

---

Temeljem članka 27. točka 3. Poslovnika Gradskog vijeća Grada Zadra („Glasnik Grada Zadra“ broj 13/09, 3/13, 6/14, 9/14, 2/15 – proč.tekst i 6/17) **Odbor za Statut i Poslovnik na 4. sjednici održanoj dana 8. lipnja 2018. godine utvrdio je pročišćeni tekst Odluke o reklamiranju na području Grada Zadra.**

Pročišćeni tekst Odluke o reklamiranju na području Grada Zadra obuhvaća Odluku o reklamiranju na području Grada Zadra „Glasnik Grada Zadra“ broj: 28/10, te njezine izmjene i dopune objavljene u „Glasniku Grada Zadra“, broj: 4/11,4/12,14/13 i 4/18.

KLASA: 021-01/18-01/07

URBROJ: 2198/01-1-18-1

Zadar, 8. lipnja 2018.

**ODBOR ZA STATUT I POSLOVNIK**

**PREDSJEDNICA**

Milena Ikić, dip.iur., v.r.

---

**ODLUKA  
o reklamiranju na području Grada Zadra  
(pročišćeni tekst)**

**Članak 1.**

Ovom Odlukom određuju se:

zone i javne površine na području Grada Zadra ( u dalnjem tekstu: Grad) na kojima se mogu postavljati i isticati reklamne poruke i zaštitne naprave;

vrste, način, lokacije postavljanja i isticanja reklamnih poruka i zaštitnih naprava;  
kriteriji za određivanje naknade za isticanje reklamnih poruka.

**I. – ZONE I JAVNE POVRŠINE**

**Zone**

**Članak 2.**

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

Sastavni dio Odluke je grafički prilog – Plan Grada s označenim zonama.

**Članak 3.**

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

- urbana cjelina Grada, njegova luka i prostor oko gradskih bedema omeđen graničnom linijom zaštićenog prostora od križanja ulice Tina Ujevića i Trpimirove obale, linijom Obale kneza Trpimira, ulicom Ivana Meštovića, Oko Vrulja, ulicom Ivana Mažuranića, Obala kneza Branimira, Trgom kneza Višeslava, ulicom Marka Marulića do plivačkog bazena i morskom linijom od Plivačkog bazena, uzduž Poluotoka.

**Druga zona** obuhvaća preostalo pripadajuće administrativno područje Grada.

#### Javne površine

##### Članak 4.

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

- javno prometna površina: ceste, zaštitni pojas javne ceste, ulice, trgovi, javni prolazi (kroz zgrade i između zgrada i drugi otvoreni prostori ispred zgrada), mostovi, podvožnjaci, nadvožnjaci, pothodnici, nathodnici, nogostupi, parkirališta, okretišta, stajališta za vozila javnog prijevoza, pješačke i biciklističke staze, pristaništa i obale, kupališta i drugo;
- javno zelena površina: perivoji, drvoredi, živice, travnjaci, dječja igrališta, posude s ukrasnim biljem, zelene površine uz objekte javne namjene, odmorišta, nogostupi i slično;
- ostale površine: autobusni i željeznički kolodvori, trajektna i brodska pristaništa, površine namijenjene javnim priredbama, tržnice i slični prostori, građevine, komunalni objekti i uređaju u općoj uporabi (telefonske govornice, kiosci i slično), 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 5.

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

Veličina ploče je u pravilu do 0,25 m<sup>2</sup>, odnosno 24,0x60,0 cm (ili 40,0x60,0 cm).

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

##### Članak 6.

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

## II. – VRSTE, NAČIN, LOKACIJE POSTAVLJANJA I ISTICANJA REKLAMINIH PORUKA I ZAŠTITNIH NAPRAVA

#### Reklamne poruke

##### Članak 7.

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

- reklame
- reklamne panoe

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

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

#### Zaštitne naprave

##### Članak 8.

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

**Članak 9.**

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

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

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

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

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

**Reklame****Članak 10.**

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

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

Mogu biti i osvjetljene s time da osvjetljenje mora biti stalnog i ujednačenog intenziteta.

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

**Članak 11.**

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

**Reklamni panoci****Članak 12.**

Reklamni panoci u smislu ove Odluke su: reklamni stupovi (totemi i slično), putokazni/zajednički panoci, pokretni reklamni panoci, osvjetljene reklamne vitrine (citylight), mali reklamni panoci, reklamni panoci na stupovima javne rasvjete, veliki reklamni panoci (samostojeći i na objektima) i reklamni uređaji.

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

Mogu biti osvjetljeni s time da osvjetljenje mora biti stalnog i ujednačenog intenziteta.

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

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

**Vrste reklama****Članak 13.**

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

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

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

**Članak 14.**

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

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

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

**Članak 15.**

Reklamna platna su zaštitna platna s otisnutom ili oslikanom reklamnom porukom.

**Članak 16.**

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 17.**

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

Mogu se postavljati na oglašnim pločama u vlasništvu Grada, bez naknade i bez odgovornosti Grada za uništenje ili nestanak plakata, u reklamnim ormarićima (kino, kazalište i sl.), izlozima poslovnih prostora koji obavljaju ili ne obavljaju djelatnosti, te na drugim mjestima koja za tu namjenu odredi Gradonačelnik na prijedlog Povjerenstva iz članka 51. ove Odluke.

**Članak 18.**

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

**Članak 19.**

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

- Zabranjeno je postavljanje transparenata na stupove javne rasvjete.
- Zabranjeno je postavljanje transparenata na gradske bedeme.

Iznimno, transparent se može postaviti na gradske bedeme u svrhu oglašavanja kulturnih, športskih i drugih manifestacija od interesa za Grad i državu, uz posebno odobrenje Gradonačelnika.

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

**Članak 20.**

Reklamni ormarić je montažna naprava koja služi izlaganju robe ili pružanju obavijesti o djelatnosti koja se obavlja unutar prostora.

**Članak 21.**

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

**Članak 22.**

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

**Članak 23.**

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

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

**Članak 24.**

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

**Članak 25.**

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

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

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

Reklamni natpisi mogu imati ugrađenu rasvjetu.

Reklamni natpisi postavljaju se:

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

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

## Vrste reklamnih panoa

### Članak 26.

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

### Članak 27.

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

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

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

### Članak 28.

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

**(Stavak 1. izmijenjen, izmjena stupila na snagu 27. travnja 2018., „Glasnik Grada Zadra“, broj 4/18)**

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

Iznimno od prethodnog stavka ovog članka, putokazne/zajedničke panoe mogu postaviti i sve fizičke i pravne osobe na zemljištu koje nije u vlasništvu Grada, uz odobrenje nadležnog upravnog odjela i ispunjenje slijedećih uvjeta:

- da u blizini nema putokaznog/zajedničkog panoa kojeg je postavio Grad,
- da putokazni/zajednički pano ima dimenzije propisane stavkom 1. ovog članka;
- da su ispunjeni uvjeti sigurnosti prometa iz članka 29. ove Odluke.

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

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

**Članak 29.**

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

**(Stavak 1. izmijenjen, izmjena stupila na snagu 27. travnja 2018., „Glasnik Grada Zadra“, broj 4/18)**

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

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

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

**Članak 29. a**

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

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

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

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

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

**(Članak 29.a dodan dopuna stupila na snagu 27. travnja 2018., „Glasnik Grada Zadra“, broj 4/18)**

**Članak 30.**

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

Moraju biti izrađeni od kvalitetnog materijala, primjerene veličine u pravilu do 1,4 m<sup>2</sup>.

**Članak 31.**

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

**Članak 32.**

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

Koriste se za komercijalno oglašavanje i za potrebe Grada.

Osvjetljenje reklamne vitrine mora biti ujednačenog i stalnog intenziteta.

**Članak 33.**

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

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

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

- na razdjelnim pojasevima između prometnih traka;
- na zelenoj površini sdrvorednim nizovima ili grmljem, postavljaju se uz uvjet da je minimalna

- udaljenost od najbližeg stabla 6,0 m, a od grmlja i živice 3,0 m;
- na udaljenosti od ruba nogostupa minimalno 0,5 m;
- na udaljenosti od ruba kolnika minimalno 1,0 m kod gradskih prometnica;
- na udaljenosti od raskrižja minimalno 15,0 m;

razmak između osvijetljenih reklamnih vitrina mora iznositi najmanje 20,0 m.

#### **Članak 34.**

Mali reklamni panoi su panoi reklamne površine do 6 m<sup>2</sup> koji se koriste za samoreklamiranje.

Svrha im je skretanje pozornosti na lokaciju subjekata u blizini. U pravilu sadrže samo adresu te smjer kretanja do lokacije subjekta.

Mali reklamni panoi oblikovanjem, veličinom i materijalom trebaju biti usklađeni s građevinom, odnosno ogradom na koju se postavljaju.

#### **Članak 35.**

Mali reklamni panoi postavljaju se u pravilu:

na slobodnom dijelu prizemlja građevine, unutar fasadnog platna, te na ogradi građevina gdje za to postoje prostorne mogućnosti.

Iznimno se mogu postaviti na javnu površinu kao slobodnostojeći.

#### **Članak 36.**

Reklamni panoi na stupovima javne rasvjete su neosvijetljeni reklamni panoi u pravilu dimenzija oglasnog prostora 0,7 m x 0,9 m, odnosno 1,0 m x 1,4 m, a koriste se za komercijalno oglašavanje i kao informativni panoi.

#### **Članak 37.**

Reklamni panoi na stupovima javne rasvjete postavljaju se na stupove javne rasvjete u pravilu: u razmaku od 60 m (svaki drugi stup)

- na jednom stupu javne rasvjete može se postaviti jedan ili dva dvostrana panoa na istoj visini;

na visinu od najmanje 4,5 m mjereno od donjeg ruba panoa:

- bližom stranom panoa udaljeno od kolnika minimalno 0,5 m;
- na udaljenosti od raskrižja minimalno 10 m;
- prije prometne trake za skretanje i ugibališta javnog gradskog prijevoza minimalno 5,0 m.

#### **Članak 38.**

Veliki reklamni panoi su panoi reklamne površine 6 m<sup>2</sup> i više, koji se koriste za komercijalno oglašavanje te samoreklamiranje.

#### **Članak 39.**

Veliki reklamni panoi veličine od 6 m<sup>2</sup> do 12 m<sup>2</sup> (jumbo-panoi, billboardi i slični) mogu se postavljati na javnim površinama, zemljištu u vlasništvu, na objektima i na ogradama gradilišta i to u pravilu:

- na objektima uz suglasnost vlasnika, plošno isključivo na prethodno uređeno pročelje, konzolno na krov objekta, a veličinom i oblikom trebaju biti usklađeni s objektom na koji se postavljaju;

**( Alineja 1. izmijenjena, izmjena stupila na snagu 21. studenoga 2013., „Glasnik Grada Zadra“, broj 14/13)**

- uz prometnice gdje to omogućava mikrolokacija;
- na javne površine postavljaju se na lokacijama koje odredi Gradonačelnik na prijedlog Povjerenstva iz članka 51. ove Odluke;
- na zemljištu u vlasništvu uz suglasnost vlasnika;
- na nosivim stupovima visine (stup + ploha) od kote kolnika do 5,00 m;
- izvan zone raskrižja i to prije raskrižja minimalno 50,00 m kod gradskih prometnica, a poslije raskrižja minimalno 25,0 m;

iznimno, mogu se postavljati u zoni raskrižja ukoliko ne ugrožavaju preglednost:

- bližom stranom panoa na udaljenosti od ruba kolnika minimalno 1,5 m kod gradskih prometnica;
- uz državne ceste i autoceste u skladu sa posebnim propisima;
- bližom stranom panoa na udaljenosti ruba nogostupa minimalno 1,5 m uz prometnice;
- na zelenim površinama osim unutar perivoja,drvoreda, perivojnih površina i dječijih igrališta;
- na početku i na kraju drvoreda na minimalnoj udaljenosti od najbližeg stabla 8,0 m, a od grupacije grmlja minimalno 3,0 m;

razmak između reklamnih panoa je minimalno 50,0 m.

#### **Članak 40.**

Veliki reklamni panoi veličine od 12 m<sup>2</sup> do 60 m<sup>2</sup> (bigboardi, megaboardi i slično) mogu se postavljati na javne površine, objekte i zemljištu u vlasništvu i to u pravilu;

**(Stavak 1. izmijenjen, izmjena stupila na snagu 21. studenoga 2013., „Glasnik Grada Zadra“, broj 14/13)**

- na javne površine postavljaju se na lokacijama koje odredi Gradonačelnik na prijedlog Povjerenstva iz članka 51. ove Odluke;
- na objektima uz suglasnost vlasnika, plošno isključivo na prethodno uređeno pročelje, konzolno na krov objekta, a veličinom i oblikom trebaju biti usklađeni s objektom na koji se postavljaju;
- **(Alineja 2. dodana, redoslijed alineja izmijenjen, dopuna i izmjene stupile na snagu 21. studenoga 2013., „Glasnik Grada Zadra“, broj 14/13)**
- na zemljištu u vlasništvu uz suglasnost vlasnika;
- uz prometnice na ulazu u Grad i izlazu iz Grada, osim na prometnim građevinama (tijelu mosta, nadvožnjaku, podvožnjaku i sl.), te na željezničkom nasipu;
- na nosivim stupovima visine (stup + ploha) od kote kolnika do 10,00 m;
- izvan zone raskrižja i to prije raskrižja minimalno 100 m, a poslije raskrižja minimalno 50 m;
- bližom stranom panoa na udaljenosti od ruba kolnika minimalno 5,0 m uz prometnice;
- uz državne i autoceste mogu se postavljati u skladu s posebnim propisom;
- na zelenim površinama osim unutar perivoja,drvoreda, perivojnih površina i dječijih igrališta;
- na početku i na kraju drvoreda na minimalnoj udaljenosti od najbližeg stabla 8,0 m, a od grmlja minimalno 3,0 m;

razmak između reklamnih panoa mora biti minimalno 100,0 m.

#### **Članak 41.**

Veliki reklamni panoi iz članka 39. i 40. ove Odluke, materijalom, veličinom i bojom moraju se uklopiti u postojeće okruženje, a mogu biti i osvijetljeni.

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

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

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

#### **Članak 42.**

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

#### **Članak 43.**

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

**Članak 44.**

Za sve reklamne panoe površine iznad 12 m<sup>2</sup>, potrebna je potvrda glavnog projekta od strane Upravnog odjela za provedbu dokumenata prostornog uređenja i građenja sukladno prostornom planu uređenja Grada.

**Članak 45.**

Sve reklamne poruke postavljaju se prema uvjetima propisanim člancima 10. do 44. ove Odluke.

Iznimno od stavka 1. ovog članka, reklamne poruke mogu se postaviti i drugačije, a odluku o tome donosi Gradonačelnik na prijedlog Povjerenstva iz članka 51. ovo Odluke.

**Način postavljanja reklamnih poruka i zaštitnih naprava po zonama****Članak 46.**

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

**(Stavak 1. dopunjen, dopuna stupila na snagu 27. travnja 2018., „Glasnik Grada Zadra“, broj 4/18)**

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

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

U prvoj zoni ne mogu se postavljati reklamni panoi na stupove javne rasvjete, a reklamni stupovi (totemi) i veliki reklamni panoi na građevinama i veliki reklamni panoi od 6 do 12 m<sup>2</sup>, mogu se postavljati samo na javnim površinama i na lokacijama koje odredi Gradonačelnik na prijedlog Povjerenstva iz članka 51. ove Odluke.

**Članak 47.**

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

**Postupak donošenja rješenja, odnosno sklapanje ugovora****Članak 48.**

Upravni odjel za komunalne djelatnosti i zaštitu okoliša donosi rješenje kojim utvrđuje prava i obveze korisnika reklamnih poruka i zaštitnih naprava s reklamnom porukom za postavljanje i isticanje reklamnih poruka, izuzev postavljanja i isticanja reklamnih poruka na osvijetljenim reklamnim vitrinama (citylight), reklamnim panoima na stupovima javne rasvjete, velikim reklamnim panoima i reklamnim uređajima gdje se prava i obveze korisnika utvrđuju ugovorom.

**(Stavak 1. izmijenjen, izmjena stupila na snagu 27. travnja 2018., „Glasnik Grada Zadra“, broj 4/18)****Članak 49.**

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

- podatke o korisniku (ime fizičke ili naziv pravne osobe, adresa ili sjedište, OIB)
- lokaciju na koju se postavlja i ističe reklamna poruka
- vremenski rok na koji se reklamna poruka ističe i postavlja
- iznos naknade u kunama po 1 m<sup>2</sup> površine istaknute reklamne poruke
- način i osiguranje plaćanja naknade
- druga prava i obveze
-

**Članak 50.**

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

**(Stavak 1. izmijenjen, izmjena stupila na snagu 27. travnja 2018., „Glasnik Grada Zadra“, broj 4/18)**

Uz zahtjev potrebno je priložiti:

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

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

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

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

Za reklamnu poruku koja se postavlja unutar granica zaštićene povijesne jezgre potrebno je prethodno ishoditi suglasnost nadležnog tijela za zaštitu spomenika kulture.

**Članak 51.**

Rješenje odnosno ugovor kojim se odobrava postavljanje i isticanje reklamnih poruka izdavat će se odnosno zaključivat uz ispunjenje uvjeta iz članka 50. ove Odluke i pozitivnog mišljenja Povjerenstva za ocjenu mogućnosti postavljanja reklamnih poruka.

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

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

**Članak 52.**

Rješenje odnosno ugovor za postavljanje i isticanje reklamnih poruka iz članka 51. ove Odluke izdaje se na vremenski rok od jedne do pet godina.

Iznimno posebnom odlukom Gradonačelnika može se odrediti kraći rok.

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

**(Stavak 3. izmijenjen, izmjena stupila na snagu 27. travnja 2018., „Glasnik Grada Zadra“, broj 4/18)****Javno nadmetanje****Članak 53.**

Za postavljanje osvjetljenih reklamnih vitrina (citylight), reklamnih panoa na stupovima javne rasvjete, velikih samostojećih reklamnih panoa površine  $6\text{ m}^2$  i više i reklamnih uređaja, ako se postavljaju na zemljište u vlasništvu Grada, provodi se javno nadmetanje koje raspisuje Gradonačelnik, a postupak provodi Povjerenstvo iz članka 51. ove Odluke.

Javno nadmetanje provodi se pozivom na dostavu zatvorenih ponuda.

Poziv na javno nadmetanje objavljuje se u tisku i sadrži:

- lokaciju i namjenu površine
- početnu cijenu mjesečne naknade
- odredbu o obvezi uplate jamčevine
- odredbu da iznos ponuđen za cijenu mjesečne naknade mora biti izražen u apsolutnom iznosu u kunama
- vrijeme na koje se površina daje na korištenje
- rok za podnošenje ponuda

- mjesto i vrijeme otvaranja ponuda
- posebne uvjete propisane ovom Odlukom ili koje odredi Gradonačelnik.

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

Cijenom naknade u smislu ove Odluke smatra se mjesečni iznos koji se plaća po  $m^2$  reklamne poruke za javnu površinu koja se daje na korištenje.

Početnu cijenu mjesečne naknade utvrđuje Gradonačelnik.

### **Neposredna dodjela**

#### **Članak 54.**

Neposredna dodjela za postavljanje osvjetljenih reklamnih vitrina (citylight), reklamnih panoa na stupovima javne rasvjete, velikih samostojećih reklamnih panoa površine  $6 m^2$  i više i reklamnih uređaja iz članka 53. ove Odluke, odlukom Gradonačelnika moguća je u slučaju:

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

iz posebno opravdanih razloga.

### **III. – KRITERIJI ZA ODREĐIVANJE NAKNADE ZA ISTICANJE REKLAMNIH PORUKA**

#### **Članak 55.**

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

Visina naknade za isticanje reklamnih poruka određuje se prema:

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

Kriteriji iz stavka 2. ovog članka izraženi su u jediničnim iznosima u kunama utvrđenim u Tablici iz članka 57. ove Odluke.

#### **Članak 56.**

Naknada za isticanje reklamnih poruka obračunava se mjesečno izuzev na transparentima gdje se naknada obračunava dnevno.

Visina naknade utvrđuje se umnoškom jediničnog iznosa u kunama (ovisno o zoni i vrsti reklamne poruke), propisanog u Tablici iz članka 57. ove Odluke i površine u  $m^2$  reklamne poruke.

Naknada se plaća jednokratno, unaprijed u utvrđenom godišnjem iznosu (izuzev naknade za transparente koja se plaća po broju dana) i to najkasnije do 31. siječnja tekuće godine.

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

**(Stavak 4. izmijenjen, izmjena stupila na snagu 23. travnja 2011., „Glasnik Grada Zadra“, broj 4/11)**

**Članak 57.**

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

	VRSTE REKLAMNIH PORUKA	NAČIN OBRAČU NA	VISINA NAKNADE po zonama u kn/m <sup>2</sup>	
			I	II
1.	<b>Reklamne zastave</b>	mjesечно	85,00	70,00
2.	<b>Reklamna platna</b>	mjesечно	10,00	7,00
3.	<b>Transparenti</b>	dnevno	2,50	2,00
4.	<b>Reklamni ormarić</b>	mjesечно	105,00	85,00
5.	<b>Oslikana reklamna poruka</b>	mjesечно	30,00	25,00
6.	<b>Reklamni natpis</b>	mjesечно	100,00	90,00
7.	<b>Reklamni stupovi (totem i sl.)</b>	mjesечно	65,00	55,00
8.	<b>Pokretni reklamni panoi (kavaleti)</b>	mjesечно	100,00	80,00
9.	<b>Osvijetljene reklamne vitrine(citylight)</b>	mjesечно	105,00	90,00
10.	<b>Mali reklamni panoi</b>	mjesечно	100,00	90,00
11.	<b>Reklamni panoi na stupovima javne rasvjete</b>	mjesечно	■	85,00
12.	<b>Veliki reklamni panoi</b>			
	Veliki reklamni panoi na ogradi gradilišta	mjesечно	■	10,00
	Veliki reklamni panoi na građevinama	mjesечно	25,00	20,00
	Veliki reklamni panoi (Jumbo i sl.) veličine od 6 do 12 m <sup>2</sup>	mjesечно	25,00	20,00
	Veliki reklamni panoi (Bigboard i sl.) veličine od 12 do 60 m <sup>2</sup>	mjesечно	■	30,00
13.	<b>Reklamni uređaji (display)</b>	mjesечно	85,00	70,00
14.	<b>Putokazni/zajednički panoi</b>			
	Jedna ploha	mjesечно	50,00	50,00
	2-5 ploha	mjesечно	65,00	65,00
	Više od 5 ploha	mjesечно	■	75,00

**(Točka 14. tabelarnog prikaza dopunjena, dopuna stupila na snagu 27. travnja 2018., „Glasnik Grada Zadra“, broj 4/18)**

Za isticanje reklamnih poruka na pročeljima zgrada u gabaritima poslovnog prostora odnosno na pročeljima poslovnih objekata, visina naknade iznosi:

- 30% od iznosa naknada utvrđenih u Tablici za reklamiranje vlastite neproizvodne djelatnosti
- 10% od iznosa naknada utvrđenih u Tablici za reklamiranje vlastite proizvodne djelatnosti

**(Članak 57. izmijenjen, izmjena stupila na snagu 23. travnja 2011., „Glasnik Grada Zadra“, broj 4/11)**

**Članak 58.**

Za isticanje osvjetljenih reklamnih poruka naknada se uvećava za 20% od iznosa naknada utvrđenih u članku 57. ove Odluke.

**(Članak 58. izmijenjen, izmjena stupila na snagu 23. travnja 2011., „Glasnik Grada Zadra“, broj 4/11)**

**Članak 59.**

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

**V – NADZOR I KAZNENE ODREDBE****Članak 60.**

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

**Članak 61.**

Novčanom kaznom kazniti će se za prekršaj pravna osoba u iznosu od 10.000,00 kuna, fizička osoba obrtnik i osoba koja obavlja drugu samostalnu djelatnost u iznosu od 5.000,00 kuna te fizička osoba u iznosu od 1.000,00 kuna ako ima postavljenu reklamu, reklamni pano ili zaštitnu napravu:

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

**(Stavak 1. izmijenjen, izmjena stupila na snagu 31. ožujka 2012., „Glasnik Grada Zadra“, broj 4/12)**

Novčanom kaznom od 2.000,00 kuna kaznit će se odgovorna osoba u pravnoj osobi za prekršaj iz stavka 1. ovog članka.

Novčanom kaznom kazniti će se za prekršaj pravna osoba u iznosu od 5.000,00 kuna, fizička osoba obrtnik i osoba koja obavlja drugu samostalnu djelatnost u iznosu od 3.000,00 kuna te fizička osoba u iznosu od 500,00 kuna ako:

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

Novčanom kaznom od 1.000,00 kuna kazniti će se odgovorna osoba u pravnoj osobi za prekršaj iz stavka 3. ovog članka.

**Članak 62.**

Komunalni redar ovlašten je naplatiti novčanu kaznu za prekršaj iz članka 61. ove Odluke na mjestu izvršenja prekršaja kada je počinitelj prekršaja zatečen u njegovu izvršenju.

O naplaćenoj novčanoj kazni izdaje se potvrda počinitelju prekršaja.

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

**Članak 63.**

Na osnovu prijave policije, službene osobe inspekcijskog tijela ili upravnog tijela Grada, utemeljene na neposrednom zapažanju, a kojim je dovoljno utvrđeno da je okrivljenik učinio prekršaj iz članka 61. ove Odluke, komunalni redar će bez pozivanja okrivljenika izdati obvezni prekršajni nalog.

**VI. – ZAVRŠNE ODREDBE ( Odluka o reklamiranju na području Grada Zadra stupila na snagu 12. kolovoza 2010., „Glasnik Grada Zadra“, broj 28/10)**

**Članak 64.**

Na dan stupanja na snagu ove Odluke prestaje važiti:

- Odluka o planu rasporeda reklamnih panoa (reklamiranje kao djelatnost) i naknadi o korištenju istih („Glasnik Grada Zadra“ br. 3/03,5/07 i 13/09)
- točka 9. stavka 1. članka 2. Odluke o naknadama za korištenje javnih površina („Glasnik Grada Zadra“, br. 5/03 i 13/09)
- sve odredbe iz Odluke o korištenju javnih površina („Glasnik Grada Zadra“, br. 2/05,3/06 i 13/09) koje se odnose na reklame, reklamne panoe i reklamiranje
- članci 8., 9., 10., 11., 13., stavak 1. članka 14., te kaznene odredbe iz članka 120. Odluke o komunalnom redu („Glasnik Grada Zadra“, br. 3/08 i 13/09) koje se odnose na reklame, reklamne panoe i reklamiranje.

**Članak 65.**

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

**PRIJELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE ( Odluka o izmjeni i dopuni Odluke o reklamiranju na području Grada Zadra, stupila na snagu 23. travnja 2011., „Glasnik Grada Zadra“, broj 4/11)****Članak 4.**

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

Korisnici reklamnih poruka kojima je izdano rješenje odnosno s kojima je zaključen ugovor po Odluci o reklamiranju na području Grada Zadra („Glasnik Grada Zadra“, br. 28/10), mogu zatražiti povrat razlike više uplaćenog iznosa naknade ili da se od razlike više uplaćenog iznosa naknade izvrši prijeboj s drugim obvezama prema Gradu Zadru.

**Članak 5.**

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

**PRIJELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE (Odluka o izmjeni Odluke o reklamiranju na području Grada Zadra, stupila na snagu 31. ožujka 2012., „Glasnik Grada Zadra“, broj 4/12)****Članak 2.**

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

**PRIJELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE (Odluka o izmjeni i dopuni Odluke o reklamiranju na području Grada Zadra, stupila na snagu 21. studenoga 2013., „Glasnik grada Zadra“, broj 14/13)****Članak 3.**

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

**PRIJELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE (Odluka o izmjenama i dopunama Odluke o reklamiranju na području Grada Zadra, stupila na snagu 27. travnja 2018., „Glasnik Grada Zadra“, broj 4/18)****Članak 6.**

Ostale odredbe Odluke ostaju nepromijenjene.

**Članak 7.**

Ova Odluka o izmjeni i dopuni Odluke o reklamiranju na području Grada Zadra stupa na snagu osmog dana od dana objave u „Glasniku Grada Zadra“.