokacija;
* na jedan ili dva nosiva stupa bez kosnika, visine najmanje 2,50 m mjereno od razine tla do reklamne ploče;
* izvan zone raskrižja, i to prije i poslije raskrižja minimalno 15,00 m;
* bližom stranom panoa na udaljenosti od ruba kolnika, ili nogostupa minimalno 1,00 m;
* u pravilu okomito na os prometnice;
* panoi koji se postavljaju u nizu uz prometnice trebaju biti u istoj liniji te međusobno usklađeni veličinom i oblikom;
* prije prometne trake za skretanje i ugibališta javnog gradskog prijevoza minimalno 5,00 m ako se nalaze neposredno uz prometnicu.

*Reklamna platna*

Članak 33.

1. Reklamna platna su reklamni predmeti od tkanine, plastificiranog platna i sličnoga kvalitetnog materijala s ispisanom porukom u svrhu reklamiranja i oglašavanja.
2. Reklamna platna mogu se postavljati na građevine poslovne namjene (robne kuće, trgovački centri i sl.) i na stambene građevinea sa četiri ili više etaža (katova).
3. Reklamna platna mogu biti veličine od 12,00 m2 do 50,00 m2 ovisno o veličini građevine na čiju se fasadu postavlja reklamno platno.

*Reklamni uređaji*

Članak 34.

1. Reklamni uređaji su naprave za prikazivanje izmjenjivih reklamnih poruka, površine do 12,00 m², na kojima se reklamne poruke mogu se izmjenjivati elektronski prikazanom slikom (display), ako to dopuštaju uvjeti mikrolokacije.

*Mjesta i način postavljanja samostojećih reklamnih uređaja*

Članak 35.

(1) Mogu se postavljati:

* na zemljištu u vlasništvu;
* na javne površine uz prometnice gdje to omogućuje mikrolokacija;
* na jedan ili dva nosiva stupa bez kosnika, visine najviše 2,50 m mjereno od razine tla do reklamne ploče;
* izvan zone raskrižja, i to prije i poslije raskrižja minimalno 15,00 m;
* bližom stranom uređaja na udaljenosti od ruba kolnika, ili nogostupa minimalno 1,00 m;
* prije prometne trake za skretanje i ugibališta javnog gradskog prijevoza minimalno 5,00 m ako se nalaze neposredno uz prometnicu;
* u pravilu okomito na os prometnice;
* uređaji koji se postavljaju u nizu uz prometnice trebaju biti u istoj liniji te međusobno usklađeni veličinom i oblikom.

*Reklamne konstrukcije*

Članak 36.

1. Reklamne konstrukcije su predmeti specifičnog oblikovanja (skulpturnog oblika, pojedinačnih slova na ili bez pod konstrukcije), a postavljaju se u svrhu reklamiranja na zemljištu u vlasništvu i na građevinu.
2. Za postavljanje reklamnih konstrukcija odgovarajuće se primjenjuju odredbe za postavljanje reklamnih ploča, ovisno o mjestu i načinu postavljanja.

Članak 37.

1. Mogu se postavljati:

* isključivo na prethodno uređeno pročelje, a veličinom i oblikom trebaju biti usklađeni s građevinom na koju se postavljaju;
* plošno, paralelno s linijom pročelja građevine;
* konzolno, okomito na pročelje građevine, ako se poslovni prostor nalazi u prizemlju i to na slobodni dio pročelja ispod prvoga razdjelnog vijenca neposredno uz izlog, maksimalne površine do 1,00 m2.

1. Mogu se postavljati kao samostojeće, max. površine do 2,00 m²:

* visine najviše 2,00 m mjereno od razine tla do vrha reklamne konstrukcije;
* na udaljenosti od ruba nogostupa ili kolnika minimalno 1,00 m, te od ruba građevine 0,50 m;
* izvan zone raskrižja, i to prije i poslije raskrižja minimalno 15,00 m;
* prije prometne trake za skretanje i ugibališta javnog gradskog prijevoza minimalno 5,00 m ako se nalaze neposredno uz prometnicu (na mjestima gdje uz prometnicu nije uređen nogostup).

*Posebni načini reklamiranja*

Članak 38.

* 1. Reklamiranje zvučnim signalima može se, iznimno, obavljati samo na temelju rješenja upravnog odjela nadležnog za komunalno gospodarstvo.
  2. Rješenjem iz stavka 1. ovog članka odredit će se područje na kojem se može obavljati reklamiranje, uz napomenu obveze poštivanja propisane razine buke, vrijeme reklamiranja i visinu naknade.

Članak 39.

1. Dozvoljeno je isticanje i razapinjanje zastava (zastavica) između dva objekta (tzv. parangali) isključivo na temelju odobrenja upravnog odjela nadležnog za komunalno gospodarstvo.
2. Isticanje i razapinjanje zastava (tzv. parangala nije dozvoljeno na stupovima javne rasvjete i prometnim znakovima.

Članak 40.

1. Reklamni baloni su reklamni predmeti od plastike, najlona, poliestera, lateksa, robe i sličnih materijala, raznih oblika, ispunjeni plinom, zrakom ili se pokreću pomoću ventilatora ili drugog uređaja, a cilj im je privlačiti pažnju izgledom, odnosno ispisanom reklamnom porukom.
2. Reklamiranje balonima može se obavljat na temelju rješenja upravnog odjela nadležnog za komunalno gospodarstvo.
3. Rješenje iz stavka 1. ovog članka odredit će se područje na kojem se može obavljati reklamiranje, uz napomenu obveze poštivanja odobrenog vremena reklamiranja i visine naknade.
4. Zabranjeno je puštanje većeg broja balona radi reklamiranja nekog proizvoda, usluge ili djelatnosti.

Članak 41.

1. Zabranjeno je usmeno reklamiranje ugostiteljske i druge ponude od strane gastro informatora, tzv. ubacivača, bookera i slično, te dijeljenje reklamnih letaka i drugih promotivnih materijala.

***POSTAVLJANJE REKLAMNIH PREDMETA PO ZONAMA***

Članak 42.

***Prva zona***

1. U prvoj zoni – zona zaštite A mogu se postavljati:
2. transparenti (sukladno članku 8. ove Odluke);
3. strate (sukladno članku 9. ove Odluke);
4. tipizirane strate;
5. reklamni natpisi i reklamni logoi (naziv i djelatnost poslovnog objekta) na feralima i preklopu suncobrana;
6. slikarski stalci (štafelaji) ispred ulaza galerija, osim u ulicama koje su Planom korištenja javne površine u povijesnoj jezgri grada određene kao pješački koridori;
7. prenosivi stalci za cjenike (notni stalak) mogu se postavljati isključivo na zakupljenoj javnoj površini i to neposredno uz ulaz u poslovni prostor ukoliko na strani ulaza u poslovni prostor postoji zakupljena javna površina, sukladno važećem Planu korištenja javnih površina u povijesnoj jezgri Grada;
8. pokretni reklamni panoi u obliku slova "L" (kantunali) na kamene igle od ulaza u poslovni prostor suvenirnica i trgovačko-uslužnih i ugostiteljskih radnji;

Pokretni reklamni panoi u obliku slova "L"(kantunali) ne mogu se postavljati u ulici Placa i Pred Dvorom;

1. jednostrani i dvostrani informativni stalci i “A” panoi mogu se postavljati samo radi prezentacije turističke ponude Grada (dubrovačka kartica i sl); i oglašavanja kulturnih događaja od strane Dubrovačkih ljetnih igara, te ustanova u kulturi kojima je osnivač Grad Dubrovnik;
2. neosvijetljene, samostojeće i prenosive reklamne vitrine tradicijskog izgleda i boje, u koje se plakati i predmeti oglašavanja ulažu unutar metalne vitrine, ostakljene s prednje strane, a služe za oglašavanje kulturnih događaja;
3. osvijetljene reklamne vitrine (city light) sukladno članku 29. ove Odluke;
4. Iznimno za vrijeme značajnih manifestacija (kulturnih i drugih), te u sponzorske svrhe mogu se obavljati reklamiranja projekcijom reklamnih poruka pomoću projektora uz odobrenje upravnog odjela nadležnog za komunalno gospodarstvo.

Članak 43.

1. Odredbe o vrstama, oblicima i načinu postavljanja reklamnih poruka koje se primjenjuju za prvu zonu, primjenjivat će se u slučajevima reklamiranja proizvoda i usluga na građevinama, odnosno, nekretninama koje se nalaze izvan prve zone, a koje imaju svojstvo pojedinačnoga kulturnog dobra.

Članak 44.

(1) U dijelu prve zone - zone zaštite B i C - mogu se postavljati:

1. transparenti (sukladno članku 8. ove Odluke);
2. reklamni natpis na dijelovima tendi i suncobranima, osim na feralima;
3. reklamni logoi;
4. reklamne naljepnice;
5. reklamne ploče ili svjetleće reklamne ploče koje se postavljau plošno na građevine veličine do 2,00 m2 , a u slučaju reklamnih ploča izrađenih od pojedinačnih slova primjenjuje se odredba članka 18. ove Odluke;
6. reklamne ploče ili svjetleće reklamne ploče koje se postavljaju okomito na pročelje građevine dimenzija 0,50 m x 0,70 m;
7. Reklamne predmete iz članka 44. ove Odluke mogu se postavljati i u zoni zaštite B i C osim ferala kao reklame iz članka 14. ove Odluke.
8. U prvoj zoni (zona zaštite A, B i C) mogu se obavljati posebni načini reklamiranja sukladno članku 38., 39. i 40. ove Odluke.

# Druga zona

Članak 45.

1. U drugoj se zoni mogu postavljati:
2. reklamne zastave;
3. transparenti (sukladno članku 8. ove Odluke);
4. reklamni natpisi;
5. reklamni logoi;
6. reklamni ormarići;
7. reklamne naljepnice;
8. reklamne i svjetleće reklamne ploče;
9. reklamne ploče na stupovima javne rasvjete (osim u ulici Petra Krešimira IV);
10. reklamni stupovi (totemi);
11. putokazni panoi;
12. pokretni reklamni panoi;
13. osvijetljene (city light) i neosvijetljene reklamne vitrine;
14. reklamni uređaji (display);
15. reklamne konstrukcije.
16. Jednostrani i dvostrani informativni stalci i “A” panoi mogu se postavljati samo radi prezentacije turističke ponude Grada (dubrovačka kartica i sl); i oglašavanja kulturnih događaja od strane Dubrovačkih ljetnih igara, te ustanova u kulturi kojima je osnivač Grad Dubrovnik.

(3) U drugoj zoni mogu se obavljati posebni načini reklamiranja sukladno članku 38., 39. i 40. ove Odluke.

***Treća zona***

Članak 46.

1. U trećoj zoni mogu se postavljati:
2. reklamne zastave;
3. transparenti (sukladno članku 8. ove Odluke);
4. reklamni natpisi;
5. reklamni logoi;
6. reklamni ormarići;
7. reklamne naljepnice;
8. reklamne i svjetleće reklamne ploče;
9. reklamne ploče na stupovima javne rasvjete;
10. reklamni stupovi (totemi);
11. putokazni panoi;
12. pokretni reklamni panoi;
13. osvijetljene (city light) i neosvijetljene reklamne vitrine;
14. veliki reklamni panoi od 6,00 m2 do 12,00 m2;
15. reklamna platna;
16. reklamni uređaji (display);
17. reklamne konstrukcije.
18. Jednostrani i dvostrani informativni stalci i “A” panoi mogu se postavljati samo radi prezentacije turističke ponude Grada (dubrovačka kartica i sl); i oglašavanja kulturnih događaja od strane Dubrovačkih ljetnih igara, te ustanova u kulturi kojima je osnivač Grad Dubrovnik.
19. U trećoj zoni mogu se obavljati posebni načini reklamiranja sukladno članku 38., 39. i 40. ove Odluke.

***Četvrta zona***

Članak 47.

1. U četvrtoj zoni mogu se postavljati:
2. reklamne zastave;
3. transparenti (sukladno članku 8. ove Odluke);
4. reklamni natpisi;
5. reklamni logoi;
6. reklamni ormarići;
7. reklamne naljepnice;
8. reklamne i svjetleće reklamne ploče;
9. reklamne ploče na stupovima javne rasvjete;
10. reklamni stupovi (totemi);
11. putokazni panoi;
12. pokretni reklamni panoi;
13. osvijetljene (city light) i neosvijetljene reklamne vitrine;
14. veliki reklamni panoi od 6,00 m2 do 12,00 m2
15. reklamna platna;
16. reklamni uređaji (display);
17. reklamne konstrukcije.
18. Jednostrani i dvostrani informativni stalci i “A” panoi mogu se postavljati samo radi prezentacije turističke ponude Grada (dubrovačka kartica i sl); i oglašavanja kulturnih događaja od strane Dubrovačkih ljetnih igara, te ustanova u kulturi kojima je osnivač Grad Dubrovnik.
19. U četvrtoj zoni mogu se obavljati posebni načini reklamiranja sukladno članku 38., 39. i 40. ove Odluke.

***POSTUPAK******POSTAVLJANJA REKLAMA I REKLAMNIH PANOA***

Članak 48.

1. Za postavljanje reklama i reklamnih panoa potrebno je rješenje upravnog odjela nadležnog za komunalno gospodarstvo.
2. Zahtjev se podnosi na posebnom obrascu upravnom odjelu nadležnom za poslove komunalnog gospodarstva.
3. Zahtjev se podnosi najmanje 30 dana prije željenog datuma početka postavljanja reklame ili reklamnog panoa.
4. Nepotpuni i/ili neispravno popunjeni zahtjev nadležni odjel će vratiti podnositelju s naznakom da se isti dopuni i/ili uredno ispuni, te da se isti u protivnom neće razmatrati.
5. Uz ispunjeni obrazac zahtjeva, ovisno o vrsti tražene reklame ili reklamnog panoa prilažu se odgovarajući prilozi:
   1. odobrenje za obavljanje djelatnosti za fizičku osobu (obrtnica) ili izvod iz sudskog registra za pravnu osobu;
   2. financijsku karticu Grada Dubrovnika na kojoj nema nepodmirenih dospjelih potraživanja;
   3. tehnički opis i tekst reklame;
   4. skicu ili fotomontažu mjesta (lokacije) s reklamom ili reklamnim panoom;
   5. ukoliko je reklama svjetleća potreban je opis priključka na elektromrežu, te atest elektroinstalacija;
   6. dokaz o vlasništvu, odnosno pravu korištenja zemljišta, objekta ili javne površine (izvadak iz zemljišne knjige, ugovor na temelju kojega je podnositelj stekao pravo vlasništva, ugovor o zakupu, pisanu suglasnost vlasnika, ugovor o koncesiji te druge javne isprave);
   7. po potrebi i drugi prilozi.
6. U slučajevima kada se reklame ili reklamni panoi postavljaju na stupovima javne rasvjete, na javnim površinama uz prometnice, na nekretninama u vlasništvu Grada Dubrovnika ili na zelenim javnim površinama upravni odjel nadležan za komunalno gospodarstvo će zatražiti očitovanje/mišljenje upravnih odjela koji upravljaju javnom rasvjetom, prometom, zelenim javnim površinama ili nekretninama.

Članak 49.

1. Za postavljanje reklamnog natpisa na tipiziranim stratama pravne ili fizičke osobe su dužne ishoditi odobrenje upravnog odjela za komunalne djelatnosti.
2. Uz zahtjev za odobrenje korisnici su dužni dostaviti:
3. tekst reklamnog natpisa i mjesto na koji se isti postavlja;
4. odobrenje za obavljanje djelatnosti za fizičku osobu (obrtnica) ili izvod iz sudskog registra za pravnu osobu;
5. dokaz o uplati troškova za postavljanje natpisa ovisno o broju redaka koji se postavlja.
6. Nakon izdavanja odobrenja, upravni odjel nadležan za komunalne djelatnosti će donijeti, po službenoj dužnosti, rješenje kojim će se utvrditi visina naknade za držanje reklamnog natpisa sukladno Tablici.
7. Rješenje iz prethodnog stavka se izdaje za razdoblje od jedne godine, a nakon iststeka roka donijet će se novo rješenje ukoliko korisnik nije podnio zahtjev za uklanjanje natpisa sa tipizirane strate.

Članak 50.

Zabranjeno je postavljati reklamne predmete bez rješenja, odnosno suprotno rješenju iz prethodnog članka.

1. Upravni odjel nadležan za komunalno gospodarstvo ima pravo odbiti postavljanje reklame ili reklamnog panoa iako isti ispunjava uvjete, ukoliko iz bilo kojeg opravdanog razloga smatra da se isti ne može postaviti.

#### NAKNADA ZA POSTAVLJANJE REKLAMA I REKLAMNIH PANOA

Članak 51.

1. Naknadu za postavljanje reklama i reklamnih panoa plaćaju pravne i fizičke osobe kojima je nadležno tijelo izdalo rješenje za postavljanje reklama ili reklamnih panoa.
2. Rješenjem se utvrđuje:

* podaci o korisniku;
* visina naknade za postavljanje reklama i reklamnih panoa;
* uvjeti i rokovi plaćanja;
* uvjeti i lokacija postavljanja reklama i reklamnih panoa, površina, namjena i slično.

1. Rješenje se izdaje za razdoblje od jedne godine, osim u slučajevima kada se rješenje izdaje za vrijeme kraćem od jedne godine (sezonsko obavljanje djelatnosti).
2. Ukoliko korisnik ima namjeru i dalje držati postavljenu reklamu dužan je nadležnom upravnom tijelu uputiti zahtjev za izdavanjem novog rješenja i to najmanje 30 dana prije isteka roka.
3. Uz zahtjev za produljenje je dužan dostaviti financijsku karticu Grada Dubrovnika na kojoj nema nepodmirenih dospjelih potraživanja i fotografiju postojeće reklame ili reklamnog panoa za koju traži produljenje rješenja.

Članak 52.

1. Naknada za postavljanje reklama i reklamnih panoa utvrđuje se sukladno Tablici za obračun naknade.
2. Naknada se utvrđuje u mjesečnom iznosu.
3. Korisnik je dužan plaćati utvrđeni mjesečni iznos naknade najkasnije do 10. dana tekućeg mjeseca.
4. Za dospjeli, a nenaplaćeni iznos poreza zaračunavat će se zakonska zatezna kamata od dana dospijeća svakog pojedinog obroka do dana izvršene obveze plaćanja.
5. U slučaju neizvršenja obveze iz rješenja, odnosno neizvršenja u utvrđenim rokovima, rješenje će se prisilno izvršiti u postupku i na način koji je određen za prisilnu naplatu poreza sukladno zakonu kojim se uređuje porezni postupak.
6. Naknada za postavljanje reklama i reklamnih panoa uplaćuje se u korist proračuna Grada Dubrovnika.
7. U slučajevima kada je se po zahtjevu korisnika rješenje o postavljaju reklame ili reklamnog panoa donese u prvoj polovini mjeseca tj. do 15. dana u mjesecu, naknada će se obračunati za cijeli mjesec, a ukoliko rješenje nadležno tijelo donese u drugoj polovini mjeseca tj. nakon 15. dana u mjesecu, naknada će se obračunavati u iznosu od 50% od ukupnog mjesečnog iznosa ali samo za taj prvi mjesec korištenja.

Članak 53.

1. Visina naknade za postavljanje reklama i reklamnih panoa ovisi o zonama, a utvrđuje se u kunskim iznosima prema tabličnom prikazu koju zaključkom utvrđuje gradonačelnik.
2. Visina naknade s obzirom na površinu reklame i reklamnog panoa, određuje se prema m².
3. Visina naknade može se, ovisno o slučaju, odrediti i prema broju komada reklama i reklamnih panoa.
4. Ukoliko je iznos naknade po obračunu manji od 10 kuna vrijednost naknade određuje se u iznosu od 10 kuna.

Članak 54.

1. Visina naknade za reklame i reklamne panoe koje se postavljaju na nekretninama u vlasništvu drugih pravnih i fizičkih osoba iznosi 30% od iznosa naknade utvrđene u Tablici.
2. Ukoliko su reklame i reklamni panoi postavljeni iznad javne površine ili nekretnine u vlasništvu Grada Dubrovnika plaća se puna naknada utvrđena sukladno Tablici.

Članak 55.

1. Za reklame koje se postavljaju ili su izrađene tako da tvore jedno tijelo, ali s više reklamnih poruka, plaćat će se naknada prema broju istaknutih reklamnih poruka.

Članak 56.

1. Gradonačelnik može zaključkom osloboditit od plaćanja naknade za postavljanje reklamnih predmeta, pravne ili fizičke osobe, u slučaju oglašavanja javnih manifestacija, priredbi i sl. koji su od interesa za Grad Dubrovnik i/ili Republiku Hrvatsku.

Članak 57.

1. U slučaju zatvaranja obrta, odnosno tvrtke, ili uklanjanju reklame ili reklamnog panoa korisnik je dužni pismeno obavijestiti upravni odjel nadležan za komunalno gospodarstvo i zatražiti prekid obveze plaćanja naknade, sve u roku od osam dana od dana prestanka korištenja ili zatvaranja.
2. Ukoliko korisnik propusti rok iz stavka 1. ovog članka smatrat će se da je imao postavljenu reklamu ili reklamni pano sve do dana dostavljene obavijesti.
3. Uz pisanu obavijesti o prestanku korištenja javne površine iz st. 1. ovog članka korisnik je dužan dostaviti fotografiju o uklonjenoj reklami ili reklamnom panou.
4. Reklamu ili reklamni pano korisnik uklanja o svom trošku.

Članak 58.

1. Zabranjeno je obavljanje bilo koje djelatnosti reklamiranja bez rješenja, odnosno, odobrenja kod posebnih načina reklamiranja, upravnog odjela nadležnog za komunalno gospodarstvo Grada Dubrovnika.

##### Nadzor i kaznene odredbe

Članak 59.

* + 1. Nadzor nad provedbom ove Odluke provodi komunalno redarstvo.
    2. U obavljanju nadzora, komunalni redar je ovlašten rješenjem narediti uklanjanje protupravno postavljenih reklama i reklamnih panoa sukladno odredbama Odluke o komunalnom redu.
    3. Žalba protiv rješenja iz stavka 2. ovog članka ne odgađa izvršenje rješenja.

Članak 60.

1. Novčanom kaznom u iznosu od 10.000,00 kuna kaznit će se za prekršaj pravna osoba:
   1. ako korisnik stalak za cjenik drži ili postavlja suprotno odredbi članka 27. st. 4. ove Odluke (članka 27.st. 4.)
   2. ako se postupa suprotno odredbi članka 41. st. 1. ove Odluke (članak 41. st. 1.);
   3. ako stalak za cjenik (stalak za note) drži izvan zakupljene površine (članak 42.st.1.tč.6.);
   4. ako se reklamni predmeti postavljaju bez rješenja ili suprotno rješenju (članak 50. st. 1.);
2. Za prekršaj iz stavka 1. točke 1. ovog članka kaznit će se i odgovorna osoba u pravnoj osobi novčanom kaznom u iznosu od 2.000,00 kuna.
3. Za prekršaj iz stavka 1. točke 1. ovog članka kaznit će se fizička osoba-obrtnik novčanom kaznom u iznosu od 5.000,00 kuna.
4. Za prekršaj iz stavka 1. točke 1. ovog članka kaznit će se fizička osoba novčanom kaznom u iznosu od 2.000,00 kuna.

Članak 61.

1. Novčanom kaznom u iznosu od 5.000,00 kuna kaznit će se za prekršaj pravna osoba:
2. ako se reklame i reklamni panoi drže u neurednom i neispravnom stanju (članak 6. st. 6. i članak 22. st. 5.);
3. ako se postupa suprotno odredbi članka 40. st. 4. ove Odluke (članak 40. st. 4.);
4. Za prekršaj iz stavka 1. točke 1. ovog članka kaznit će se i odgovorna osoba u pravnoj osobi novčanom kaznom u iznosu od 1.000,00 kuna.
5. Za prekršaj iz stavka 1. točke 1. ovog članka kaznit će se fizička osoba-obrtnik novčanom kaznom u iznosu od 2.500,00 kuna.
6. Za prekršaj iz stavka 1. točke 1. ovog članka kaznit će se fizička osoba novčanom kaznom u iznosu od 1.000,00 kuna.

*Prijelazne i završne odredbe*

Članak 62.

1. Rješenja o odobrenju za postavljanje reklamnih predmeta i reklamnih panoa izdana na temelju Pravilnika o reklamiranju („Službeni glasnik Grada Dubrovnika“ broj: 2/11., 1/12., 2/12., 12/12. i 10/13.) uskladit će se s odredbama ove Odluke.
2. Rješenja o odobrenju za postavljanje reklamnih predmeta i reklamnih panoa izdana na temelju Pravilnika o reklamiranju („Službeni glasnik Grada Dubrovnika“ broj: 2/11., 1/12., 2/12., 12/12. i 10/13.) čiji je vremenski rok ograničen, prestaju vrijediti istekom navedenog roka.
3. Rješenja o odobrenju za postavljanje reklamnih predmeta i reklamnih panoa izdana na temelju Pravilnika o reklamiranju („Službeni glasnik Grada Dubrovnika“ broj: 2/11., 1/12., 2/12., 12/12. i 10/13.) koja vrijede do donošenja novog rješenja, zamijenit će se, po službenoj dužnosti, novim rješenjima sukladno odredbama ove Odluke.

Članak 63.

1. Svi postupci koji su pokrenuti, a nisu završeni prije stupanja na snagu ove Odluke dovršiti će se sukladno odredbama ove Odluke.

Članak 64.

1. Danom stupanja na snagu ove Odluke prestaje važiti Pravilnika o reklamiranju („Službeni glasnik Grada Dubrovnika“ broj: 2/11., 1/12., 2/12., 12/12. i 10/13).

Članak 65.

1. Ova Odluka stupa na snagu osmoga dana od dana objave u Službenom glasniku Grada Dubrovnika.

Predsjednik Gradskog vijeća

mr.sc. Marko Potrebica

O b r a z l o ž e n j e

PRAVNA OSNOVA

Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi („Narodne novine“, br. 33/01., 60/01., 129/05., 109/07., 125/08., 36/09., 150/11., 144/12., 19/13. – pročišćeni tekst, 137/15 i 123/17.),

Zakon o komunalnom gospodarstvu („Narodne novine“ broj: 36/95, 109/95 – Uredba, 21/96 – Uredba, 70/97, 128/99, 57/00, 129/00, 59/01, 26/03. – pročišćeni tekst, 82/04, 110/04 – Uredba, 178/04, 38/09, 79/09, 153/09, 49/11, 84/11, 90/11, 144/12, 94/13, 153/13, 147/14 i 36/15

Statut Grada Dubrovnika (“Službeni glasnik Grada Dubrovnika“, br. 4/09., 6/10., 3/11., 14/12., 5/13., 6/13. – pročišćeni tekst, 9/15. i 5/18.)

SADRŽAJ ODLUKE

Predloženom Odlukom o reklamiranju na području Grada Dubrovnika (dalje u tekstu: Odluka) uređuju se vrste reklamnih predmeta, njihov način i uvjeti postavljanja, zone administrativnog područja Grada Dubrovnika u kojima se postavljaju reklamni predmeti, kao i način utvrđivanja visine naknade za postavljane reklama i reklamnih panoa.

U čanku 2. prijedloga Odluke utvrđeno je značenje pojedinih izraza, odnosno pojmova u smislu Odluke o reklamiranju.

Područje Grada Dubrovnika podijeljeno je u četiri (4) zone koje su definirane člankom 5. Odluke.

Vrste i oblici reklamnih predmeta razvrstani su u dvije skupine: reklame i reklamni panoi.

Reklamni predmeti postavljaju se na temelju rješenja upravnog odjela nadležnog za komunalne djelatnosti Grada Dubrovnika.

Zabranjeno je svako postavljanje reklamnih predmeta kao i obavljanje reklamiranja bilo koje djelatnosti, proizvoda i usluge bez potrebnog rješenja nadležnog tijela.

Nadzor nad provedbom predložene Odluke provodi komunalno redarstvo Grada Dubrovnika.

Upravni odjel za komunalne djelatnosti i

mjesnu samoupravu

KLASA:363-01/18-09/23

URBROJ: 2117/01-03-18-1

Dubrovnik, 17. svibnja 2018.

GRADONAČELNIK GRADA DUBROVNIKA

o v d j e

PREDEMT: Zaključak o utvrđivanju prijedloga Odluke o reklamiranju na području Grada

Dubrovnika

Predloženom Odlukom o reklamiranju na području Grada Dubrovnika (dalje u tekstu: Odluka) uređuju se vrste reklamnih predmeta, njihov način i uvjeti postavljanja, zone administrativnog područja Grada Dubrovnika u kojima se postavljaju reklamni predmeti, kao i način utvrđivanja visine naknade za postavljane reklama i reklamnih panoa.

U čanku 2. prijedloga Odluke utvrđeno je značenje pojedinih izraza, odnosno pojmova u smislu odluke o reklamiranju.

Područje Grada Dubrovnika podijeljeno je u četiri (4) zone koje su definirane člankom 5. Odluke.

Vrste i oblici reklamnih predmeta razvrstani su u svije skupine: reklame i reklamni panoi.

Reklamni predmeti postavljaju se na temelju rješenja upravnog odjela nadležnog za komunalne djelatnosti Grada Dubrovnika.

Zabranjeno je svako postavljanje reklamnih predmeta kao i obavljanje reklamiranja bilo koje djelatnosti, proizvoda i usluge bez potrebnog rješenja nadležnog tijela.

Nadzor nad provedbom predložene Odluke provodi komunalno redarstvo Grada Dubrovnika.

U svezi iznesenoga predlaže se Gradonačelniku Grada Dubrovnika sljedeći

Z A K L J U Č A K

1. Utvrđuje se prijedlog Odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika i upućuje se Gradskom vijeću Grada Dubrovnika na raspravljanje i donošenje.
2. Tekst prijedloga Odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika je sastavni dio ovog Zaključka.
3. Izvjestitelj u ovoj točki bit će Gradonačelnik Grada Dubrovnika Mato Franković i pročelnik Upravnog odjela za komunalne djelatnosti i mjesnu samoupravu Zlatko Uršić.

Pročelnik

Zlatko Uršić, dipl. iur.

DOSTAVITI:

1. Gradonačelnik Grada Dubrovnika, ovdje
2. Služba Gradskog vijeća, ovdje
3. Pismohrana
4. Evidencija