

NACRT ODLUKE

Na temelju članka 104. Zakona o komunalnom gospodarstvu („Narodne Novine“, broj: 68/18. i 110/18. - Ustavna odluka), 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), Gradsko vijeće Grada Dubrovnika na __ sjednici, održanoj _____ 2019. donijelo je

ODLUKU o reklamiranju na području Grada Dubrovnika

I OPĆE ODREDBE

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 smislu ove Odluke:

- 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 javnog 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,
- reklamiranje** je informiranje, predstavljanje i opisivanje nekog proizvoda, usluge ili djelatnosti potencijalnim korisnicima ili kupcima
- reklamni predmeti** u smislu ove Odluke su predmeti projektirani ili proizvedeni, a 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 panoje,
- 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 koristi li se u muškom ili ženskom rodu, na jednak način obuhvaćaju muški ili ženski rod.

II REKLAMNI PREDMETI

Članak 4.

- (1) Reklamni predmeti se dijele na reklame i reklamne panoa, 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.

III ZONE

Članak 5.

- (1) Područje Grada Dubrovnika dijeli se na 4 zone u kojima se određuje način postavljanja reklama i reklamnih panoa.
 - a) **Prva zona** obuhvaća povijesnu jezgru Grada Dubrovnika i njenu neposrednu okolinu, Gradski predjel Svetog Jakova i Povijesnu cjelinu gradskog predjela Gimana, 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, Svetoga Jakova i Gimana (koji je sastavni dio ove Odluke).
 - b) **Druga zona** obuhvaća dio administrativnog područja Gradskog kotara Pile -Kono i Gradskog kotara Ploče-Iza grada koje je izvan područja prve zone.
 - c) **Treća zona** obuhvaća dio naselja Dubrovnik tj. Područja Gradskog kotara Gruž, Lapad, Montovjerna.
 - d) **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.

IV REKLAME

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, privremene strate, tipizirane i informativne 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 odvrćati pozornost sudionika u prometu u mjeri koja može biti opasna za sigurnost prometa.
- (5) Reklame mogu biti i osvijetljene s time da osvijetljenje mora biti stalnog i ujednačenog intenziteta.
- (6) Reklame se moraju 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.

Transparenti

Članak 8.

- (1) Transparenti su predmeti od tkanine, plastificiranog platna i sličnog 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.

Privremene i informativne strate

Članak 9.

- (1) Privremene strate su predmeti od tkanine, plastificiranog platna i sličnog 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) Mogu se 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.
- (4) Informativne strate su predmeti od tkanine, bordo boje na kojima se u bijeloj boji ističe ime tvrtke ili pravne osobe, obrta, poslovnog prostora i djelatnosti pravnog subjekta, a postavljaju se poviše ulaza u poslovni prostor (max dimenzija (1,00 m x 0,50 m) .

Tipizirane strate

Članak 10.

- (1) Tipizirane strate su predmeti od tkanine, isključivo bordo boje na kojima su reklamni natpisi s piktogramima otiskani bijelom bojom.
- (2) Tipizirane strate se postavljaju isključivo u prvoj zoni – zona zaštite A i B, u pravilu na fasadama zgrada na početku ulica.

- (3) Pravne i fizičke osobe (trgovačka društva i obrtnici) mogu temeljem odobrenja upravnog odjela nadležnog za komunalno gospodarstvo isticati reklamne natpise s piktogramima na tipiziranim stratama pod određenim uvjetima i to:
- reklamni natpis s piktogramom može zauzeti najviše dva retka,
 - u jednom retku može biti najviše 25 znakova, pisanih malim tiskanim slovima, a 16 znakova ukoliko je redak ispisan velikim tiskanim slovima (uključujući prazna mjesta)
 - slova na strati su standardna i tipizirana.
- (4) Troškovi postavljanja i/ili uklanjanja reklamnog natpisa s piktogramom na tipiziranu stratu, u iznosu od 500,00 kuna, po jednom retku, uplaćuju se u korist proračuna Grada Dubrovnika, a snosi ih korisnik reklamnog natpisa. Korisnik reklamnog natpisa je ujedno dužan plaćati mjesečnu naknadu za isticanje reklamnog natpisa sukladno odredbama ove Odluke.
- (5) Ukoliko pravne i fizičke osobe (trgovačka društva i obrtnici) prestanu obavljati djelatnost, moraju pismeno zatražiti brisanje reklamnog natpisa s piktogramom s 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, na dijelove tendi i suncobrana, koji vise kao obrub odnosno preklop.

Reklamni logo

Članak 12.

- (1) Reklamni logo je vrsta reklamnog predmeta 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 osvjetljen.
- (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 prvog razdjelnog vijenca neposredno uz izlog;
 - plošno na građevinu ako se poslovni prostor nalazi na katu;
 - na kutovima ili spojevima zgrada kao konzolni vertikalni logo.
- (2) 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.
- (3) 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.
- (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,
 - plošno na montažne objekte, štandove,
 - konzolno, okomito na pročelje građevine, ako se poslovni prostor nalazi u prizemlju i to na slobodni dio pročelja ispod prvog razdjelnog vijenca neposredno uz izlog, maksimalnih dimenzija 0,60 m x 0,80 m, visine najmanje 2,50 m mjereno od razine tla do reklamne ploče,
 - na ograde koje se nalaze uz građevine, izvan zone raskrižja, i to prije i poslije raskrižja minimalno 15 m;

(2) Reklamne ploče izrađena od pojedinačnih slova natpisa poslovnog subjekta (s ili bez logoa), veličine od 6,00 m² do 12 m² mogu se postavljati na pročelja građevine, a ako se postavljaju na građevinu (ravne ploče krova i sl.) mogu biti veličine veće od 12,00 m² ili do 30,00 m².

(3) Mogu se postavljati kao samostojeće, veličine do 2,00 m² (4,00 m² obostrano):

- na zemljištu u vlasništvu;
- 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 0,50 m, te od ruba građevine isto 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).

(4) Reklame ploče se postavljaju okomito na os prometnice.

(5) 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 reklamne 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 ploča 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 javnog gradskog prijevoza minimalno 5,00 m.

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

V REKLAMNI PANOI

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 odvrćati pozornost sudionika u prometu.
- (3) Ako je reklamni pano osvijetljen ili ima u sebi integriranu rasvjetu, osvijetljenje mora biti stalnog, ujednačenog i dopuštenog intenziteta usmjereno tako da ne zaslijepljuju 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 5,00 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 0,50 m, te od ruba građevine isto 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 mogu maksimalno biti 3,50 m x 1,50 m, a visina pojedinog segmenata može biti maksimalno 0,30 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 ugibaldišta 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 1,00 m;
 - 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), informativni reklamni pano (štafelaj), prenosivi stalak za cjenik (~~stalak za note~~), jednostrani i/ili dvostrani informativni stalak, "A" panoi, "L" i "V" panoi (kantunali) koji se uklanjaju nakon završetka radnog vremena ukoliko su postavljeni na javnu površinu.
- (2) Pokretni reklamni pano (štafelaj) je drveni slikarski stalak dimenzija najviše do 0,50 m x 1,70 m, na koji se postavlja umjetničko djelo (slika ili ploča) čije dimenzije ne smiju biti veće od 0,50 m x 0,70 m, a postavlja se ispred ulaza (pod kutom od 45°) u galeriju (osnovna djelatnost poslovnog prostora – galerijska djelatnost), turističku agenciju i muzeja u privatnom vlasništvu.
- (3) Informativni reklamni pano – štafelaj za potrebe reklamiranja trgovačko – uslužnih objekata, osim ugostiteljskih objekata, galerija i turističkih agencija, je drveni stalak dimenzija najviše do 0,50 m x 1,70 m, na koji se postavlja ploča s segmentima čija dimenzija ne smije biti veća od 0,50 m x 0,70 m (za max 2 segmenta) odnosno 0,50 m x 0,90 m (za 3 – 4 segmenta, na način da se ploča postavlja niže). Broj segmenata na ploči ovisi o broju trgovačko-uslužnih objekata u predmetnoj ulici (s tim da se na istoj ploči može postaviti max 4 segmenta). Postavljaju se na početku ulica koje graniče sa ulicama Placa i Od Puča, s desne ili lijeve strane ovisno o Planu korištenja javnih površina u povjesnoj jezgri Grada.
- (4) Kod jednostranih i/ili dvostranih informativnih stalaka i "A" panoa dimenzije pokretnog reklamnog panoa mogu biti, najviše, 0,70 m x 1,00 m (format B1).
- (5) Prenosivi stalak za cjenik (stalak za note) je stalak izrađen od željeza ("ferro battuto") visine do 1,20 m sa tronošcem na kojem su postavljeni gumeni štitnici i držačem za izlaganje cjenika veličine do 0,45 m x 0,35 m (samo za prvu zonu – zona zaštite A, B i C).
- (6) Prenosivi stalak za cjenik je stalak izrađen od metala, željeza, aluminijski i sl., visine do 1,20 m na kojem se nalazi držač za izlaganje cjenika (za sve zone osim za prvu zonu).

(7) Pokretni reklamni panoi u obliku slova "L" i slova "V" (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) Osvjetljene 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. Osvjetljene 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 osvjetljenih 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 ukupne 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 (osim na nogostupe, pješačke otoke i unutar parkirališta) 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, te od ruba građevine isto 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 građevine 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 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 (osim na nogostupe, pješačke otoke i unutar parkirališta) 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 prvog razdjelnog vijenca neposredno uz izlog, maksimalne površine do 1,00 m².

(2) 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 obavljati na temelju rješenja upravnog odjela nadležnog za komunalno gospodarstvo.

(3) Rješenjem 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 od odobrenog broja za reklamiranje 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.

VI POSTAVLJANJE REKLAMNIH PREDMETA PO ZONAMA

Članak 42.

Prva zona

(1) U prvoj zoni – zona zaštite A i B mogu se postavljati:

1. transparenti (sukladno članku 8. ove Odluke);
2. privremene strate (sukladno članku 9. ove Odluke);
3. tipizirane strate na početku ulica;
4. informativne strate poviše ulaza u poslovni prostor trgovačko-uslužnih i ugostiteljskih radnji osim turističkih agencija i to samo u zoni B;
5. reklamni natpisi i reklamni logoi (naziv i djelatnost poslovnog objekta) na feralima, preklopu suncobrana;
6. reklamne naljepnice maksimalnih dimenzija do 4,00 m² isključivo na staklenim dijelovima objekta radi prikriivanja unutrašnjosti trgovine i to samo u zoni – B;
7. slikarski stalci (štafelaji) ispred ulaza galerija, turističkih agencija i privatnih muzeja osim u ulicama koje su Planom korištenja javne površine u povijesnoj jezgri Grada određene kao pješački koridori;
8. informativni reklamni panoi – štafelaji postvljaju se na početku ulica koje graniče sa ulicama Placa i Od Puča, s desne ili lijeve strane ovisno o Planu korištenja javnim površinama u Povijesnoj jezgri Grada;
9. prenosivi stalak za cjenik (stalak za note) izrađen od željeza ("ferro battuto") visine do 1,20 m sa tronošcem na kojem su postavljeni gumeni štitnici i držačem za izlaganje cjenika veličine do 0,45 m x 0,35 m, koji se postavlja isključivo na zakupljenoj javnoj površini, sukladno važećem Planu korištenja javnim površinama u Povijesnoj jezgri Grada; na stalak ispod držača za cjenik mogu se postavljati "ploče za ispisivanje" ponude, dimenzije 0,50 m x 0,60 m;
10. 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, Od Puča, Prijeko i Pred Dvorom;
Pokretni reklamni panoi u obliku slova "V" (kantunali) na kamene igle od ulaza u poslovni prostor trgovačko – uslužnih radnji, osim ugostiteljskih objekata, galerija i turističkih agencija, na način da kantunal može izlaziti iz okvira vrata do 30,00 cm.
Pokretni reklamni panoi u obliku slova "V" (kantunali) ne mogu se postavljati u ulicama koje su Planom korištenja javnim površinama u Povijesnoj jezgri Grada određene kao pješački koridori (Brsalje, Vrata od Pila, Poljana Paska Miličevića, Placa, Pred Dvorom, Od Puča, Široka, Boškovićeve, Miha Pracata, Lučarica, Sv. Dominika, Vrata od Ploča).
11. jednostrani i/ili dvostrani stalci i "A" panoi izrađeni od željeza, bijele boje, dimenzija 0,70 m x 1,00 m, mogu se postavljati samo radi prezentacije turističke ponude Grada (dubrovačka kartica i sl), oglašavanja kulturnih događaja od strane Dubrovačkih ljetnih igara, te ustanova u kulturi kojima je osnivač Grad Dubrovnik;
12. 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;
13. osvijetljene reklamne vitrine (city light) sukladno članku 29. ove Odluke;

(2) Novčarskim institucijama (banke, štedne banke, te druge pravne osobe koje za potrebe novčarskog psolovanja koriste bankomate putem najma, leasing ili na drugi način, a nisu njihov korisnik) nije dopušteno prikazati osvijetljeni znak na ili iznad bankomata, te prikazivati reklamne poruke na zaslonu bankomata. Iste mogu na bankomatu postaviti (zalijepiti) svoj logotip i logotipe izdavatelja kreditnih kartica s kojim surađuje.

(3) 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 C - mogu se postavljati:

1. transparenti (sukladno članku 8. ove Odluke);
2. reklamni natpisi na feralima, preklopima tendi i suncobrana;
3. reklamni logoi;
4. reklamne naljepnice;
5. reklamne ploče ili svjetleće (osvjetljene) reklamne ploče koje se postavljaju 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 (osvjetljene) reklamne ploče koje se postavljaju okomito na pročelje građevine dimenzija 0,50 m x 0,70 m.

(2) Reklamne predmete iz članka 42. ove Odluke mogu se postavljati i u zoni zaštite C.

(3) 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:

1. reklamne zastave;
2. transparenti (sukladno članku 8. ove Odluke);
3. reklamni natpisi;
4. reklamni logoi;
5. reklamni ormarići;
6. reklamne naljepnice;
7. reklamne i svjetleće reklamne ploče;
8. reklamne ploče na stupovima javne rasvjete (osim u ulici Petra Krešimira IV);
9. reklamni stupovi (totemi);
10. putokazni panoi;
11. pokretni reklamni panoi;
12. osvjetljene (city light) i neosvjetljene reklamne vitrine;
13. reklamni uređaji (display);
14. reklamne konstrukcije.

(2) U slučaju oglašavanja kulturnih događaja od strane Dubrovačkih ljetnih igara, ustanova u kulturi kojima je osnivač Grad Dubrovnik, te radi prezentacije turističke ponude Grada (dubrovačka kartica i sl.) mogu se postavljati jednostrani i dvostrani informativni stalci i "A" panoi sukladno članku 27. ove Odluke.

(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:

1. reklamne zastave;
2. transparenti (sukladno članku 8. ove Odluke);
3. reklamni natpisi;
4. reklamni logoi;
5. reklamni ormarići;
6. reklamne naljepnice;
7. reklamne i svjetleće reklamne ploče;
8. reklamne ploče na stupovima javne rasvjete;
9. reklamni stupovi (totemi);
10. putokazni panoi;
11. pokretni reklamni panoi;
12. osvijetljene (city light) i neosvijetljene reklamne vitrine;
13. veliki reklamni panoi od 6,00 m² do 12,00 m²;
14. reklamna platna;
15. reklamni uređaji (display);
16. reklamne konstrukcije.

(2) U slučaju oglašavanja kulturnih događaja od strane Dubrovačkih ljetnih igara, ustanova u kulturi kojima je osnivač Grad Dubrovnik, te radi prezentacije turističke ponude Grada (dubrovačka kartica i sl.) mogu se postavljati jednostrani i dvostrani informativni stalci i "A" panoi sukladno članku 27. ove Odluke.

(3) 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:

1. reklamne zastave;
2. transparenti (sukladno članku 8. ove Odluke);
3. reklamni natpisi;
4. reklamni logoi;
5. reklamni ormarići;
6. reklamne naljepnice;
7. reklamne i svjetleće reklamne ploče;
8. reklamne ploče na stupovima javne rasvjete;
9. reklamni stupovi (totemi);
10. putokazni panoi;
11. pokretni reklamni panoi;
12. osvijetljene (city light) i neosvijetljene reklamne vitrine;
13. veliki reklamni panoi od 6,00 m² do 12,00 m²;
14. reklamna platna;
15. reklamni uređaji (display);
16. reklamne konstrukcije.

(2) U slučaju oglašavanja kulturnih događaja od strane Dubrovačkih ljetnih igara, ustanova u kulturi kojima je osnivač Grad Dubrovnik, te radi prezentacije turističke ponude Grada (dubrovačka kartica i sl.) mogu se postavljati jednostrani i dvostrani informativni stalci i "A" panoi sukladno članku 27. ove Odluke.

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

VII POSTUPAK POSTAVLJANJA REKLAMA I REKLAMNIH PANOVA

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 upravni odjel nadležan za komunalno gospodarstvo 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 može 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:
 1. tekst reklamnog natpisa i mjesto na koji se isti postavlja;
 2. odobrenje za obavljanje djelatnosti za fizičku osobu (obrtnica) ili izvod iz sudskog registra za pravnu osobu;
 3. dokaz o uplati troškova za postavljanje reklamnog natpisa.

Članak 50.

- (1) Zabranjeno je postavljati reklamne predmete bez rješenja, odnosno suprotno rješenju iz prethodnog članka.
- (2) 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.

VIII NAKNADA ZA POSTAVLJANJE REKLAMA I REKLAMNIH PANOVA

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.
- (3) Rješenje se izdaje za razdoblje od jedne godine, osim u slučajevima kada se rješenje izdaje za vrijeme kraćem od jedne godine (sezonsko obavljanje djelatnosti).
- (4) 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.
- (5) 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 - tog dana tekućeg mjeseca.
- (4) Za dospjeli, a nenaplaćeni iznos naknade obračunat će se zakonska zatezna kamata od dana dospijeća svakog pojedinog obroka do dana izvršene obveze plaćanja.
- (5) Naknada za postavljanje reklama i reklamnih panoa uplaćuje se u korist proračuna Grada Dubrovnika.
- (6) U slučajevima kada korisnik zahtjev za postavljanje reklame ili reklamnog panoa podnese u prvoj polovini mjeseca tj. do 15. dana u mjesecu, naknada će se obračunati za cijeli mjesec, a ukoliko korisnik zahtjev podnese 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 kunkskim iznosima prema tabličnom prikazu koji 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 u zračnom prostoru 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 osloboditi 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 trgovačkog društva ili uklanjanju reklame ili reklamnog panoa korisnik je dužan 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 reklamni ili reklamnom panou.
- (4) Reklamnu 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.

IX NADZOR I KAZNE NE 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 pokretni reklamni pano (štafelaj) drži suprotno odredbi čl. 27. st. 2. Ove Odluke
2. ako korisnik/ci drže informativni reklamni pano (štafelaj) suprotno članku 27. stavku 3. ove Odluke
3. ako korisnik stalak za cjenik drži suprotno odredbi članka 27. st. 5. ove Odluke
4. ako korisnik drži pokretni reklamni pano u obliku slova "L" i "V" (kantunal) suprotno članku 27. stavak 7. Odluke
5. ako se postupa suprotno odredbi članka 41. st. 1. ove Odluke;
6. ako se reklamni predmeti postavljaju bez rješenja ili suprotno rješenju (članak 50. st. 1.);

- (2) Za prekršaj iz stavka 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. ovog članka kaznit će se fizička osoba-obrtnik novčanom kaznom u iznosu od 5.000,00 kuna.
- (4) Za prekršaj iz stavka 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:

- 1. ako se reklame i reklamni panoi drže u neurednom i neispravnom stanju (članak 6. st. 6. i članak 22. st. 5.);

- (2) 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.
- (3) Za prekršaj iz stavka 1. točke 1. ovog članka kaznit će se fizička osoba-obrtnik novčanom kaznom u iznosu od 2.500,00 kuna.
- (4) Za prekršaj iz stavka 1. točke 1. ovog članka kaznit će se fizička osoba novčanom kaznom u iznosu od 1.000,00 kuna.

X 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 Odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika („Službeni glasnik Grada Dubrovnika“, broj: 13/18.), čiji je vremenski rok ograničen, prestaju vrijediti istekom navedenog roka.
- (4) 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 Odluka o reklamiranju na području Grada Dubrovnika („Službeni glasnik Grada Dubrovnika“, broj: 13/18.)

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

KLASA:
URBROJ:
Dubrovnik,