

Na temelju članka 26. stavak 1. točka 3. Statuta Grada Biograda na Moru („Službeni glasnik Grada Biograda na Moru“, broj 8/13. – proć. tekst i 4/2015.) Gradsko vijeće grada Biograda na Moru na svojoj ___ sjednici održanoj _____ 2018. godini donijelo je

ODLUKA

o reklamiranju i plakatiranju na području grada Biograda na Moru

Članak 1.

Ovom odlukom određuju se:

- javne površine na području grada Biograda na Moru (u daljnjem tekstu: Grad) na kojima se mogu postavljati i isticati reklamni predmeti
- vrste, način, uvjeti i lokacije postavljanja i isticanja reklamnih predmeta
- kriteriji za određivanje naknade za postavljanje reklamnih predmeta

Članak 2.

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

- javnoprometna površina : ceste, zaštitni pojas javne ceste, ulice, trgovi, nogostupi, javni prolazi (kroz zgrade i između zgrada i drugi otvoreni prostori ispred zgrada) mostovi, podvožnjaci, nadvožnjaci, pothodnici, nathodnici, nogostupi, parkirališta, okretišta, stajališta za vozila javnog prijevoza pješačke i biciklističke staze, pristaništa i obale, kupališta i drugo;
- javno zelena površina: parkovi, perivoji, drvoredi, živice, travnjaci, dječja igrališta, posude sa ukrasnim biljem, zelene površine uz objekte javne namjene, odmorišta i sl.
- ostale površine: autobusni kolodvor, trajektna i brodska pristaništa, površine namijenjene javnim priredbama tržnice i slični prostori, građevine, komunalni objekti i uređaji u općoj uporabi (telefonske govornice, kiosci i sl.) nadstrešnice javnog gradskog prijevoza, stupovi javne rasvjete, pročelja zgrada i zemljište bez obzira na vlasništvo ukoliko se na istom postavlja reklamna poruka i vrši oglašavanje;
- svi drugi nositelji propagandnih poruka kojima se izaziva pažnja građana.

Članak 3.

Pojedini pojmovi iz ove Odluke imaju slijedeće značenje:

1. Reklamni predmeti su predmeti projektirani ili proizvedeni kao tipski koji materijalima, obradom i oblikovanjem zadovoljavaju kriterije tehničkih i tehnoloških standarda, estetski oblikovani i postavljeni u skladu sa izgledom zgrade i okoline a kojima se privlači pažnja prolaznika.
2. Reklamna površina je površina za isticanje reklamnih poruka i natpisa.
3. Reklamiranje je upravljanje reklamnim predmetima, turističkom i ostalom signalizacijom (sve osim prometne).
4. Reklamiranje vlastite djelatnosti je dodatno isticanje naziva tvrtke i drugih podataka i informacija vezanih za obavljanje djelatnosti.
5. Komercijalno reklamiranje je reklamiranje proizvoda, usluge ili djelatnosti koje za pojedine naručitelje obavljaju osobe registrirane za tu djelatnost.

Članak 4.

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

Zatvaranjem obrta ili tvrtke, fizičke i pravne osobe dužne su o tome obavijestiti Jedinstveni upravni odjel Grada Biograda na Moru u roku od 8 dana od dana zatvaranja obrta ili tvrtke, te ukloniti reklamni predmet s javne površine.

Ukoliko korisnik ne postupi sukladno stavku 1. i 2. ovoga članka, reklamni predmet ukloniti će Jedinstveni upravni odjel Grada Biograda na Moru (putem komunalnog redarstva ili treće osobe) na trošak korisnika.

Članak 5.

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

Članak 6.

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

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

Članak 7.

Vrste reklamnih predmeta su:

- reklamni naziv
- reklamna zastava i jarbol za zastavu
- transparent
- reklamni stup (totem)
- slobodnostojeća reklamna tabla
- pokretni reklamni pano (sandwich pano)
- reklamni ormarić
- osvijetljeni reklamni ormarić
- reklamni pult
- mali reklamni pano
- veliki reklamni pano (jumbo plakati)
- reklamno platno
- reklamna konstrukcija
- reklamni uređaj (display)

Članak 8.

Reklamni predmeti mogu se postavljati na način da svojim položajem i smještajem što bolje udovolje svrsi i namjeni za koju se postavljaju i to na lokacijama na kojima svojom postavom:

- ne ometaju odvijanje kolnog i pješačkog prometa
- ne sprečavaju ili otežavaju korištenje zgrada ili drugih građevina

- ne ugrožavaju sigurnost ljudi odnosno ne predstavljaju potencijalnu opasnost za imovinu
- ne ometaju održavanje komunalne i druge infrastrukture,
- ne smanjuju preglednost (ne zaklanjaju vertikalnu i horizontalnu signalizaciju, smanjuju trokut preglednosti i sl.)
- ne utječu negativno na oblikovanje i funkcioniranje okolnog prostora
- ne utječu negativno na građevine i ambijente graditeljskog naslijeđa
- ne utječu negativno na zelene površine
- ne predstavljaju dodatni izvor buke i onečišćenja

Članak 9.

Tekst ispisan na reklamnom predmetu mora biti čitljiv, jezično ispravan i uredan te tehnički i estetski oblikovan.

Reklamni predmeti ne smiju se postavljati na semaforske stupove te na ostale stupove uz cestu na koje su već postavljeni prometni znakovi, prema Pravilniku o prometnim znakovima, signalizaciji i opremi na cestama.

Ukoliko se reklamni predmeti postavljaju na zelenu površinu, trebaju se postaviti na način da svojom postavom ne ometaju održavanje zelene površine.

Članak 10.

U zoni raskrižja, između pješačkih prijelaza te u zelenom razdijelnom pojasu ceste nije dozvoljeno postavljanje reklamnih predmeta.

Izuzetno od odredbe stavka 1. ovoga članka dozvoljeno je postavljanje reklamnog naziva na pročelju ili ogradi građevine unutar zone raskrižja.

Reklamni predmeti koji se postavljaju okomito na ceste potrebno je postaviti izvan zone raskrižja i to na udaljenosti najmanje 10 m prije zone raskrižja i 10 m poslije zone raskrižja.

Članak 11.

Korištenje javnih površina za postavljanje reklamnih naziva (većih od 0,5 m²), reklamnih zastava i jarbola za zastave, transparenata, reklamnih stupova (totema), slobodnostojećih reklamnih tabli, pokretnih reklamnih panoa, reklamnih platna i reklamnih konstrukcija odobrava gradonačelnik, neposrednom pogodbom zainteresiranim fizičkim ili pravnim osobama, na temelju podnesenog zahtjeva, na vrijeme od dvije godine.

Uz zahtjev za sklapanje ugovora o zakupu javne površine za postavljanje reklamnih predmeta iz stavka 1. ovoga članka podnositelj je dužan priložiti:

- dokaz o registraciji djelatnosti
- kopiju katastarskog plana s naznačenom lokacijom za postavu
- nacrt/skicu reklamnog predmeta
- tehnički opis
- po mogućnosti skicu ili fotomontažu mjesta na koje se predmet postavlja (mikrolokacija)
- za svijetleće reklamne predmete: opis priključka na elektromrežu

Zabranjeno je postavljanje reklamnih predmeta iz stavka 1. ovoga članka bez zaključenog ugovora o zakupu javne površine.

Članak 12.

Pozicije slobodnostojećih reklamnih tabli, reklamnih ormarića, reklamnih pultova, velikih reklamnih panoa, osvijetljenih reklamnih ormarića za komercijalno reklamiranje i reklamnih uređaja definirane su Planom reklamnih mjesta kojeg donosi gradonačelnik grada Biograda na Moru.

Članak 13.

Ukoliko se reklamni predmet postavlja na zemljište ili objekt koji nije u vlasništvu Grada, zahtjevu je potrebno priložiti:

- dokaz o vlasništvu (zemljišnoknjižni izvadak)
- suglasnost vlasnika zemljišta odnosno objekta (za stambeni objekt- zgradu, suglasnost sukladno Zakonu o vlasništvu i drugim stvarnim pravima)
- ukoliko se reklamni predmet postavlja na zaštitni pojas javne ceste potrebno je prethodno ishoditi suglasnost nadležne uprave za ceste

U slučaju iz stavka 1. ovoga članka Jedinostveni upravni odjel izdaje odobrenje za postavljanje reklamnog predmeta sukladno odredbama ove Odluke.

Članak 14.

Reklamni nazivi su isključivo nazivi poslovnog prostora a sastavljeni su od pojedinačnih slova i simbola koji sačinjavaju tekst koji se nalazi na podlozi od kvalitetnog materijala koja se zatim ugrađuje na pročelje ili se pojedinačna slova i simboli koji sačinjavaju tekst neposredno ugrađuju na pročelje građevine.

Članak 15.

Reklamne zastave su reklamni predmeti na kojima su istaknuti natpisi ili reklamne poruke a ističu se na to za to postavljene jarbole. Reklamni natpis na reklamnim zastavama koristi se isključivo za reklamiranje poslovnog prostora i postavlja se konzolno na pročelje zgrade u kojoj se nalazi taj poslovni prostor.

Iznimno, mogu se postavljati na javnu površinu neposredno ispred objekta, na način da ne ugrožavaju sigurnost prometa i ne zaklanjaju postojeću prometnu i putokaznu signalizaciju. Jarboli za zastave trebaju biti estetski prihvatljivi elementi u prostoru, uredni održavani.

Članak 16.

Transparenti su predmeti od tkanine, plastificiranog platna ili sličnog kvalitetnog materijala s ispisanom reklamnom porukom, odnosno informacijom.

Transparenti se postavljaju razapinjanjem iznad prometnica ili javne površine između dviju građevina na način da ne ometaju kolni ili pješачki promet i ne ugrožavaju sigurnost prolaznika u pravilu minimalno na visinu od 4,5 m.

Zabranjeno je postavljanje transparentata na stupove javne rasvjete i na kulturne znamenitosti. Iznimno, transparent se može postaviti na kulturne znamenitosti u svrhu oglašavanja kulturnih, sporstkih i drugih manifestacija od interesa za Grad i državu.

Transparent za reklamiranje postavlja se na određeno vrijeme u trajanju do 30 dana a transparent za oglašavanje postavlja se do završetka trajanja manifestacije, kulturnog, sportskog i drugog događaja.

Članak 17.

Reklamni stupovi (totemi) su samostojeći reklamni panoi max. visine do 5,00 m koji služe samoreklamiranju i u pravilu imaju integriranu rasvjetu unutar stupa. Njihova veličina može varirati ovisno o prostornim uvjetima lokacije na koju se postavljaju.

Totemi mogu biti pravokutnog ili ovalnog oblika. Troškove izrade i postavljanja totema snosi sam korisnik ili grupa korisnika.

Reklamni stupovi (totemi i sl.) mogu se postavljati isključivo na katastarsku česticu građevine u kojoj se nalazi poslovni prostor ili iznimno na javnu površinu neposredno ispred objekta u kojem se nalazi poslovni prostor ukoliko to dopuštaju prostorne mogućnosti lokacije.

Članak 18.

Slobodnostojeće reklamne table služe fizičkim i pravnim osobama za samoreklamiranje odnosno usmjeravanje na poslovni prostor ili djelatnost koja se reklamira.

Reklamne table su ploče dimenzija 120 x 30 cm, postavljene na odgovarajući nosač.

Na pojedinom nosaču može biti od dvije do osam reklamnih tabli.

Sve table koje se postavljaju moraju ispunjavati slijedeće uvjete:

- table moraju biti izrađene od aluminijske legure
- nosači moraju biti izrađeni na način da se uz njih mogu (uz poseban ključ) umetati i vaditi table.

Iznimno, slobodnostojeće reklamne table mogu postaviti i sve fizičke i pravne osobe na zemljištu koje nije u vlasništvu Grada uz odobrenje Jedinog upravnog odjela i ispunjenje slijedećih uvjeta:

- da u krugu od 20 metara nema slobodnostojećih reklamnih tabli,
- da slobodnostojeće reklamne table imaju dimenzije propisane stavkom 1. ovog članka

Članak 19.

Pokretni reklamni panoi (sandwich pano) su lako prenosivi samostojeći panoi, jednostrani ili dvostrani, koji se koriste za isticanje asortimana proizvoda, vrsta usluge koje se nude i sl. a uklanjaju se nakon završetka radnog vremena.

Pokretni reklamni panoi moraju biti izrađeni od kvalitetnog materijala, primjerene veličine u pravilu do 1m² jednostrano.

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

Članak 20.

Reklamni ormarići su samostojeći ostakljeni reklamni predmeti namijenjeni reklamiranju vlastitog proizvoda, usluge ili djelatnosti korisnika.

Članak 21.

Osvijetljeni reklamni ormarići (city light) su reklamni predmeti s integriranim osvjetljenjem u koje se plakati reklamiranja ulažu unutar ostakljenih ormarića.

Osvijetljeni reklamni ormarići (city light) koriste se za komercijalno oglašavanje i za potrebe Grada.

Osvijetljenje reklamnog ormarića mora biti ujednačenog i stalnog intenziteta.

Osvijetljeni reklamni ormarići (city lihgt) postavljaju se na lokacijama definiranim Planom reklamnih mjesta.

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

Razmak između osvjetljenih reklamnih ormarića mora iznositi najmanje 20 m.

Članak 22.

Reklamni pultevi su samostojeće, tipske montažne naprave koje služe pružanju informacije o sezonskim turističkim djelatnostima pojedinih korisnika. S obzirom na dimenzije i vrstu djelatnosti koje reklamiraju reklamni pultevi dijele se na:

- mali reklamni pultevi – dimenzija 110x100x30 cm namijenjen reklamiranju djelatnosti najma manjih čamaca, bicikla, skutera, ponude adrenalinskih sportova i ostalih manjih uslužnih djelatnosti vezanih za turističku ponudu tijekom sezone
- veliki reklamni pultevi – sastoje se od reklamnih ormarića i malih reklamnih pulteva i namijenjeni su reklamiranju najma glisera, izleta s velikim brodovima, podmornica i turističkih agencija.

Članak 23.

Mali reklamni panoi su predmeti reklamne površine do 6,00 m² koji se korise za samoreklamiranje.

Svrha malih reklamnih panoa je skretanje pozornosti na lokaciju subjekta u blizini. Najčešće sadrže samo logotip ili prepoznatljivi vizual, adresu te smjer kretanja i udaljenost do lokacije subjekta.

Mali reklamni panoi postavljaju se na javnu površinu kao slobodnostojeći.

Mali reklamni panoi mogu se postavljati na javnu površinu u gradu uz minimalni razmak od 25 m do susjednog reklamnog panoa.

Svakoj fizičkoj i pravnoj osobi može biti izdano rješenje za najviše 2 mala reklamna panoa.

Iznimno, male reklamne panoe mogu postaviti i sve fizičke i pravne osobe na zemljištu koje nije u vlasništvu Grada Biograda na Moruuz odobrenje Jedinostvenog upravnog odjela Grada Biograda na Moru i ispunjenje slijedećih uvjeta:

- da u krugu od 25 metara nema drugog malog reklamnog panoa
- da mali reklamni pano ima dimenzije propisane stavkom 1. ovoga članka

Troškove izrade i montiranja malih reklamnih panoa te njihovih uklanjanja snosi korisnik.

Članak 24.

Veliki reklamni panoi (jumbo plakati) du predmeti reklamne površine od 6 m² do 15 m² koji se koriste za komercijalno reklamiranje.

Veliki reklamni panoi mogu se postavljati na javnim površinama i zemljištu koje nije u vlasništvu Grada i to u pravilu:

- na javne površine postavljaju se prema lokacijama ucrtanima u Planu reklamnih mjesta
- na nosivim stupovima visine (stup + ploha) od kote kolnika do 5,00 m ili na ogradama
- minimalno 25 metara izvan zone raskrižja

- bližom stranom panoa na udaljenosti od ruba kolnika minimalno 2,5 m kod gradskih prometnica
- uz državne ceste u skladu sa posebnim propisima

Troškove izrade i montiranja velikih reklamnih panoa te njihovih uklanjanja snosi korisnik.

Članak 25.

Reklamna platna su zaštitna platna s otisnutom ili oslikanom reklamnom porukom. Reklamna platna postavljaju se na građevinske skele za vrijeme trajanja radova na obnovi pročelja i sanaciji krova ili se razapinju na građevine u izgradnji dok traju radovi.

Članak 26.

Reklamne konstrukcije predstavljaju trodimenzionalnu konstrukciju u prostoru, postavljenu isključivo radi reklamiranja koja svojim specifičnim oblikovanjem prenosi reklamnu poruku. Reklamna konstrukcija treba biti pravilno učvršćena i ne smije predstavljati opasnost za prolaznike.

Reklamna konstrukcija se za vrijeme održavanja manifestacija postavlja sukladno Planu reklamnih mjesta.

Uz pojedini ugostiteljski, trgovački ili neki drugi objekt u kojoj se obavlja određena djelatnost može biti postavljena jedna reklamna konstrukcija.

Članak 27.

Reklamni uređaji (display) su posebno projektirani ili tipski izrađeni predmeti veličine reklamnog prostora do 12,50 m² čija je jedina namjena i svrha prijenos reklamnih poruka. Reklamni uređaj podrazumijeva sve kompleksnije vidove reklamiranja s obzirom na oblikovanje, neophodan priključak na električnu instalaciju ili eventualno poseban način postavljanja, održavanja i zaštite.

Za postavljanje reklamnih uređaja odgovarajuće se primjenjuje odredba za postavljanje velikih reklamnih panoa.

Iznimno, mogu se postavljati na građevini gdje za to postoje prostorne mogućnosti.

Reklamni uređaji mogu se postavljati na otvorenim pročeljima prema većim raskrižjima i na slobodnim pročeljima na međi u zoni krova iznad krovnog vijenca. Mogu se postavljati isključivo na prethodno uređeno pročelje a veličinom i oblikom trebaju biti usklađeni s građevinom na koju se postavljaju.

Troškove izrade i montiranja reklamnih uređaja te njihova uklanjanja snosi korisnik.

Članak 28.

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

Rbr.	VRSTE REKLAMNIH PORUKA	NAČIN OBRAČUNA	VISINA NAKNADE u kunama
1.	Reklamne zastave	godišnje	840,00
2.	Transparenti	dnevno	2,50 kn/ m ²
3.	Reklamni stup (totem)	godišnje	780,00
4.	Slobodnostojeća reklamna tabla	godišnje	1.000,00
5.	Pokretni reklamni pano /sandwich- cjelogodišnji	godišnje	1.200,00
6.	Pokretni reklamni pano/sandwich/sezonski	godišnje	600,00
7.	Reklamni ormarić	godišnje	1.260,00
8.	Osvijetljeni reklamni ormarići (city light)	godišnje	1.260,00
9.	Reklamni pult	godišnje	1.500,00
10.	Reklamni pano – mali	godišnje	800,00
11.	Veliki reklamni pano-jumbo plakat- jednostrani	godišnje	1.080,00
12.	Veliki reklamni pano – jumbo plakat – dvostrani	godišnje	1.800,00
13.	Reklamno platno	dnevno	10,00 kn/m ²
14.	Reklamna konstrukcija	godišnje	600,00
15.	Reklamni uređaj- display	godišnje	1.020,00
16.	Reklamni panoi na stupovima javne rasvjete	godišnje	1.080 kn/po stupu

Katalog reklamnih predmeta koje su predmet ove odluke čini njezin sastavni dio.

Naknada za zakup javne površine se plaća jednokratno unaprijed u godišnjem iznosu (izuzev naknade za transparente i reklamna platna koji se plaćaju po broju dana) najkasnije do 30. rujna tekuće godine.

Članak 29.

Dosadašnji korisnici javnih površina za postavu reklamnih predmeta zadržavaju prava utvrđena ugovorom do isteka istog.

Članak 30.

Korisnici javnih površina za postavu reklamnih predmeta koji na dan stupanja na snagu ove Odluke koriste javnu površinu bez ugovora, mogu zadržati postojeće reklamne predmete uz obvezu reguliranja daljnjih uvjeta sukladno odredbama ove Odluke.

Članak 31.

Površine za plakatiranje daju se neposrednom pogodbom na rok od dvije godine.

Površine određene za plakatiranje utvrđene su Planom reklamnih mjesta koji donosi gradonačelnik.

Članak 32.

Za vrijeme predizbornih i izbornih aktivnosti površine namijenjene za plakatiranje mogu koristiti stranke koje du ishodile odobrenje Jedinog upravnog odjela Grada i pod uvjetima određenima tim odobrenjem.

Članak 33.

Nadzor nad provođenjem ove Odluke provodi komunalno redarstvo Grada Biograda na Moru. Komunalno redarstvo ukloniti će oglase, plakate i reklame postavljene bez ovlaštenja o trošku fizičke ili pravne osobe koja ih je postavila, odnosno korisnika.

Novčane kazne za neovlašteno postavljanje oglasa, reklama i plakata na području Grada Biograda na Moru određuju se u skladu sa važećom Odlukom o komunalnom redu Grada Biograda na Moru.

Članak 34.

Ova Odluka stupa na snagu osmi dan od dana objave u „Službenom glasniku Grada Biograda na Moru.“

Stupanjem na snagu ove Odluke prestaje važiti Odluka o reklamiranju i plakatiranju („Službeni glasnik Grada Biograda na Moru“, broj 1/1997., 4/2004.,4/2010., 5/2006., 2/2010. , 4/2010. i 10/2013.)

GRADSKO VIJEĆE GRADA BIOGRADA NA MORU

**Predsjednik Gradskog vijeća
Tonči Šangulin**