Gradonačelnik

KLASA: 363-01/19-09/27

URBROJ: 2117/01-01-19-02

Dubrovnik, 27. studenoga 2019. godine

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 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

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:
2. **javne površine** su površine u općoj uporabi, a prema namjeni razlikuju se:

* javnoprometne površine (dionice javnih cesta 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,

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, 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 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 koriste li se u muškom ili ženskom rodu, na jednak način obuhvaćaju muški ili ženski rod.

**II REKLAMNI PREDMET**

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.

**III 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 (otok Lokrum) sukladno Grafičkom prikazu povijesne cjeline Grada Dubrovnika i njene neposredne okoline, Režim zaštite, Ministarstva kulture, Uprave za zaštitu kulturne baštine, Konzervatorskog odjela u Dubrovniku, te gradski predjel Svetog Jakova i povijesnu cjelinu gradskog predjela Giman.
3. **Druga zona** obuhvaća dio administrativnog područja Gradskog kotara Pile -Kono i Gradskog kotara Ploče-Iza grada koje je izvan područja 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.

**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 (reklamne) 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. 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.
2. Mogu se postavljati na pozicijama: Luža, zid iznad male Onofrijeve fontane te zid poviše zapadnog izlaza sa Straduna prema Pilama, max veličine do 4,00 m x 3,00 m, te na zidu između Luže i male Onofrijeve fontane isključivo u nekomercijalne svrhe i to za projekte od interesa za Grad Dubrovnik kao i ustanova u (su) vlasništvu Grad Dubrovnika, max veličine 2,20 m x 1,60 m.
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, zid poviše zapadnog izlaza sa Straduna prema Pilama te zid iznad male Onofrijeve fontane postavljaju strate i prikazuje video projekcija Dubrovačkih ljetnih igara.
4. Informativne (reklamne) strate su predmeti od tkanine, bordo boje na kojema se u bijeloj boji ističe ime tvrtke ili pravne osobe, obrta, poslovnog prostora i djelatnosti pravnog subjekta, a postavljaju se uz ulaz u poslovni prostor (max. dimenzija 0,50 m x 0,70 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.

1. Troškovi postavljanja i/ili uklanjanja reklamnog natpisa s piktogramom na tipiziranu stratu, u iznosu od 500,00 kuna, po jednom redtku, 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.
2. 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 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 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.

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.
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;

1. 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.
2. Mogu se postavljati kao samostojeće, veličine do 2,00 m² (4,00 m2 obostrano):

* na zemljištvu 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).

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. Ako je reklamni predmet osvijetljen ili ima u sebi integriranu rasvjetu, osvjetljenje mora biti stalnog, ujednačenog i dopuštenog intenziteta, usmjereno na načina da ne zasjepljuje sudionike u prometu i pješake.
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.

1. 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 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 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 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 1,00 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, jednostrani i/ili dvostrani informativni stalak, “A” panoi 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/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) i muzeja u privatnom vlasništvu.
3. Informativni reklamni pano – štafelaj za potrebe reklamiranja trgovačko – uslužnih objekata, osim ugostiteljskih objekata i galerija 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). Postvaljaju 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, aluminija 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 “V” (kantunali) su panoi na kojima se na jednobojnoj podlozi ističe ime tvrtke, poslovnog prostora i djelatnosti. Postavljaju se na zidu do kamene igle (dovratnika) ulaza u poslovni prostor na način da “kantunal” mora biti ovješten o najviše dva nosača koji se sidre u fugu (sljubnicu) zida do ulaza u poslovni prostor, s tim da kantunal može biti visine kamene igle (dovratnika) i od zida izlaziti maksimalno 25,00 cm.

Pokretni reklamni panoi u obliku slova “V” uklanjaju se izvan trajanja radnog vremena.

*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 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.

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 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:
2. transparenti (sukladno članku 8. ove Odluke);
3. privremene strate (sukladno članku 9. ove Odluke);
4. tipizirane strate na početku ulica;
5. informativne (reklamne) strate uz ulaz u poslovni prostor trgovačko-uslužnih i ugostiteljskih radnji osim turističkih agencija i to samo u zoni B;
6. reklamni natpisi i reklamni logoi (naziv i djelatnost poslovnog objekta) na feralima, preklopu suncobrana;
7. neprozirne ("mliječne") naljepnice maksimalnih dimenzija do 4,00 m2, isključivo na staklenim dijelovima - izlozima prodavaonica prehrambene robe, na kojima je moguće istaknuti reklamni logo, veličine do 2,00 m2;
8. slikarski stalci (štafelaji) ispred ulaza galerija i privatnih muzeja osim u ulicama koje su Planom korištenja javne površine u povijesnoj jezgri Grada određene kao pješački koridori;
9. informativni reklamni panoi – štafelaji postavljaju 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;
10. 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;
11. Pokretni reklamni panoi u obliku slova "V" (kantunali) na zidu do kamene igle (dovratnika) ulaza u poslovni prostor trgovačko – uslužnih radnji, osim galerija.

Svaki poslovni prostor može imati samo jedan kantunal.

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, Prijeko, Pred Dvorom, Od Puča, Široka, Boškovićeva, Miha Pracata, Lučarica, Sv. Dominika, Vrata od Ploča).

1. 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;
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. Novčarskim institucijama (banke, štedne banke, te druge pravne osobe koje za potrebe novčarskog poslovanja 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 i postavljanje dodatnih reklama kao i dodatnog osvjetljenja. Iste mogu na bankomatu postaviti (zalijepiti) svoj logotip i logotipe izdavatelja kreditnih kartica s kojim surađuje. Površina stakla izloga koju ne zauzima sučelje banomata mora biti prozirna.
5. Iznimno za vrijeme značajnih manifestacija (kulturnih i drugih), te u sponzorske svrhe kulturnih manifestacija 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 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 (osvjetljene) reklamne ploče koje se postavljaju okomito na pročelje građevine dimenzija 0,50 m x 0,70 m.
7. Reklamne predmete iz članka 42. ove Odluke mogu se postavljati i u zoni zaštite C.
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. 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.
17. 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. 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.
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. 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.
19. U četvrtoj zoni mogu se obavljati posebni načini reklamiranja sukladno članku 38., 39. i 40. ove Odluke.

**VII 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 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:
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 reklamnog natpisa.

Članak 50.

1. Zabranjeno je postavljati reklamne predmete bez rješenja, odnosno suprotno rješenju upravnog odjela nadležnog za komunalno gospodarstvo Grada Dubrovnika.
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 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 dvije godine, osim u slučajevima kada se rješenje izdaje za vrijeme kraće od dvije 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 - 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 se po zahtjevu korisnika rješenje o postavljanju 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 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 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.

Članak 59.

1. Ukoliko korisnik reklamnog predmeta za vrijeme trajanja rješenja o odobrenju postavljanja reklama/reklamnih panoa svojim djelovanjem ili propustom prekrši obveze iz rješenje, predmetno rješenje će se ukinuti.

**IX NADZOR I KAZNENE ODREDBE**

Članak 60.

* + 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 61.

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 odredbi čl. 27. st. 3. ove Odluke;
   3. ako korisnik drži jednostrani/ili dvostrani informativni stalak i “A” pano suprotno odredbi čl. 27. st. 4. ove Odluke;
   4. ako korisnik stalak za cjenik (stalak za note) drži suprotno odredbi čl. 27. st. 5. ove Odluke;
   5. ako korisnik stalak za cjenik drži suprotno odredbi čl. 27. st. 6. ove Odluke;
   6. ako korisnik drži pokretni reklamni pano u obliku slova “V” (kantunal) suprotno odredbi čl. 27. st. 7. Odluke;
   7. ako se postupa suprotno odredbi čl. 38. ove Odluke;
   8. ako se postupa suprotno odredbi čl. 39. ove Odluke;
   9. ako se postupa suprotno odredbi čl. 40. ove Odluke;
   10. ako se postupa suprotno odredbi čl. 41. ove Odluke;
   11. ako se reklamni predmeti postavljaju bez rješenja ili suprotno rješenju (čl. 50. st. 1.);
   12. ako obavlja djelatnost reklamiranja bez rješenja odnosno odobrenja (čl. 58.).
2. Za prekršaj iz st. 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 st. 1. ovog članka kaznit će se fizička osoba-obrtnik novčanom kaznom u iznosu od 5.000,00 kuna.
4. Za prekršaj iz st. 1. ovog članka kaznit će se fizička osoba novčanom kaznom u iznosu od 2.000,00 kuna.

Članak 62.

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. Za prekršaj iz st. 1. točke 1. ovog članka kaznit će se i odgovorna osoba u pravnoj osobi novčanom kaznom u iznosu od 1.000,00 kuna.
4. Za prekršaj iz st. 1. točke 1. ovog članka kaznit će se fizička osoba-obrtnik novčanom kaznom u iznosu od 2.500,00 kuna.
5. Za prekršaj iz st. 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 63.

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.) i Odluke o reklamiranju na području grada Dubrovnika („Službeni glasnik Grada Dubrovnika“, broj: 13/18.) 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.) i Odluke o reklamiranju na području grada Dubrovnika („Službeni glasnik Grada Dubrovnika“, broj: 13/18.) koja vrijede do donošenja novog rješenja, kao i ona rješenja koja su u suprotnosti s odredbama ove Odluke zamijenit će se, po službenoj dužnosti, novim rješenjima.

Članak 64.

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

Članak 65.

1. Danom stupanja na snagu ove Odluke prestaje važiti Odluka o reklamiranju na području Grada Dubrovnika (“Službeni glasnik Grada Dubrovnika”, broj: 13/18.)

Članak 66.

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

Predsjednik Gradskog vijeća

mr.sc. Marko Potrebica

Upravni odjel za komunalne djelatnosti

i mjesnu samoupravu

KLASA: 363-01/19-09/27

URBROJ: 2117/01-03-19-01

Dubrovnik, 27. studenoga 2019. godine

GRADONAČELNIK GRADA DUBROVNIKA

o v d j e

PREDEMT: Prijedlog Zaključaka 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.

Predloženom Odlukom u odnosu na raniju Odluku o reklamiranju na području Grada Dubrovnika („Službeni glasnik Grada Dubrovnika“, broj: 13/18.) koja je na snazi od 07. srpnja 2018. godine, uvode se promjene u načinu reklamiranja za ugostitelje i trgovce (obrtnike i trgovačka društva) na području prve zone Grada Dubrovnika te druge manje izmjene koje se većinom odnose na mjesto i način postavljanja reklamnih predmeta, a koje su se u međuvremenu pokazale potrebnima.

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

Područje Grada Dubrovnika podijeljeno je u četiri (4) zone.

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.

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 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

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: 68/18. i 110/18. – Ustavna odluka)

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 članku 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.

Sukladno članku 130. stavku 2. Zakona o komunalnom gospodarstvu jedinica lokalne samouprave dužna je u roku od godine dana od dana stupanja na snagu zakona donijeti odluku kojom će se u svrhu uređenja naselja te uspostave i održavanja komunalnog reda u naselju odrediti uvjeti za postavljanje reklama.

Također, člankom 104. točkom 5. Zakona o komunalnom gospodarstvu, u svrhu uređenja naselja, sadržaj Odluke o komunalnom redu može se propisati i s više odluka koje donose predstavnička tijela.

Predloženom Odlukom u odnosu na raniju Odluku o reklamiranju na području Grada Dubrovnika („Službeni glasnik Grada Dubrovnika“, broj: 13/18.) koja je na snazi od 07. srpnja 2018. godine, uvode se promjene u načinu reklamiranja za ugostitelje i trgovce (obrtnike i trgovačka društva) na području prve zone Grada Dubrovnika te druge manje izmjene koje se većinom odnose na mjesto i način postavljanja reklamnih predmeta, a koje su se u međuvremenu pokazale potrebnima.

Sukladno Zakonu o pravu na pristup informacijama („Narodne novine“, broj: 25/13.) proveden je postupak savjetovanja s javnošću u periodu od 8. svibnja do 7. lipnja 2019., do kada su svi zainteresirani mogli dati svoje prijedloge i sugestije na tekst Odluke.

Na sudjelovanje u otvorenom internetskom savjetovanju pozvani su svi građani, kao i gospodarstvenici na koje se Odluka i odnosi, dakle ugostitelji, trgovci, turističke agencije, galerije, iznajmljivači i drugi.

O provedenom postupku savjetovanja s javnošću na predloženi nacrt Odluke izrađeno je Izvješće o provedenom savjetovanju.

Izvješće o provedenom savjetovanju je u privitku ovog materijala za sjednicu Gradskog vijeća za raspravljanje i odlučivanje o prijedlogu Odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika.

OBRAZAC IZVJEŠĆA O PROVEDENOM SAVJETOVANJU

|  |  |
| --- | --- |
| **IZVJEŠĆE O PROVEDENOM SAVJETOVANJU**  **SA ZAINTERESIRANOM JAVNOŠĆU** | |
| **Naziv akta/dokumenta za koji je provedeno savjetovanje:** | Nacrt prijedloga Odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika |
| **Naziv tijela nadležnog za izradu nacrta / provedbu savjetovanja** | Grad Dubrovnik  Upravni odjel za komunalne djelatnosti i mjesnu samoupravu |
| **Cilj i glavne teme savjetovanja** | Cilj savjetovanja je uključivanje zainteresirane javnosti te dobivanje povratnih informacija na predložene odredbe nacrta Odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika. |
| **Objava dokumenta za savjetovanje** | Poveznica na objavljeno savjetovanje  https://www.dubrovnik.hr/savjetovanje-s-javnoscu |
| **Razdoblje provedbe savjetovanja** | Internetsko savjetovanje sa zainteresiranom javnošću provedeno je u razdoblju od 8. svibnja do 7. lipnja 2019. |
| **Pregled osnovnih pokazatelja uključenosti savjetovanja s javnošću** | U postupku javnog savjetovanja pristiglo je ukupno 37 prijedloga odnosno mišljenja od strane 18 dionika od kojih su 2 očitovanja pristigla izvan roka tj. iza 7. lipnja 2019.godine.  Obzirom na dionike od ukupnog broja, u savjetovanju s javnošću sudjelovalo je: 8 fizičkih osoba, 5 gospodarskih subjekata, 3 javno pravna tijela i 2 udruženja.  Od ukupno podnesenih prijedloga i mišljenja pristiglo je 18 načelnih prijedloga na nacrt Odluke o reklamiranju i 16 pojedinačnih prijedloga na pojedinačne odredbe nacrta Odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika i 3 mišljenja/komentara.  Od načelnih prijedloga prihvaćena su 2 prijedloga, a 16 prijedloga nije prihvaćeno.  Od pojedinačnih prijedloga prihvaćena su 3 prijedloga, a 13 prijedloga nije prihvaćeno.  Osim pristiglih prijedloga Upravni odjel je zaprimio 3 mišljenja/komentara na predloženu Odluku. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Redni broj | Naziv dionika (pojedinac, organizacija, institucija) | Članak na koji se odnosi prijedlog/mišljenje/ primjedba, te načelni prijedlog/  Mišljenje/ primjedba na nacrt Odluke | Tekst primjedbe/prijedloga | Prihvaćanje/ neprihvaćanje primjedbe ili prijedloga |
| 1. | DESIDERIUM DUBROVNIK d.o.o., Ivan Pavlina, Marko Jelić, Željko Milinković | Daju se prijedlozi na članke 7. i 16. nacrta Odluke | "Poštovani,  ovim putem Vam se javljamo povodom Javnog savjetovanja u vezi zakon o reklamiranju na području grada Dubrovnika. Kao novootvoreni ugostiteljski objekt uslužne djelatnosti u Širokoj ulici šaljemo naš prijedlog za reklamiranje budući još nemamo javnu površinu.  Naš prijedlog se temelji na članku 104. Zakona o komunalnom gospodarstvu („Narodne Novine“, broj 68/18. i 110/18. – Ustavna odluka).  Pozivamo se na članak 7. (REKLAMNE ZASTAVE)  (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.  U PRILOGU VAM ŠALJEMO SLIKU NAŠE ZASTAVE (SLIKA 1.)  Posebno želimo istaknuti da postavljanje naše zastave u niti jednom segmentu neće narušiti niti oštetiti kulturnu baštinu grada Dubrovnika.  Također povodom članka 16. (REKLAMNE NALJEPNICE)  (1) Reklamne naljepnice su naljepnice koje se lijepe na ostakljene dijelove građevina kao što su prozori i/ili vrata, te na garažna vrata, na montažne objekte i sl., a koje svojim sadržajem ili slikom reklamiraju proizvode ili usluge potencijalnim korisnicima ili kupcima, a veličine do 6,00 m2  (2) Ime ugostiteljskog objekta iznad vrata radi lakšeg informiranja potencijalnih gostiju o kojem je ugostiteljskom objektu riječ (zbog ranijih slučajeva gdje su gosti sjedali u susjedni u.o. misleći da je naš).  U PRILOGU VAM ŠALJEMO SLIKU NAŠEG PRIJEDLOGA (SLIKA 2.)  Molimo Vas da nam omogućite naša 2 prijedloga jer kvalitetom i uslugom možemo svima parirati ali ako nismo vidljivi gosti neće znati da postojimo. Mišljenja smo da su ugostiteljski objekti bez javne površine već u podređenom položaju u odnosu na one koji je imaju, te smatramo da su naši prijedlozi razumni i da će biti prihvaćeni." | Ne prihvaća se prijedlog na članak 7. predložene Odluke o reklamiranju. U članku 42. predložene Odluke predloženo je 13 vrsta reklamnih predmeta koji se mogu postavljati u I zoni (zona zaštite A i B).  Ne prihvaća se prijedlog postavljanja velikih reklamnih naljepnica prema stručnom mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku\*. |
| 2. | Ivan Čagalj | Daje se načelno mišljenje na nacrt Odluke o reklamiranju | "Poštovani,  proanalizirajući predloženi Nacrt odluke o reklamiranju mišljenja sam da se radi o dobrom prijedlogu i to iz više razloga. Prvi i osnovni razlog je što u odnosu na važeću Odluku o reklamiranju navedeni prijedlog uvažava činjenicu da trgovinama unutar stare gradske jezgre, koje se nalaze u sporednim ulicama, otvaranjem mogućnosti za postavljanjem informativnog reklamnog panoa-štafelaja na spoju, konkretno, Đorđićeve sa ulicom Od Puča omogućuje daljnje normalno poslovanje. Ovakav zaključak je plod tridesetogodišnjeg rada trgovine Maskeron na istoj lokaciji u kojem vremenu je reklamiranje postavljanjem štafelaja na spoju ulica Đorđićeve i Od Puča polučilo najbolji rezultat, odnosno smisao za daljnji rad trgovine. Svi ostali dosadašnji načini reklamiranja, posebno putem strata, vode ka zatvaranju trgovine. Razvidno je da potencijalni kupac-trgovina Maskeron prodaje isključivo HRVATSKI PROIZVOD-nema razloga bez odgovarajuće reklame skrenuti u sporednu ulicu u kojoj nema drugih poslovnih objekata. Za usporedbu, važnost ovakvog načina reklamiranja je kao da grad Dubrovnik da u najam ugostiteljski poslovni prostor na Stradunu, ali ne dozvoli stolove ili postavljanje suncobrana bilo kojeg oblika. Također, na predloženi način reklamiranja stavljate sve druge djelatnosti u isti položaj sa npr. ugostiteljstvom. Napominjem da vjerojatno većina poslovnih prostora koji egzistiraju u sporednim ulicama su osnovni ili jedini izvor prihoda za njihove obitelji." | Mišljenje/komentar  Mišljenje je pozitivno glede nacrta Odluke o reklamiranju.  Način reklamiranja putem informativno-reklamnih panoa – štafelaja nije prihvatljivo prema stručnom mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku.\* |
| 3. | PEMO d.o.o., Antonela Farčić | Daje se načelni prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju i primjedba na čl. 42. st. 6. Odluke | "Vezano za trgovinu prehrane na adresi Antuninska 4 u Gradu: Interes građana i grada Dubrovnika je zasigurno trgovina prehrane u Gradu koja je već neko vrijeme deficitarna djelatnost zbog cijena nekretnina i najmova. Kako je osnova svakog posla uočljivost i dostupnost usluge klijentima smatramo da je staklo oslikano natpisom market i košaricom proizvoda (slike u prilogu) bolja opcija od prozirnog stakla kroz kojeg se vide police sa složenom trgovačkom robom. Stoga smatramo da se trgovine prehranom koje se nalaze u zoni 1A trebaju tretirati kao objekti u zoni 1B. - Vezano uz trgovinu Batala: Market Pemo Batala se nalazi u ulici Od Batale. Kompletna ulica Od Batale i kompletna ulica na koju se nastavlja; ulica Nikole Tesle; se nalaze u trećoj zoni osim naše trgovine koja upada u zonu Giman odnosno u prvu zonu B. Kako je orijentacija i smještaj trgovine takav da se ne razlikuje od ostalih u istoj ulici smatramo da ne postoji opravdan razlog da se naša trgovina ne svrsta kao i ostali objekti u okolini u treću zonu. U prilogu šaljemo fotografije postojećeg stanja za trgovine: Antuninska 4, Ulica od Batale 2."   * Čl.42. stavak 6.- ukloniti “zona B” * Iz zone B ukloniti česticu 1567/3 (Od Batale 2) | Ne prihvaća se prijedlog postavljanja velikih reklamnih naljepnica prema stručnom mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku**\***.  Ne prihvaća se prijedlog uklanjanja čest. zem. 1567/3 jer nije u nadležnosti ovog Upravnog odjela. |
| 4. | GRAD DUBROVNIK Upravni odjel za kulturu i baštinu | Daje se načelni prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju | "Predlažemo da se omogući postavljanje informativne oznake/strate na ulaz u Lužu u kojoj se nalazi mjesto prodaje ulaznica za kulturne programe ustanova u kulturi, Dubrovačke kartice i sl. Bez oznake na ulazu nije jasno što se zapravo nalazi u Luži, a cilj Grada je na takvom frekventnom mjestu omogućiti informiranje o kulturnim programima koji se odvijaju trenutno u gradu te prodaju ulaznica za iste. Time se disperzira i dio turista sa samog Straduna s ciljem smanjenja gužvi. " | Ne prihvaća se prijedlog postavljanja strate prema stručnom mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku \* |
| 5. | IKIGAI d.o.o., Predrag Crnobrnja | Daje se načelni prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju | "Dozvola postavljanja statične svjetleće reklame na pročelje garaže i reflektora na pročelje kuće, bez video projekcije. Certificirano protiv svjetlosnog onečišćenja . Garaža i kuća su u privatnom posjedu. " | Ne prihvaća se prijedlog. U članku 42. predložene Odluke predloženo je 13 vrsta reklamnih predmeta koji se mogu postavljati u I zoni (zona zaštite A i B). |
| 6. | MOJE TEZORO d.o.o., Karmen Gagro, Nera Njirić | Daju se načelne primjedbe | "Prva i najstarija antikvarnica u Dubrovniku poslije rata, nalazi se na križanju Ulice Između Polača i Božidarevićeve. Aktivna je od 1995 godine.  Iako vrlo blizu Straduna nije vidljiva i jedino moguće riješene su bila dva okomita panoa 135x11 cm i 176x18 cm na bijeloj podlozi crnim slovima Antikviteti i Antiques , postavljeni na unutrašnjost kamene igle na bočnim vratima u Božidarevićevoj odnosno na uglu zgrade Između Polača.  Na uglu prema Božidarevićevoj imali smo umjetnički izrađen cimer, akademskog kipara Zvonimira Lončarića i dizajnera Mihajla Arsovskog, dva naša najreferentnija umjetnika s konca 20 stoljeća.  Za taj cimer imali smo suglasnost Zavoda za zaštitu kulturne baštine iz 1997 godine, te najnoviji od 31.svibnja 2019.  Estetika likovnog rješenja za reklamiranje ovog jedinstvenog mjesta u Gradu dobro je promišljena i dogovorena sa stručnjacima i bila je u funkciji preko 20 godina, da bi pred mjesec dana pod prijetnjom kazne od 12.000 kuna morala biti uklonjena.  Iako smo pred više od mjesec dana uplatili oglašavanje na novim stratama, ove do danas još nisu postavljene.  Premda smo pred više od mjesec dana uplatili oglašavanje na novim stratama, one do danas još nisu postavljene.  U međuvremenu dok se naš prostor više nikako ne vidi niti prepoznaje, osvanuo je veliki štafelaj na uglu Straduna i Božidarevićeve ulice koji reklamira turističku agenciju koja se nalazi u Nalješkovićevoj ulici na suprotnoj strani Straduna i nema nikakve veze sa sadržajem naših dvaju Ulica.  Smatramo da bi se obavijesti i reklame u ulicama trebale odnositi samo na one subjekte koji se tamo nalaze.  Svojim dimenzijama ovaj štafelaj zauzima 1/4 širine ulice i zaklanja pogled i ulaz u nju.  U međuvremenu Stradun gubi izloge, osobito ukusno uređene izloge koji se pretvaraju u bankomate.  Izgledom naših dvaju izloga i sadržajem u unutrašnjosti naš bi se grad trebao samo ponositi i hvaliti a danas je potpuno nevidljiv i u njega više nitko ne ulazi.  Sve se to događa u jeku turističke sezone pa se s pravom se pitamo mislili netko odgovorno na naše egzistencije ili ćemo se i mi pretvoriti u bankomate, sladolede i gumene bombone.  Kakva razina se od Dubrovnika traži i imamo li svi skupa pravo na neku razinu kulturne i profinjene sredine ili ćemo sve skupa banalizirati i komercijalizirati.  Smatramo da ovaj problem mogu zajednički riješiti stručnjaci: arhitekti, urbanisti, konzervatori, povjesničari umjetnosti i dizajneri.  Njihova bi stručna pomoć znatno doprinijela općem izgledu Grada u turističkoj sezoni i pomogla poslovnim subjektima da nesmetano rade i funkcioniraju.  Molimo naslov da izađe na teren i da u živo vidi što se sve događa te da razmotri ovo naše pismo i odobri dosadašnje rješenje.  Napominjem da smo mi otvoreni cijelu godinu i da dajemo besplatne ekspertize i procjene umjetničkih predmeta i antikviteta, pa bi bilo lijepo da nas naši građani mogu i pronaći. | Ne prihvaća se prijedlog -“cimeri” predstavljaju oznaku ceha obrtnika koji nisu reklamni predmeti.  Za predmetnu reklamu turističke agencije – postupak je u tijeku. |
| 7. | Ivica Tolja | Daje se načelni prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju | "Poštovani dajem prijedlog da se na postojeći stalak sa cjenikom može pričvrstiti ili zakačiti kutija za držanje letaka od ugostiteljskog objekta. Time bi se izbjeglo davanje letaka gostima u ruke od strane konobara tj. djelatnika, nego bi gosti zainteresirani za ugostiteljski objekt sami uzimali letke iz stalka sa cjenikom. Isto tako dajem prijedlog da se ispod stalka sa cjenikom stavi ploča za pisanje, na kojoj bi se moglo napisati ime objekta i neki popust za neko određeno jelo i napitak. U atačmentu šaljem slike stalka kako bi izgledao sa pločom i kutijom za letak. " | Ne prihvaća se prijedlog. Izgled stalka za cjenik je već definiran i postavljanje dodatnog stalka za letke narušio bi prethodno predloženi izgled stalka. |
| 8. | Vladimir Šarić | Daje se načelno mišljenje na nacrt Odluke o reklamiranju | U vezi Nacrta Odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika smatram potrebnim u Odluci izričito zabraniti reklamiranje postavljanjem reklamnih elemenata na kamene ovratnike koji se u posljednje vrijeme sve češće pojavljuju na vratima trgovačkih radnji i agencija. Najdrastičniji primjer je reklama na baroknim vratima ljetnikovca Đorđić na Pilama (bivši Atlas i DM), slijedi prodavaonica PEMO u Antuninskoj ulici, pa nedavno Konzum na Gundulićevoj poljani, niz u Širokoj ulici preko puta ulice Vara, te najnovija na palači Maineri 5 u istoj ulici.  Sve navedene reklame trebalo bi hitno ukloniti kako bi se spriječilo njihovo masovno postavljanje koje očito uzimlje maha. | Mišljenje/komentar |
| 9. | Luka Šimunović | Daje se načelno mišljenje i primjedba na čl. 42. st. 10. nacrta Odluke o reklamiranju | "Mislim da je ovo savjetovanje za svaku pohvalu. Nisam siguran da će dosta poduzetnika sudjelovati zbog ispunjanja obrazaca putem interneta. Moj prijedlog je sljedeći put da komore podjele obrasce poduzetnicima da ih ispune i njima predaju.  Moja primjedba na nacrt odnosi se na članak 42. Stavak 10. U kojemu je onemogućeno trgovcima na ulici Prijeko da imaju kantunale u obliku skova L, (za V nisam siguran) što je i te kako bitno za poslovanje jer u ulicama do širine 5 m je nužno imati iste kako bi gosti u prolazu mogli primijetiti i svratiti u kupovinu. Iz vlastitog iskustva mogu potvrditi da skidanjem istih kantunala promet je drastično pao. " | Ne prihvaća se prijedlog jer je predloženom Odlukom u članku 42. predloženo 13 vrsta reklamnih predmeta koji se mogu postavljati u I zoni (zona zaštite A i B). |
| 10. | UDRUŽENJE OBRTNIKA DUBROVNIK | Daje se načelni prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju | "U Rješenja o odobrenju za postavljanje reklamnih predmeta i reklamnih panoa dodati klauzulu da se Rješenja izdaju na rok od dvije (2) godine dana" | Prihvaća se prijedlog. U razmatranju prijedloga zaključeno je da korisnici reklamnih predmeta svoju djelatnost obavljaju u prostorima za koje najčešće imaju zaključene ugovore o zakupu poslovnog prostora na više od jedne godine. |
| 11. | Mara Kolić Pustić | Daje se načelno mišljenje na nacrt Odluke o reklamiranju | "Poštovani,  Mišljenja sam da u vremenu interneta i google mapsa mogućnosti fizičkog reklamiranja u prostoru treba svesti na apsolutni minimum.  Maskiranje kamenih igli vrata i prozora je potpuno neprihvatljivo. Vizure i identitet grada moraju biti u prvom planu. Označavanje na feralima i sličnim upotrebnim rekvizitima u prostoru koji bi u njemu svakako postojali u kombinaciji s internetskim pretraživanjem i google mapsima je sasvim dovoljno. " | Mišljenje/komentar |
| 12. | Alen Avdić | Daje se načelni prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju | "Štovani,  Obraćamo Vam se kao nadležnoj instanci u vezi javnog savjetovanja o reklamiranju na području Dubrovnika (Stari grad), kao vlasnik putničke agencije Deep Green travel j.d.o.o Getaldićeva ulica br. 5, čije je sjedište u unajmljenom prostoru  U istoj ulici od Straduna do vrha Getaldićeve ulice nalazi se popularni restoran Nava i još četiri putničke agencije uz Deep Green travel.  Odlukom od prošle godine nam je onemogućeno držanje reklamnih panoa na početku ulice sa Straduna, što naš posao prodajne djelatnosti putničke agencije, bez mogućnosti oglašavanja čini nemogućim.  Naime, još uvijek postoji strata na kojoj piše da se u ulici nalazi salon za masažu koji je zatvoren prije par godina. Strata sa oznakama djelatnosti je važna kao i sama reklama na početku ulice.  Nadam se da Vam je poznato pismo jednog vlasnika putničke agencije otprije nekoliko dana koji je kao savjestan građanin i pravna osoba napisao pismo za Dubrovački dnevnik, u kojemu naglašava da cvijeta takozvani '' black market“ na ulicama od Gruža do Starog grada, čime agencije koje uredno plaćaju poreze i prireze, PDV itd., su stjerane u kut do granice izdržljivosti, jer nemaju prodaju, a još bez reklamnih panoa koji su prije postojali, mnogi će morati zatvoriti svoje objekte jer neće moći opstati. Da ne govorimo koliko grad Dubrovnik i država Hrvatska time gube, te radnici koji će ostati bez posla i bez prihoda.  Kao građanin grada u kojem sam rođen, naglasio bih poznatu Vam stvar sa vodičima koji prave velike gužve, pa nikom ništa. Mi poslujemo u zatvorenom prostoru i ne pravimo gužve, samo molimo da nam se odobri alat za raf.  Podržavamo i jučerašnji performans na Stradunu zbog bankomata, građani napravili funero za mrtve izloge. Sve skupa uništava vizuru našeg lijepog grada.  Stoga Vas molimo razmotrite našu zamolbu i vratite nam alat za rad, reklamiranje na početku ulice, promijenite strate, da bi bili prepoznatljivi i mogli nastaviti uredno plaćati PDV poreze, prireze.  Nadamo se da ćete pozitivno riješiti naše zamolbe. " | Ne prihvaća se prijedlog prema stručnom mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku.\* |
| 13. | Marin Krstulović, GK Grad, Udruga Grad | Daje se načelno mišljenje i primjedbe na čl. 27., 28., 42., 48., 61., nacrta Odluke o reklamiranju | Potrebno je zabraniti kantunale, u zoni A te na zaštićenim objektima u svojstvu kulturnog dobra uvesti konzervatorsku suglasnost za bankomate. Izmjene odluke o oglašavanju ulica prema Stradunu.  Kao zamjena za kantunale predlažem  reklamiranje na tendama gdje je dozvoljeno ispisati vrstu objekta (caffe bar, pub, pizzeria, restaurant, turistička agencija) i ime objekta odnosno suncobranima.  Naravno ukoliko imaju dozvolu za tende i suncobrane te iznajmljuju javnu površinu od grada Dubrovnika.  Izmjene:  Članak 27.  Točka 1.  U zoni A te na svim objektima pod zaštitom bez obzira na zonu zabranjuje se postavljanje L i V panoa (kantunala).  Ova odluka proizlazi iz nemogućnosti postavljanja istih bez oštećenja kamenih dovratnika i igala otvora te zbog zaklanjanja dovratnika i otvora objekata pod zaštitom. Za postavljanje kantunala na zaštićenim objektima te bilo gdje u zoni A potrebno je ishoditi suglasnost konzervatorskog odjela, Ministarstva Kulture u Dubrovniku.  Točka 3.  Informativni reklamni panoi – štafelaji postavljaju se na zadnjem rubu ucrtane javne površine prema najbližim glavnim ulicama. (Placa, Od Puča, Prijeko) s desne ili lijeve strane ovisno o Planu korištenja javnim površinama u Povijesnoj jezgri Grada; Ukoliko na spoju ulice ne postoji javna površina štafelaji se postavljaju na rubu zadnje ucrtane javne površine.  Objašnjenje izmjene  Zbog nemogućnosti ravnopravnog postavljanja informativnih reklamni panoa u ulicama koje imaju preko 4 radnje, a kako ne smije doći do nemogućnosti prolaza i zatvaranja koridora (potrebna 2 panoa recimo na izlazu na Placu) smatramo da se oglašavanje treba vršiti na najbližoj prometnoj ulici a to su Placa, Od Puča i Prijeko na već određenim javnim površinama. Neizmijenjena odluka je direktno protiv moratorija na dodjeljivanje javnih površina te se protivi izjavama Gradonačelnika o ne povećanju zauzetih javnih površina.  Izmjena  Članak 28.  Točka 1.  - na javnu površinu neposredno uz ulaz u poslovni prostor korisnika, na način da dio reklame mora doticati zid čime ne prelazi predviđenu širinu od 50 cm. te ostavlja prolaz pješaka od 1,40 m u sporednim ulicama. U slučaju postojanja i korištenja javne površine s druge strane ulice čime se smanjuje prolaz pješaka ispod koridora od 1,40 metara, reklama se postavlja na suprotnu površinu od ulaza u objekt, na površinu koja je već ucrtana u Planu upravljanja javnim površinama  Članak 42.  Prva zona  Točka 1., Stavak 8.  informativni reklamni panoi – štafelaji postavljaju 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;  Mijenja se prema predloženoj izmjeni Članka 28. Točke 1.  Informativni reklamni panoi – štafelaji postavljaju se na zadnjem rubu ucrtane javne površine prema najbližim glavnim ulicama. (Placa, Od Puča, Prijeko) s desne ili lijeve strane ovisno o Planu korištenja javnim površinama u Povijesnoj jezgri Grada; Ukoliko na spoju ulice ne postoji javna površina štafelaji se postavljaju na rubu zadnje ucrtane javne površine.  Članak 42. Točka 1. Stavak 10.  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, Boškovićeva, Miha Pracata, Lučarica, Sv. Dominika, Vrata od Ploča).  Članak 42. Točka 1, Stavak 10. se briše  Članak 42.  Točka 2. Dodaje se. Na jednom izlogu dozvoljen je najviše jedan bankomat. Za svako postavljanje bankomata potrebno je ishoditi suglasnost Konzervatorskog odjela u Dubrovniku - Ministarstva Kulture u zoni A te na svim objektima koji imaju svojstvo zaštićenog kulturnog dobra (pod konzervatorskom zaštitom).  Članak 48.  Točka 7.  Za postavljanje reklama i reklamnih panoa potrebno je rješenje upravnog odjela nadležnog za komunalno gospodarstvo.  Dodaje se,  Za postavljanje bankomata u zoni A te u ostalim zonama, prilikom postavljanja bankomata na objektima koji imaju svojstvo kulturnog dobra potrebno je ishodit suglasnost Konzervatorskog odjela u Dubrovniku - Ministarstva Kulture.  Članak 61.  Dodaje se,  Stavak 5.  Oštećenja uzrokovana reklamiranjem u zoni A ili na objektima koji imaju svojstvo kulturnog dobra rezultirat će trajnom zabranom reklamiranja.  Stavak 6.  Ukoliko se ponavlja nepoštivanje odluke te komunalno redarstvo izreče dva prekršaja, drugi prekršaj rezultira uklanjanjem reklame te zabrane reklamiranja istom na 30 dana. Ukoliko se treći put prekrši odluka Kazna je trajna zabrana reklamiranja.  Napomena:  Kao zamjena za kantunale predlažem reklamiranje na tendama gdje je dozvoljeno ispisati vrstu objekta (caffe bar, pub, pizzeria, restaurant, turistička agencija) i ime objekta odnosno suncobranima. Naravno ukoliko imaju dozvolu za tende i suncobrane te iznajmljuju javnu površinu od grada Dubrovnika. | Ne prihvaća se prijedlog. Suglasnost Konzervatorskog odjela Ministarstva kulture u Dubrovniku za postavljanje bankomata nije predmet ove Odluke. To je uređeno Odlukom o izmjenama i dopunama Odluke o komunalnom redu koja je upućena na sjednicu Gradskog vijeća Grada Dubrovnika.  Ne prihvaća se prijedlog prema stručnom mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku prihvaćeni su „V“ kantunali.  Ne prihvaća se prijedlog.  Za postavljanje reklamnih panoa – štafelaja ne postoje ucrtane javne površine, odnosno, nisu ucrtane u Plan korištenja javnih površina. Postavljanje gore spomenutih reklamnih predmeta nije prihvatljivo prema stručnom mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku  Ne prihvaća se prijedlog.  Predmetnim člankom uređeno je postavljanje pokretnih reklamnih panoa za 2., 3. i 4. zonu (ne odnosi se za 1. zonu).  Ne prihvaća se prijedlog prema stručnom mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku\*  Ne prihvaća se prijedlog prema mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku.\*  Ne prihvaća se prijedlog.  Postavljanje bankomata nije predmet predložene Odluke.  Ne prihvaća se prijedlog.  Postavljanje bankomata nije predmet predložene Odluke.  Prihvaća se prijedlog. Posebnom odredbom Odluke će se urediti zabrana reklamiranja u slučaju reklamiranja ukoliko se rješenjima Konzervatorskog odjela u Dubrovniku utvrdi oštećenje kulturnog dobra.  Prihvaća se prijedlog.  Posebnom odredbom bit će uređeno da se korisniku koji prekrši odredbe Odluke o reklamiranju neće odobriti reklamiranje za razdoblje od 2 godine.  Ne prihvaća se prijedlog.  Odlukom o komunalnom redu zabranjeno je postavljanje tendi. |
| 14. | Mirsad Duraković | Daje se načelni prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju | Prijedlog: Jedna tabla naslonjena na stalak ispod menija cisto da se može vidjeti šta određeni ugostiteljski obrt nudi….pri tom ako objekt ima izlaz odnosno ulaz na dvije strane npr. Ulica od puča i Stradun ako je moguće da se odobre 2 takva stalka. ništa više nikakvo kićenje i narušavanje izgleda povijesne jezgre.. | Ne prihvaća se prijedlog. Predložena Odluka ne sadrži ograničenja po broju stalaka. |
| 15. | Srđan Brkić | Daju se načelne primjedbe i prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju | Poštovani,  sudjelujući u postupku savjetovanja za izradu Nacrta odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika ovim putem vam upućujem naše primjedbe koje se odnose na zone na području Grad Dubrovnika na kojima se mogu postavljati i isticati reklamni predmeti, kao i na način i vrstu postavljanja reklamnih predmeta.  UO Jedro posluje u objektu na adresi Čubranovićeva broj 2, koji je položajno smješten s desne strane navedene ulice, gledajući s glavne ulice Placa, te koristi dio javne površine neposredno uz ulazna vrata svog objekta.  Reklamna strata (još uvijek stara tj. s nepostojećim objektima) je postavljena na zidu uz sam rub ulice prema Stradunu, na kojima su otisnuti nazivi više ugostiteljskih objekata, te stolovi (visoki) susjednog objekta.  Položaj stolova na dijelu javne površine koju koristi susjedni ugostiteljski objekt je takav da naš ugostiteljski objekt ne može biti uočljiv s Place.  Stoga predlažemo da se i nama omogući postavljanje vanjskog reklamnog objekta na početku ulice (pulta-stalka), kojim bismo gostima mogli prezentirati naš ugostiteljsku ponudu i čime ne bismo bilo u neravnopravnom položaju s drugim ugostiteljskim objektom koji takav reklamni pult-stalak već koristi.  U nadi da ćete razumjeti u kakvom se neravnopravnom položaju nalazimo i da ćete prihvatiti naše prijedloge srdačno vas pozdravljam.  p.s. u privitku dostavljam fotografiju da vam bude jasnije u čemu je problem i zašto predlažemo ravnopravnije reklamiranje. | Ne prihvaća se prijedlog.  Ugostiteljski objekti svoje stalke za cjenike mogu postavljati samo u okviru zakupljene površine. |
| 16. | Ante Vlašić | Daje se načelni prijedlozi na nacrt Odluke o reklamiranju | Prijedlozi naših članova su u dopisu poslanom 09.travnja 2019. Dopis je u prilogu.  Dodatak na dopis:  Molimo da privremene strate za reklamiranje koje bi trebale po zadnjem prijedlogu biti izvješene iznad lokala imaju dimenzije do 150 cm širine.  Također, da se dopusti na stalak za cjenik postaviti dodatak za letke lokala.  Poštovani gospodine Frankoviću,  Nastavno na sastanak kojega ste održali s predstavnikom ugostitelja te predstavnikom ŽK Dubrovnik, 1. ožujka 2019., na temu aktualne Odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika te zaključka da će Vam ugostitelji dostaviti prijedloge izmjene Odluke, u nastavku donosimo slijedeće prijedloge:  1. svaki objekt bi trebao imati svoj individualni vizualni identitet kroz osvjetljenu reklamu – naziv objekta i to u svim zonama, bila to prva zona sa oznakom A, B ili C zone zaštite ili druga, treća te ostale zone. Bez adekvatne oznake poslovnog prostora gosti i kupci neće biti u mogućnosti razlikovati poslovni prostor od stambenog, skladišnog, sakralnog i slično;  2. svaki objekt bi trebao imati svoj naziv (ime), vrstu djelatnosti te ponudu. Trebalo bi dopustiti da slova mogu biti na klobucima tendi ili na suncobranu, uredan natpis na staklu, bilo da se radi o ugostiteljskom objektu ili trgovini (na primjer GANT, Borza Grupa, mjenjačnice, banka i slično);  3. treba razlikovati Stradun, koji je u prvoj zoni od Brsalja, Pila i Ploča. Ne mogu važiti ista pravila reklamiranja jer Brsalje, Pile i Ploče nisu unutar povijesne jezgre. Naime, Brsalje na primjer nemaju redovno čišćenje od strane Čistoće, dok je to slučaj unutar povijesne jezgre. Isto vrijedi i za rasvjetu;  Na Brsaljama, Pilama i Pločama postoji mali broj reklama koje su uredno posložene i estetski ugodne oku. Smatramo da navedene reklame nikako ne narušavaju sklad prostora koji predstavlja „predvorje“ stare gradske jezgre;  4. predlažemo popis vrsta i tipova reklama koje bi trebalo odobriti i u I. zoni (bilo da se radi o zoni zaštite A, B ili C):  a) reklamni natpisi na stratama s opisanim djelatnostima i nazivom objekta (dimenzija do max 100 cm širine i 150 cm visine),  b) reklamni natpis / logo na preklopima tendi i klobucima tendi,  c) reklamni logo,  d) osvjetljeni / svjetleći reklamni logo (Pile, Ploče i Brsalje),  e) osvjetljene/ svjetleće reklamne ploče (Pile, Ploče i Brsalje),  f)reklamne ploče izrađene od pojedinačnih slova (Pile, Ploče i Brsalje),  g) osvjetljene / svjetleće reklamne ploče izrađene od pojedinačnih slova (Pile, Ploče i Brsalje),  h) reklamni stupovi – totemi – osvjetljeni (Pile, Ploče i Brsalje),  i) jednostrani (dimenzije do max 80 cm x 120 cm) ili dvostrani informativni stalak bez i sa držanjem letaka (dimenzije do max 85 cm x 220 cm),  j) A – panoi (dimenzije do max 75 cm x 145 cm);  5. predlažemo da se napusti strogo definirani izgled stalaka za cjenike iz Odluke jer smatramo da je individualnost u ugostiteljskom poslovanju izrazito važna te ne bi smjela biti ograničena proizvodom jednog proizvođača, istom bojom, oblikom ili materijalom. Ograničenja bi trebala biti isključivo zadana dimenzijama, kako stalci ne bi ometali prolaznike.  Prednja strana stalka bi trebala imati ploču na kojoj se može napisati ponuda dana, happy hour, program glazbe ili slično;  6. trebalo bi omogućiti postavljanje više stalaka za cjenik na zakupljenoj javnoj površini, kao što je bilo riječi na sastanku ugostitelja s Gradonačelnikom u Maloj vijećnici 2018. godine. Neki ugostiteljski objekti imaju prilaz javnoj površini iz više ulica te bi se na taj način potencijalni gosti mogli uopće informirati o ponudi pojedinog objekta;  7. predlažemo da se omogući postavljanje stalka ili zidnog ormarića za cjenike ispred ugostiteljskih objekata izvan I. zone, koji nemaju zakupljenu javnu površinu za stolove. Po postojećim pravilima nije moguće zatražiti rješenje Odjela za reklamiranje Grada Dubrovnika za postavljanje stalka ukoliko nije zakupljena javna površina za stolove.  Nadamo se da ćete uvažiti naše prijedloge na opće zadovoljstvo i korist. | Ne prihvaća se prijedlog o povećanju dimenzije strate jer su prema stručnom očitovanju Konzervatorskog odjela \* prihvatljive strate dimenzija 50X70 cm i to uz ulaz, a ne poviše ulaza u poslovni prostor.  Ne prihvaća se prijedlog. Izgled stalka za cjenik je već definiran i postavljanje dodatnog stalka za letke narušio bi prethodno predloženi izgled stalka.  Ne prihvaća se prijedlog. Člankom 42. i 44. Odluke predloženi su prihvatljivi oblici reklamiranja.  Ne prihvaća se prijedlog. Natpisi na tendama su dozvoljenu u svim zonama osim u prvoj.  Naljepnice prema mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku nisu prihvatljive.\*  Ne prihvaća se prijedlog. U članku 42. predložene Odluke predloženo je 13 vrsta reklamnih predmeta koji se mogu postavljati u I zoni (zona zaštite A i B) i članka 44. Odluke kojim je predloženo 6 vrsta reklamnih predmeta koji se mogu postavljati u I zoni (zona zaštite – C).  Ne prihvaća se prijedlog. Stalci su definirani samo za I zonu , za ostale zone izgled stalaka nije definiran.  Ne prihvaća se prijedlog. Predložena Odluka ne sadrži ograničenja po broju stalaka.  Ne prihvaća se prijedlog. U predloženoj Odluci je omogućeno postavljanje reklamnih ormarića u svim zonama osim u prvoj, te postavljanje stalaka na javnu površinu neposredno ispred ulaza u poslovni prostor. |
| 17. | Nikolina Farčić | Daje se načelna primjedba | Poštovani,  Već smo uputili primjedbu na radnom sastanku sto se tiče svjetlosnog i zvučnog onečišćenja i u kontekstu reklamiranja od strane bankomata u zaštićenim zonama, a isto se odnosi i na sve druge djelatnosti, dakle nemam svjetlosnih i zvučnih reklama u A zoni zaštite kako za ugostiteljstvo, pa tako očekujemo i za sve druge djelatnosti, posebno ovu bankarsku, odnosno djelatnost mjenjačnica.  Postoji još jedna ključna argumentacija u tom kontekstu, a to su pješački koridori.  Upravni odjel je već definirao te ulice kao pješačke koridore i u kontekstu plana korištenja javnim površinama i u kontekstu pravilnika o reklamiranju , stoga ne vidim problem da se argumentacija pješačkih koridora koristi od strane Grada Dubrovnika i u kontekstu zabrane bankomata.  Utoliko se jednom rečenicom eliminira postojanje istih u :  Ulica od Puca  Miha Pracata  Boškovićeva  Široka  Stradun ( uz iznimku banaka Otp i Pbz kojima je to primarna, odnosno jedina djelatnost ), a na način da se u ulicama deklariranima kao pješački koridori isti ne mogu postavljati u izloge prema ulici. | Izvan roka.  Ne prihvaća se.  Postavljanje bankomata nije predmet ove Odluke. To je uređeno Odlukom o izmjenama i dopunama Odluke o komunalnom redu koja je upućena na sjednicu Gradskog vijeća Grada Dubrovnika. |
| 18. | GRAD DUBROVNIK Upravni odjel za turizam, gospodarstvo i more | Daje se načelni prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju | Ljubazno se moli da se u Odluku o reklamiranju na području Grada Dubrovnika izričito navede i mikrolokacija za postavljanje strata i to ispod prozora zamjenice Gradonačelnika gđe. Orlande Tokić ili iznad glavnog ulaza u kino Sloboda odnosno Lužu, dužine 2,20m, visine 1,60m koja bi služila isključivo u nekomercijalne svrhe i to za projekte od interesa Grada Dubrovnika kao i ustanova u (su)vlasništvu Grada Dubrovnika. | Izvan roka.  Prihvaća se prijedlog.  Postavljanje strate na predloženu lokaciju bit će omogućeno isključivo u nekomercijalne svrhe i to za projekte od interesa Grada Dubrovnika kao i ustanova u (su) vlasništvu Grada Dubrovnika. |
| \* STRUČNO OČITOVANJE KONZERVATORSKOG ODJELA NA NACRT ODLUKE O REKLAMIRANJU  Dostavlja se, kako slijedi:  Članak 9.  Stavak 4. (…) a postavljaju se **uz** ulaz u poslovni prostor (maks. dimenzija **50 x 70 cm**)  Članak 42.  Stavak 1. točka 4. informativne strate uz ulaz u poslovni prostor trgovačko – uslužnih i ugostiteljskih radnji osim turističkih agencija i to samo u zoni B  točka 6. **briše se**  točka 7. briše se : **turističkih agencija**  točka 8. **briše se**  točka 10. **tekst bi trebao glasiti:**  Pokretni reklamni panoi u obliku slova "V" (kantunali) na zidu do kamene igle (dovratnika) ulaza u poslovni prostor trgovačko – uslužnih radnji, osim ugostiteljskih objekata i galerija na način da kantunal može od zida izlaziti maksimalno 25,00 cm.  Pokretni reklamni panoi u obliku slova „V“ (kantunali) ovješen je o najviše dva nosača koji se sidre u fugu (sljubnicu) zida od ulaza u poslovni prostor.  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, Boškovićeva, Miha Pracata, Lučarica, Sv. Dominika, Vrata od Ploča).  Na pokretnim reklamnim panoima u obliku slova „V“ (kantunalima) na jednobojnoj podlozi može se istaknuti ime tvrtke, poslovnog prostora i djelatnost;  Pokretni reklamni panoi u obliku slova „V“ (kantunali) uklanjaju se izvan trajanja radnog vremena ;  Svaki poslovni prostor može imati najviše jedan kantunal;  Dimenzije, materijal, oblikovanje i detalji postavljanja „kantunala“ su standardizirani i usklađeni s predloškom kojeg će odobriti Grad Dubrovnik.  Stavak 2. **na kraju teksta dodati rečenicu:** Površina stakla izloga koju ne zauzima sučelje bankomata mora biti prozirna  Stavak 3**. u tekstu dodati:** (…), te u sponzorske svrhe **kulturnih manifestacija** mogu se obavljati reklamiranja projekcijom (…)  Gore iznesenim korekcijama i nadopunama ukinula bi se mogućnost postavljanja reklamnih panoa u obliku slova „L“ (kantunala). Iz dosadašnje je prakse razvidno da ovakav način reklamiranja uzrokuje materijalnu štetu na kulturnim dobrima te narušava njihov izgled, kao i izgled zaštićene povijesne jezgre u cjelini. Naime, postavljanjem „L“ kantunala fizički se oštećuju i vizualno zaklanjaju dijelovi kamenih portala i vrata, a koji nerijetko predstavljaju najreprezentativniji element arhitektonske opreme dubrovačkih kuća i palača. | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Troškovi provedenog savjetovanja** | Provedba internetskog savjetovanja nije iskazivala dodatne financijske troškove. | |
| **Tko je i kada izradio izvješće o provedenom savjetovanju?** | Ime i prezime:  Kata Dugandžić, mag. oec.  Viši stručni suradnik III za javne površine  Marita Daničić, dipl. iur.  Viši savjetnik, specijalist | Datum:  21. lipnja 2019. |