



REPUBLIKA HRVATSKA
SPLITSKO-DALMATINSKA ŽUPANIJA
GRAD SPLIT
GRADSKO VIJEĆE

KLASA: 940-06/23-01/160
URBROJ: 2181-1-03-2/1-23-10
Split, 7. rujna 2023. godine

Na temelju članka 104. stavak 5. i članka 105. Zakona o komunalnom gospodarstvu („Narodne novine” broj 68/18, 110/18- Odluka Ustavnog suda Republike Hrvatske i 32/20) i članka 36. Statuta Grada Splita („Službeni glasnik Grada Splita”, broj 17/09, 11/10, 18/13, 39/13, 46/13-pročišćeni tekst, 11/18, 6/20, 41/21 i 43/21-pročišćeni tekst), Gradsko vijeće Grada Splita na 20. sjednici održanoj 7. rujna 2023. godine, donosi

ODLUKU

o uvjetima, načinu postavljanja i određivanju naknade za postavljanje reklamnih predmeta na području Grada Splita

I. OPĆI UVJETI

Članak 1.

Odlukom o uvjetima, načinu postavljanja i određivanju naknade za postavljanje reklamnih predmeta na području Grada Splita (dalje u tekstu: odluka) određuju se površine na području Grada Splita na kojima se mogu postavljati i isticati reklamni predmeti, vrste reklamnih predmeta, uvjeti i način postavljanja, postupak dodjele i visina naknade za oglašavanje na reklamnim predmetima.

Članak 2.

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

Članak 3.

Površine na području Grada Splita na kojima se mogu postavljati i isticati reklamni predmeti su:

- površine javne namjene, zemljišta i objekti u vlasništvu Grada Splita
- površine javne namjene, zemljišta i objekti u vlasništvu Grada Splita ili s pravom upravljanja ili korištenja
- zemljišta i objekti u vlasništvu drugih fizičkih i pravnih osoba u dijelu koji je vidljiv površini javne namjene

Članak 4.

Značenje pojedinih pojmova u smislu ove odluke:

1. Površinama javne namjene se smatraju:

- javne zelene površine: gradski parkovi, drvoredi, živice, cvjetnjaci, travnjaci, gradske šumice, skupine ili pojedinačna stabla, dječja igrališta s pripadajućom opremom kao i drugi oblici vrtnog i parkovnog oblikovanja koji nisu proglašeni zaštićenim dijelovima prirode, javni sportski i rekreacijski prostori, zelene površine uz ceste i ulice ako nisu sastavni dio nerazvrstane ili druge ceste odnosno ulice, javni objekti i slične površine koje su uređene i koriste se kao javne zelene površine,
- javne prometne površine su: javne ceste, nerazvrstane ceste i javno prometne površine na kojima nije dopušten promet motornim vozilima,
- javne ceste su ceste razvrstane kao javne ceste sukladno Zakonu o cestama, koje svatko može koristiti na način i pod uvjetima određenim Zakonom i drugim propisima kojima se uređuju ceste,
- nerazvrstane ceste su ceste koje se koriste za promet vozilima i koje svatko može slobodno koristiti na način i pod uvjetima određenim posebnim propisima, a koje nisu razvrstane kao javne ceste u smislu Zakona kojim se uređuju ceste,
- javno prometne površine na kojima nije dopušten promet motornim vozilima su: trgovi, pločnici, javni prolazi, javne stube, prečaci, šetališta, pješačke i biciklističke staze, pješačke zone, pothodnici, podvožnjaci, nadvožnjaci, nathodnici, mostovi, tuneli, nogostupi, ako nisu sastavni dio nerazvrstane ili druge ceste,
- neuređene površine javne namjene čije stavljanje u funkciju je u pripremi ili u tijeku,
- površine na kojima se sukladno zakonu kojim se uređuje komunalno gospodarstvo pružaju usluge obavljanja prometa živežnim namirnicama i drugim proizvodima,
- pročelja, okućnice, dvorišta zgrada i zemljišta bez obzira na vlasništvo ukoliko se na istom postavljaju reklamni predmeti u svrhu oglašavanja u dijelu koji je vidljiv površini javne namjene,
- sve druge površine na kojima se postavljaju reklamni predmeti u svrhu oglašavanja kojima se izaziva pažnja.

2. Oglas odnosno poruka je sredstvo oglašavanja odnosno reklamiranja u obliku teksta, slike

ili zvuka, otisnutog, oslikanog ili instaliranog koji čini sastavni dio reklamnog predmeta.

3. Oglašavanje je informiranje, predstavljanje i opisivanje nekog proizvoda, usluge ili djelatnosti potencijalnim korisnicima ili kupcima, a sve s ciljem utjecaja na stavove i ponašanja primatelja poruke.

4. Reklamni predmeti u smislu ove odluke su predmeti projektirani ili proizvedeni kao tipski koji materijalom, obradom i oblikovanjem zadovoljavaju kriterije tehničkih i tehnoloških standarda, estetski oblikovani i postavljeni u skladu s izgledom građevine i okoline koji svojim oglašavanjem ili porukama privlače pozornost potencijalnih korisnika ili kupaca.

5. Komercijalno oglašavanje je oglašavanje proizvoda, usluga ili djelatnosti koje za pojedine naručitelje obavljaju osobe registrirane za tu djelatnost.

6. Zaštićena kulturno-povijesna cjelina grada Splita – Zona zaštite A (u daljnjem tekstu: Zona A) je područje koje potpada pod potpunu zaštitu povijesnih struktura. Njene granice su utvrđene temeljem Rješenja Ministarstva kulture Klasa: UP/I-612-08/08-06/027 od 15. svibnja 2013. godine, Rješenjem Ministarstva kulture Klasa: UP/I- 612-08/08-06/0275 od 04. srpnja 2013. i Rješenjem Ministarstva kulture Klasa: UP/I-612-08/08-06/0275 Urbroj:532-04-01-03-02/2-19-77 od 18. travnja 2019. godine. **Zona A je prostor grada:** unutar baroknih bedema izgrađenih u XVII. st. omeđen sljedećim ulicama: na zapadu od morske granice na Matejušci proteže se

dijelom ulice Trumbićeva obala do njezina križanja s ulicom Tomića stine, potom se granica nastavlja Ban Mladenovom ulicom do njezina spoja s ulicom Bana Jospia Jelačića, preko Matošića ulice, Teutinom ulicom do Sinjske ulice, Zagrebačkom (južnim rubom kolnika uz Strossmayerov park), dalje Zagrebačkom (zapadnim rubom kolnika uz tržnicu),

Poljanom kneza Trpimira, iznad pothodnika do spoja Obale Lazareta i Obale kneza Domagoja i dalje do mora. Grafički prikaz obuhvata Zone A čini sastavni dio ove odluke.

7. Pojedinačno zaštićeno kulturno dobro su građevine i objekti koji imaju utvrđeno svojstvo pojedinačnog zaštićenog kulturnog dobra rješenjem Ministarstva kulture.

8. Plan postavljanja reklamnih predmeta unutar zaštićene kulturno-povijesne cjeline Grada Splita – Zona zaštite A donosi Gradsko vijeće na prijedlog nadležnog gradskog tijela za staru gradsku jezgru (u daljnjem tekstu: Plan lokacija u Zoni A). Plan lokacija u Zoni A obuhvaća postavljanje reklamnih predmeta o informiranju graditeljskom naslijeđu Grada Splita, kulturnom zbivanju, planovima grada ili drugim orijentacijskim planovima.

9. Plan lokacija za postavljanje reklamnih predmeta za komercijalno oglašavanje na području Grada Splita izvan Zone A donosi Gradsko vijeće na prijedlog nadležnog tijela za površine javne namjene, uz prethodno mišljenje Komisije za postavljanje reklamnih predmeta na području Grada Splita (u daljnjem tekstu: Plan lokacija).

I.1. Natpisi

Članak 5.

(1) Natpis je naziv pravne ili fizičke osobe koja posluje u građevini postavlja se bez naknade, na pročeljima objekata:

plošno u okviru izloga, vrata ili neposredno pored ulaza na vanjskim dijelovima građevina 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 građevini.

(2) Maksimalna visina natpisa je 30 cm, a maksimalna dužina natpisa je 60 cm.

(3) Natpisi u Zoni A mogu se postavljati samo unutar svijetlih otvora poslovnih prostora i to u širini otvora. Za poslovne prostore koji su na katu ili nemaju velike otvore u prizemlju dozvoljava se postavljanje natpisa maksimalnih dimenzija 20 cm x 30 cm na pročelju tog poslovnog prostora.

(4) U Zoni A zabranjeno je postavljanje natpisa na prednjim i bočnim stranama kamenih okvira otvora.

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

(6) Svjetleća oznaka za ljekarne i pošte dozvoljava se na pročelju poslovnog prostora iste.

(7) Postavljanje više natpisa raznih poslovnih subjekata koji posluju u istoj građevini ili uličnom potezu mora biti dimenzionalno i položajno usklađeno.

(8) Zabranjuje se postavljanje konzolnih natpisa osim za oznake pošte i apoteke.

(9) Izvan Zone A postavljanje natpisa poslovnih subjekata koji posluju na višim etažama zgrade, ne mogu se postavljati na dijelovima pročelja na višim etažama. Natpisi poslovnih subjekata koji imaju poslovne prostore na višim etažama rješavaju se objedinjenom pločom poslovnih subjekata na ulazu u građevinu, dimenzije natpisa mogu biti 20 cm x 30 cm.

I.2. Turistička signalizacija

Članak 6.

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

II. VRSTE, UVJETI I NAČIN POSTAVLJANJA REKLAMNIH PREDMETA ZA ISTICANJE OGLASA ODNOSNO PORUKA

II.1. Vrste reklamnih predmeta, opći uvjeti i način postavljanja reklamnih predmeta

Članak 7.

(1) Reklamni predmeti čija je svrha oglašavanje isticanjem oglasa odnosno poruka u smislu ove odluke jesu:

1. reklamne zastave,
2. plakati,
3. reklamna platna na građevinskim skelama i ogradama gradilišta građevina u izgradnji ili rekonstrukciji
4. reklamna platna na pročelju zgrade/objekata,
5. transparenti,
6. reklamni ormarići,
7. oslikane reklamne poruke na pročeljima i ogradnim zidovima,
8. reklamni natpisi,
9. samostojeće reklame površine do 2,99 m²,
10. reklamni totemi,
11. reklamni putokaz,
12. samostojeće pokretne reklame (sendvič-reklame, rolo platno i slično),
13. reklamni pano kao ograda gradilišta do 11,99 m²
14. reklamno vozilo
15. reklamni pano od 3,0 m² do 5,99 m²,
16. reklamni pano od 6 m² do 11,99 m²,
17. veliki reklamni pano od 12 m² do 60 m² (samostojeći i na objektima),

18. reklamna vitrina (City light - samostojeća i na objektima),

19. reklamni uređaji ili konstrukcije (prisma vision, trivision, display i slično),

(2) Reklamni predmeti se svojim oblikom, materijalom, dimenzijama moraju uklopiti u postojeće okruženje, ne smiju ugrožavati sigurnost prometa, te zaklanjati postojeću prometnu i putokaznu signalizaciju, kulturna dobra i značajne perivoje o čemu odlučuje Komisija iz članka 29. ove odluke.

(3) Reklamni oglasi odnosno poruke mogu biti i osvjetljeni u skladu s posebnim propisima iz područja zaštite od svjetlosnog onečišćenja.

(4) Sadržaj reklamnih oglasa odnosno poruka ne smije biti neetičan i vrijeđati ljudsko dostojanstvo ili prouzrokovati tjelesnu, duševnu i drugu štetu.

(5) Vlasnik odnosno korisnik reklamnog predmeta odgovoran je za svaku moguću štetu koja nastane u svezi postavljanja.

Članak 8.

(1) Na području Grada Splita postavljanje reklamnog predmeta u svrhu oglašavanja nije dozvoljeno:

- oglašavanje protivno odredbama Zakona o elektroničkim medijima

- na krovu kioska, objekata ili zgrada, na ravnim krovovima i terasama zgrada, te na ogradama ravnih krovova i terasa zgrada,

- na ogradnim i potpornim zidovima ukoliko reklama nadvisuje visinu zida

- na mjestu gdje bi načinom postavljanja, dimenzijama, oblikom ili izgledom bila ugrožena sigurnost sudionika u prometu i/ili zaklonjena postojeća prometna i putokazna signalizacija,

- na mjestu gdje bi načinom postavljanja, dimenzijama ili oblikom bilo onemogućeno održavanje zelenih i drugih površina javne namjene,

- na postojećim prometnim znakovima, semaforskim stupovima i semaforskim uređajima,

- u zoni raskrižja (između pješačkih prijelaza) te u zelenom razdjelnom pojasu prometnice

- na udaljenosti najmanje 30 m od stop linije privoza na čiju se os reklamni predmet postavlja

- na javnim cestama i zaštitnom pojasu uz javnu cestu na mjestima na kojima bi zbog svog sadržaja, položaja te odnosa prema javnoj cesti reklamni predmet ugrožavao sigurnost prometa.

- na mjestima gdje reklamni predmet svojom dimenzijom i oblikom zaklanja glavne gradske vizure na kulturno povijesne vrijednosti, prirodne vrijednosti i zaštićena kulturna dobra

- u parkovima

(2) U Zoni A ili na objektima koji su pojedinačno zaštićeno kulturno dobro reklamni predmeti se mogu postavljati sukladno ovoj odluci.

(3) U Zoni A ili na objektima koji su pojedinačno zaštićeno kulturno dobro komercijalno oglašavanje nije dozvoljeno.

II.2. Reklamna zastava

Članak 9.

(1) Reklamna zastava je reklamni predmet od platna na kojem je sadržan reklamni oglas ili poruka u svrhu oglašavanja i postavlja se na jarbol.

(2) Jarbol zastave je nosač zastave koji se postavlja na pročelje objekata, na zemljište oko objekata ovisno o prostornim mogućnostima, na način da zajedno s reklamnom zastavom ne ometa prolaz vozila i pješaka.

(3) Reklamna zastava ne može se koristiti u svrhu komercijalnog oglašavanja.

(4) Reklamna zastava može se postavljati za oglašavanje vlastite djelatnosti, tvrtke ili usluge.

(5) Na stupovima javne rasvjete privremeno se mogu postavljati reklamne zastavice za potrebe sajмова i manifestacija uz prethodnu suglasnost upravitelja stupova javne rasvjete.

(6) Reklamna zastava može se postavljati na javnim površinama za potrebe oglašavanja manifestacija, sajмова ili događaja koji su od interesa za grad Split sukladno Pravilniku koji regulira uvjete postavljanja.

(7) Zabranjeno je postavljati reklamne zastave u Zoni A i na zgradama koje su pojedinačno zaštićeno kulturno dobro, iznimno se odobrava postavljanje reklamnih zastava za potrebe oglašavanja manifestacija, sajмова ili događaja od interesa za grad Split sukladno Pravilniku koji regulira uvjete postavljanja.

II.3. Plakati

Članak 10.

(1) Plakat je reklamni predmet izrađen od kvalitetnog papira ili je plastificiran na kojem se oglašavaju objave ili poruke promidžbenog ili informativnog sadržaja.

(2) Postavljaju se u izlozima poslovnih prostora.

(3) Plakati u Zoni A i na objektima pojedinačno zaštićenog kulturnog dobra mogu se privremeno postavljati u izlozima obavijesti o prigodnim djelatnostima trgovine (sniženja) do 25 % prostora izloga.

(4) Plakati izvan zone A se mogu postavljati unutar izloga za privremeno isticanje obavijesti o prigodnim djelatnostima trgovine (sniženja) i za oglašavanje drugih promidžbenih ili informativnih sadržaja.

- (5) Zabranjeno je postavljanje plakata, oglasa i sličnih objava izravno na pročelja zgrada i ostale objekte, na drveće, ograde, energetske ormariće, semafore, komunalnu opremu i druga mjesta koja nisu za to namijenjena.
- (6) Za postavljanje plakata u svrhu isticanja obavijesti o prigodnim djelatnostima trgovine (sniženja) ne izdaje se rješenje.
- (7) Plakat se ne može se koristit u svrhe komercijalnog oglašavanja.

II.4. Reklamno platno na građevinskim skelama i ogradama gradilišta građevina u izgradnji ili rekonstrukciji

Članak 11.

II.5. Reklamno platno na pročelju zgrade/objekata

Članak 12.

II.6. Transparent

Članak 13.

- (1) Transparent je reklamni predmet za oglašavanje koji se postavlja razapinjanjem iznad nerazvrstane ceste, površine javne namjene odnosno na javnim površinama na način da ne ometa kolni i pješački promet ili redovno održavanje i ne ugrožava sigurnost..
- (2) Transparent može biti izrađen od tkanine, plastificiranog platna ili sličnog *kvalitetnog* materijala s otisnutim ili oslikanim oglasom.
- (3) Transparent se postavlja na određeno vrijeme do 30 dana, **odnosno do završetka trajanja** manifestacije, kulturnog, sportskog i drugog događaja kojeg oglašavaju.
- (4) Pričvršćenje transparenta izvodi se vezivanjem ili drugim odgovarajućim načinom spajanja na nosač transparenta, s time da se stup javne rasvjete i/ili ograda balkona ne može koristiti za postavljanje transparenta.
- (5) Najmanja dozvoljena visina za postavljanje transparenta iznad nerazvrstane ceste ili površine javne namjene iznosi 4,50 m visine od donjeg ruba transparenta.
- (6) Transparent je zabranjeno postavljati unutar Zone A osim u Marmontovoj ulici razapinjanjem u smijeru istok – zapad i Ulici kralja Tomislava.
- (7) Transparent se ne može koristit u svrhe komercijalnog oglašavanja.

II.7. Reklamni ormarić

Članak 14.

- (1) Reklamni ormarić je montažna ostakljena naprava do maksimalne površine 1,0 m² namijenjen za izlaganje i oglašavanje vlastitog proizvoda, usluge ili djelatnosti korisnika poslovnog prostora.
- (2) Najveća dozvoljena dubina reklamnog ormarića iznosi 20cm, pod uvjetom da se time ne ometa pješački promet.
- (3) Reklamni ormarić postavlja se neposredno uz ulaz u objekt ili na pročelje prizemlja objekta, mora biti usklađen s građevinom na koju se postavlja te oblikovan i uređen na način da jasno upućuje na djelatnost koja se u poslovnom prostoru obavlja.
- (4) Reklamni ormarić mora biti izrađen od trajnog materijala i ostakljen djelomično ili potpuno s prednjih i bočnih strana.
- (5) Reklamni ormarić zabranjeno je postavljati unutar Zone A ili na objektima koji su pojedinačno zaštićeno kulturno dobro, te na pročeljima obrađenim kamenom.
- (6) Iznimno od stavka 5. ovog članka u Zoni A reklamni ormarić se može postaviti za potrebe javnih ustanova uz prethodnu suglasnost konzervatorskog odjela.
- (7) Reklamni ormarić ne može se koristiti u svrhe komercijalnog oglašavanja.

Članak 15.

II.8. Oslíkana reklamna poruka na pročeljima i ogradnim zidovima

- (1) Oslíkana reklamna poruka je reklamni oglas izveden pismoslikarskom tehnikom na pročelju zgrade ili ogradnim zidovima.
- (2) Pismoslikarske tehnike u smislu ove Odluke su: ručno oslikavanje, lijepljenje naljepnice i otiskivanje reklamnih oglasa ili poruka na pročelja zgrade ili ogradnim zidovima.
- (3) Oglašavanje putem oslikanog oglasa ili reklamne poruke na pročeljima i ogradnim zidovima koje se odnosi na pravne i fizičke osobe koje oglašavaju vlastiti proizvod, uslugu ili djelatnosti koje posluju u objektu na kojem se postavlja oslikani oglas može biti površine do maksimalno 3 m².
- (4) Oslíkane reklamne poruke na pročeljima i ogradnim zidovima zabranjeno je postavljati unutar Zone A ili na objektima koji su pojedinačno zaštićeno kulturno dobro, te na kamenim pročeljima.
- (5) Oglašavanje putem oslikanog oglasa ili reklamne poruke ne može se koristiti na pročeljima i ogradnim zidovima u vlasništvu Grada Splita.
- (6) Oglašavanje putem oslikanog oglasa ili reklamne poruke može se koristiti na pročeljima i ogradnim zidovima u vlasništvu drugih pravnih ili fizičkih osoba u svrhe komercijalnog oglašavanja uz uvjet da na pročeljima i ogradnim zidovima nema drugih reklamnih komercijalnih predmeta.
- (7) Za oslikane reklamne poruke u komercijalne svrhe oglašivač je dužan istaknuti naziv vlasnika odnosno oglašivača (ovlaštena osoba za komercijalno oglašavanje).

II.9. Reklamni natpisi

Članak 16.

(1) Reklamni natpis je reklamni predmet kojim vlasnik odnosno korisnik poslovnog prostora oglašava naziv poslovnog subjekta ili djelatnosti koja se obavlja u poslovnom prostoru.

(2) Postavlja se na pročelje objekta plošno, na nosaču izrađenom od PVC materijala, kovanog željeza ili sličnog materijala, proporcionalno otvoru iznad kojeg se postavlja.

Ukoliko nema prostornih mogućnosti za postavljanjem iznad otvora reklamni natpis se može postaviti s lijeve ili desne strane ulaza u poslovni prostor maksimalne visine svijetlog otvora i širine do 60 cm, te se može postaviti na dijelu otvora pročelja objekta u prizemlju građevine maksimalne površine 30% od ukupne površine svijetlog otvora u kojem se postavlja.

(3) Reklamni natpisi mogu imati ugrađenu rasvjetu, po obliku mogu biti od pojedinačnih slova na pročelju (bez pod konstrukcije), ploča, sandučasti.

(4) Postavljanje više reklamnih natpisa raznih poslovnih subjekata koji posluju u istoj građevini ili uličnom potezu mora biti dimenzionalno i položajno usklađeno u pravilu na istoj visini i na istoj liniji na pročelju građevine.

(5) Korisnici poslovnih prostora na višim etažama zgrade, označavaju svoju djelatnost u zgradi postavljanjem Natpisa iz članka 5. ove odluke koji se postavljaju na zajedničku podlogu izvedenu od kvalitetnog materijala (metal, staklo, bronca, plastika i sl.) neposredno uz zajednički ulaz u zgradu, u svrhu pružanja informacija o poslovnom prostoru u zgradi. Zabranjeno je postavljanje natpisa poslovnih subjekata koji posluju na višim etažama građevine na višim dijelovima pročelja građevine.

(6) U Zoni A reklamni natpisi se mogu postavljati cijelom svojom površinom u dužini svijetlog otvora, visine maksimalno 25 cm.

(7) U zoni A zabranjeno je postavljanje konzolnih reklamnih natpisa, osim za oznake apoteka i pošta.

(8) Zabranjeno je postavljanje reklamnih natpisa na pojedinačnom zaštićenom kulturnom dobru.

(9) Zabranjeno je postavljanje konzolnih reklamnih natpisa.

II.10. Samostojeća reklama maksimalne površine do 2,99 m²

Članak 17.

(1) Samostojeća reklama je reklamna ploča do 2,99 m² namijenjena za oglašavanje izrađena od kovanog željeza koji služi za vlastito oglašavanje proizvoda, usluga i gospodarske djelatnosti poslovnog prostora.

(2) Samostojeća reklama može biti ukupne visine (stup + ploha) od kote tla do 3m visine i imati najviše dva nosiva stupa, bez kosnika.

(3) Na samostojećoj reklamnoj ploči oglašava se naziv, djelatnost i logotip poslovnog subjekta, a postavlja se u neposrednoj blizini objekta u kojem se obavlja djelatnost poslovnog subjekta.

(4) Samostojeća reklama može se postavljati isključivo na čestici objekta u kojem se nalazi poslovni prostor ili iznimno na površinu neposredno ispred objekta u kojem se nalazi poslovni prostor, ukoliko to dopuštaju prostorne mogućnosti, odnosno sigurnosni uvjeti u prometu.

(5) Samostojeću reklamu zabranjeno je postavljati unutar Zone A ili na čestici objekata koji su pojedinačno zaštićeno kulturno dobro.

(6) Samostojeća reklama ne može se koristiti u svrhe komercijalnog oglašavanja.

II.11. Reklamni totem

Članak 18.

(1) Reklamni totem je reklamni predmet koji služi za oglašavanje, naziva poslovnog subjekta, djelatnost ili logotip poslovnog subjekta.

(2) Reklamni totem postavlja se isključivo na čestici objekta u kojem se nalazi poslovni prostor ili iznimno na površinu neposredno ispred objekta u kojem se nalazi poslovni prostor, ukoliko to dopuštaju prostorne mogućnosti, odnosno sigurnosni uvjeti u prometu.

(3) Maksimalne dimenzije reklamnog totema su: 1,0 m širina, 3,5 m visina, 50 cm dubina. Ukoliko ima 3 ili 4 plohe za oglašavanje onda je maksimalna širina ploha 60 cm.

(4) Reklamni totem može biti izrađen od inoksa, mesinga, eloksiranog aluminijsa ili pleksiglasa kao vanjskog oklopa na čeličnoj podkonstrukciji.

(5) Reklamni totem može biti osvjetljen, dvostrani, trostrani i četverostrani.

(6) Reklamni totem zabranjeno je postavljati unutar Zone A ili na čestici objekata koji su pojedinačno zaštićeno kulturno dobro kao i u njihovoj neposrednoj blizini ukoliko bi zaklanjalo vizuru objekta.

(7) Reklamni totem ne može se koristiti u svrhe komercijalnog oglašavanja.

(8) Postavljanje totema poslovnih subjekata koji posluju u istoj građevini ili uličnom potezu rješavaju se reklamnim totemom koji objedinjuje nazive svih poslovnih subjekata u potezu.

II.12. Reklamni putokazi

Članak 19.

(1) Reklamni putokaz je reklamni predmet koji služi za oglašavanje, naziva poslovnog subjekta, djelatnost ili logotip poslovnog subjekta.

(2) Reklamni putokazi ne mogu se postaviti na udaljenosti manjoj od 30 m od zone raskrižja.

(3) Reklamni putokaz može se postaviti uz prethodnu suglasnost nadležnog gradskog tijela za poslove prometa maksimalnih dimenzija 0,30 m x 1,30 m.

(4) Reklamni putokaz zabranjeno je postavljati unutar Zone A ili na objektima koji su pojedinačno zaštićeno kulturno dobro osim na postojećem sustavu signalizacije u staroj gradskoj jezgri koja je postavljena i održava se od strane Grada Splita, nadležnog gradskog tijela za staru gradsku jezgru i baštinu. Projekt sustava signalizacije proveden je u povijesnoj jezgri grada Splita pod čime podrazumijevamo Dioklecijanovu palaču i srednjovjekovnu jezgru zajedno s pojasom baroknih utvrda („zona A“ u Generalnom urbanističkom planu Splita). Unutar signalizacijskog sustava u zoni obuhvata moguće su promjene ako postojeće destinacije promijene lokaciju ili ako se pojavi potreba za dodavanjem nove lokacije. Naročito promjenjiva kategorija označenih sadržaja su komercijalni sadržaji koji se označavaju posebnim tipom tabli. Obzirom da se radi o pješačkoj zoni, sustav je oblikovan i izveden po mjeri korisnika, odnosno pješaka. Samostojeće mape grada također trebaju biti prilagođene pješaku koji nema limitirane opcije u kretanju.

(5) Za putokaznu signalizaciju iz stavka 3. ovog članka odobrenje izdaje nadležno tijelo za staru gradsku jezgru i baštinu.

II.13. Samostojeća pokretna reklama (sendvič-reklama, rolo platno i slično)

Članak 20.

(1) Samostojeća pokretna reklama je pokretni reklamni predmet koji je lako prenosiv.

(2) Samostojeća pokretna reklama postavlja se na javnu površinu ili na površinu u vlasništvu drugih pravnih i fizičkih osoba u neposrednoj blizini poslovnog prostora za kojeg se oglašava asortiman proizvoda, vrsta usluge koje se nude, te se uklanja nakon završetka radnog vremena poslovnog objekta.

(3) Oglasni prostor sendvič-reklame može biti ukupne visine do 0,80 m i do 0,50 m širine (dvostrana/jednostrana).

(4) Rolo platno i sl. može biti ukupne visine do 1,50 m visine i širine do 0,50 m (dvostrano/jednostrano).

(5) Samostojeća pokretna reklama može se postavljati na način da se za prolaz pješaka ostavi minimalno 1,60 m slobodnog prostora.

(6) Zabranjeno je postavljanje pokretnih reklama u ulicama Matošića, Zagrebačka, Sinjska i Obala kneza Domagoja.

(7) Zabranjeno je postavljanje samostojeće pokretne reklamne u Zoni A, osim u sklopu manifestacija, sajmovi i sličnih javnih događaja za koje se odobrenje može izdati u sklopu opreme manifestacije, sajmovi i sličnih javnih događaja izuzev na mjestima gdje bi bila ograničena pješačka komunikacija ili odobrenje se može izdati sukladno odredbama članka 32. ove odluke.

II.14. Reklamni pano - ograde gradilišta do 11,99 m²

Članak 21.

- (1) Reklamni pano na ogradama gradilišta je reklamni predmet koji služi za oglašavanje, a postavlja se na ogradama gradilišta za vrijeme trajanja radova.
- (2) Zabranjeno je postavljanje reklamnog panoa na ogradama *gradilišta* u izgradnji, obnovi ili rekonstrukciji unutar Zone A.
- (3) Za postavljanje reklamnog panoa na ogradama gradilišta izvan Zone A koje su postavljene radi radova na pojedinačno zaštićenom kulturnom dobru mogu se postavljati reklamni panoi sukladno ovoj odluci uz prethodnu suglasnost nadležnog konzervatorskog odjela.
- (4) Reklamni pano koji se postavlja na ograde gradilišta na površinama u vlasništvu Grada Splita ne može se koristiti u svrhe komercijalnog oglašavanja.
- (5) Na gradilišnim ogradama postavljenim na zemljištima u vlasništvu drugih pravnih i fizičkih osoba reklamni pano može se postaviti i u komercijalne svrhe sukladno odredbama ove odluke.

II.15. Reklamno vozilo

Članak 22.

- (1) Reklamno vozilo je vozilo na kojem se može nalaziti oglas, može se izlagati na površinama javne namjene za potrebe prezentacije autokuća ili tijekom manifestacija, sajмова i sličnih javnih događaja.
- (2) Reklamno vozilo za potrebe prezentacije autokuća može se izlagati na javnim površinama maksimalno do 7 dana, a u sklopu manifestacija do završetka manifestacije, sajмова i sličnih događaja.

II.16. Reklamni pano od 3 m² do 5,99 m²

Članak 23.

- (1) Reklamni pano od 3 m² do 5,99 m² je reklamni predmet namijenjen za komercijalno oglašavanje proizvoda, usluga djelatnosti.
- (2) Reklamni pano može se postavljati na površinama javne namjene, zemljištima, objektima i potpornim zidovima u vlasništvu Grada Splita sukladno Planu lokacija izuzev lokacija koje su pod upravljanjem trećih osoba (javne ustanove, trgovačka društva i dr.)
- (3) Na zemljištima i objektima u vlasništvu drugih pravnih i fizičkih osoba reklamni pano može se postaviti sukladno odredbama ove odluke.

- (4) Reklamni pano mora biti izrađen od postojanog materijala, a površina za oglašavanje mora biti izrađena od pocinčanog ili aluminijskog lima, vodootporne šperploče ili drugog sličnog materijala.
- (5) Reklamni pano može biti sa jednostranom plohom za oglašavanje ako se postavlja na pročelje zgrade ili samostojeći na vlastitoj konstrukciji koji može imati jednostranu ili dvostranu plohu za oglašavanje ovisno o lokalitetu.
- (6) Ako se postavlja na pročelje zgrade, mora biti oblikom i dimenzijama usklađen s pročeljem građevine, minimalno udaljen od ruba pročelja 0,50 m, a od prozora 1 m.
- (7) Ako se postavlja na potporni ili ogradni zid ne smije prelaziti visinu zida na koji se postavlja.
- (8) Zabranjuje se postavljanje reklamnih panoa na ogradne zidove u kamenu.
- (9) Reklamni pano - samostojeći može biti ukupne visine (stup + ploha) od kote tla do 5 m visine i imati najviše dva nosiva stupa, bez kosnika.
- (10) Reklamni pano može biti osvjetljen, a rasvjeta panoa mora biti ujednačena i bez utjecaja na okolne plohe u skladu s posebnim propisom.
- (11) Kod postave reklamnog panoa vlasnik/ovlašteni oglašivač je dužan na panou istaknuti naziv vlasnika odnosno oglašivača (ovlaštena osoba za komercijalno oglašavanje).
- (12) Reklamni pano koji nema oglas ili poruku mora se prekriti plakatom bijele boje.
- (13) Reklamni pano od 3 m² do 5,99 m² zabranjeno je postavljati unutar Zone A ili na objektima koji su pojedinačno zaštićeno kulturno dobro, na području G.K. Varoš i G.K. Lučac - Manuš.

II.17. Reklamni pano od 6 m² do 11,99 m²

Članak 24.

- (1) Reklamni pano od 6 m² do 11,99 m² je reklamni predmet namijenjen za komercijalno oglašavanje proizvoda, usluga, djelatnosti, događaja i sl.
- (2) Reklamni pano može se postavljati na javnim površinama, zemljištima, objektima i zidovima u vlasništvu Grada Splita sukladno Planu lokacija izuzev lokacija koje su pod upravljanjem trećih osoba (javne ustanove, trgovačka društva i dr.).
- (3) Na zemljištima i objektima u vlasništvu drugih pravnih i fizičkih osoba reklamni pano može se postaviti sukladno odredbama ove odluke.
- (4) Reklamni pano može biti sa jednostranom plohom za oglašavanje ako se postavlja na pročelje zgrade ili samostojeći na vlastitoj konstrukciji koji može imati jednostranu ili dvostranu plohu za oglašavanje ovisno o lokalitetu.
- (5) Reklamni pano - samostojeći može biti ukupne visine (stup + ploha) od kote tla do 5 m visine i imati najviše dva nosiva stupa, bez kosnika.

(6) Reklamni pano može biti osvjetljen, a rasvjeta panoa mora biti ujednačena i bez utjecaja na okolne plohe u skladu s posebnim propisom.

(7) Postavljanje samostojećeg reklamnog panoa mora biti usklađeno s važećim prostornim planovima (PPUGS, GUP, UPU DPU), o čemu mišljenje daje komisija iz čl. 29. ove odluke u zapisnik.

(8) Na pročelju građevine dozvoljeno je postavljanje jednog reklamnog panoa, pod slijedećim uvjetima:

- reklamni pano dozvoljeno je postaviti isključivo na dio pročelja građevine bez prozora,
- odnos dimenzija pročelja građevine i stranica reklamnog panoa mora biti proporcionalan.

(9) Postavljanje reklamnog panoa uz nerazvrstanu cestu dozvoljeno je na način da međusobna udaljenost između reklamnih panoa smještenih okomito na os prometnice iznosi najmanje 50,00 m.

(10) Nije dozvoljeno postavljanje više reklamnih panoa na istom pročelju.

(11) Reklamni pano koji nema oglas ili poruku mora se prekriti plakatom bijele boje.

(12) Reklamni pano zabranjeno je postavljati unutar Zone A ili na objektima koji su pojedinačno zaštićeno kulturno dobro ili na čestici na kojoj se nalazi pojedinačno zaštićeno kulturno dobro, na području G.K. Varoš i G.K. Lučac-Manuš.

(13) Kod postave reklamnog panoa vlasnik odnosno oglašivač je dužan na panou istaknuti naziv vlasnika odnosno oglašivača (ovlaštena osoba za komercijalno oglašavanje).

II.18. Veliki reklamni pano od 12 m² do 60 m² (samostojeći i na objektima)

Članak 25.

(1) Veliki reklamni pano od 12 m² do 60 m² je reklamni predmet namijenjen za komercijalno oglašavanje, proizvoda, usluga, djelatnosti.

(2) Zabranjeno je postavljanje velikih reklamnih panoa na površinama javne namjene, zemljištima, objektima i zidovima u vlasništvu Grada Splita.

(3) Na zemljištima i objektima u vlasništvu drugih pravnih i fizičkih osoba može se postaviti sukladno odredbama ove odluke.

(4) Samostojeći jumbo reklamni pano ima dvije oglasne plohe, svaka do maksimalno 60,00 m², iznimno do 100,00 m² ukupno sa tri oglasne plohe, može imati nosivi stup visine do 10,00 m (mjereno od kote tla do reklamne plohe). Maksimalna dopuštena ukupna visina samostojećeg jumbo reklamnog panoa, mjereno od kote tla, može iznositi do 15 m.

(5) Veliki reklamni pano na objektima je jednostran (ima jednu oglasnu plohu), dimenzije od 12 m² do 60,00 m², na vlastitoj konstrukciji koja se pričvršćuje na pročelju građevine koja nema arhitektonske plastike i nije obrađena u kamenu ili drugoj oblozi.

Najmanja dozvoljena udaljenost velikog reklamnog panoa od ruba pročelja građevine iznosi 0,50 m, a od prozora minimalno 1,0 m. Odnos dimenzija pročelja građevine i stranica velikog reklamnog panoa mora biti proporcionalan.

Ne dopušta se postavljanje više velikih reklamnih panoa na istom pročelju.

(6) Veliki reklamni panoi 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.

(7) Osvjetljenje velikih reklamnih panoa mora biti u skladu s posebnim propisom.

(8) Postavljanje samostojećeg velikog reklamnog panoa nije dozvoljeno u području koje je prostornim planovima planirano za stambenu namjenu – S, mješovitu namjenu pretežito stambenu - M1, mješovitu namjenu poslovnu i stambenu - M2 i mješovitu namjenu stanovanje i turizam -M3. Također se postavljanje velikog reklamnog panoa samostojećeg ne dopušta u obuhvatu detaljnijih planova (DPU I UPU) osim ukoliko je tim planovima isto dopušteno. O navedenom mišljenje daje Komisija iz članka 29. ove Odluke u zapisnik.

(9) Kod postave velikog reklamnog panoa vlasnik odnosno oglašivač je dužan na panou istaknuti naziv vlasnika *odnosno oglašivača* panoa (ovlaštena osoba za komercijalno oglašavanje).

(10) Ako veliki reklamni pano nema oglas ili poruku, treba biti prekriven plakatom bijele boje.

(11) Veliki reklamni pano zabranjeno je postavljati unutar Zone A, na objektima koji su pojedinačno zaštićeno kulturno dobro ili na čestici na kojoj se nalazi pojedinačno zaštićeno kulturno dobro, na području G.K. Varoš i G.K. Lučac-Manuš.

II.19. Reklamna vitrina (City light - samostojeći i na objektima)

Članak 26.

(1) Reklamna vitrina je reklamni predmet namijenjen za komercijalno oglašavanje usluga, djelatnosti te za isticanje plakata o informiranju graditeljskom nasljeđu Grada Splita, kulturnim zbivanjima, planovima grada ili drugog orijentacijskoga plana.

(2) Reklamna vitrina može se postavljati na površinama javne namjene, zemljištima i objektima u vlasništvu Grada Splita sukladno Planu lokacija izuzev lokacija koje su pod upravljanjem trećih osoba (javne ustanove, trgovačka društva i dr.).

(3) Na zemljištima i objektima u vlasništvu drugih pravnih i fizičkih osoba mogu se postaviti sukladno odredbama ove odluke.

(4) Reklamna vitrina mora biti izrađena od trajnog materijala, a može biti sa jednom ili dvije plohe za oglašavanje.

(5) Reklamna vitrine može biti osvijetljena u skladu s posebnim propisom.

(6) Reklamna vitrina sa jednom plohom za oglašavanje (jednostrana) za komercijalno oglašavanje može biti do 3,00 m² , postavlja se na zidove ili objekte.

(7) City light vitrine sa jednom plohom za isticanje plana grada, drugog orijentacijskog plana i plakata i za isticanje kulturnog sadržaja iznosi do 5,00 m² i na istima se zabranjuje komercijalno oglašavanje.

(8) Reklamna vitrina sa dvije plohe za komercijalno oglašavanje, za isticanje plakata o informiranju graditeljskom nasljeđu Grada Splita, kulturnim zbivanjima, planovima grada ili drugog orijentacijskoga plana je samostojeća može biti do 1,50 m širine i do 2,30 m visine.

(9) Reklamna vitrine može imati mehanizam za pokretanje oglasa, a napajanje električnom energijom ne smije biti vidljivo i mora biti u skladu s posebnim propisima.

(10) Reklamna vitrina može se postavljati unutar nadstrešnica na stjenkama javnog gradskog prijevoza koje su u vlasništvu Grada Splita sukladno Ugovoru o pravu postavljanja nadstrešnica na autobusnim stajalištima.

(11) Evidenciju o postavljanju reklamnih vitrina na nadstrešnicama i zamjenskim lokacijama na javnim površinama sukladno Ugovoru iz stavka 10. ovog članka vodi nadležno gradsko tijelo za poslove prometa i komunalnog održavana.

(12) Zabranjeno je postavljanje reklamnih vitrina u komercijalne svrhe u Zoni A ili na objektima koji su pojedinačno zaštićeno kulturno dobro.

(13) U Zoni A dozvoljeno je postavljanje City light vitrina za potrebe informiranja graditeljskog nasljeđa Grada Splita, kulturnog zbivanja, planova grada ili drugih orijentacijskih planova.

Za izdavanje odobrenja o postavljanju, evidenciju i održavanje nadležno je gradsko tijelo za staru gradsku jezgru i baštinu, a iste se mogu postavljaju sukladno Planu lokacija u Zoni A.

II.20. Reklamni uređaji ili konstrukcije (prisma vision, trivision, display i slično)

Članak 27.

(1) Reklamni uređaj je svaki reklamni predmet određen ovom odlukom koji ima mehanizam za pokretanje oglasa u obliku teksta ili slike (prisma vision, trivision, display, logotip i slično). Napajanje reklamnog uređaja električnom energijom ne smije biti vidljivo, mora se izvesti u skladu s posebnim propisom.

(2) Maksimalna dopuštena dimenzija oglasnog prostora je do 11,99 m², samostojeći reklamni uređaj ili konstrukcija može biti ukupne visine (stup + ploha) od kote tla do 5 m visine i imati najviše dva nosiva stupa, bez kosnika.

(3) Reklamni uređaj ili konstrukcije mogu se postavljati na površinama javne namjene, zemljištima i objektima u vlasništvu Grada Splita sukladno Planu lokacija izuzev lokacija koje su pod upravljanjem trećih osoba (javne ustanove, trgovačka društva i dr.).

(4) Oglašavanje na reklamnim uređajima ili konstrukcijama s izmjenjivim sadržajima koji se postavljaju na dionice državnih cesta izvan naselja, vrijeme prikazivanja pojedinog oglasnog

sadržaja treba biti 30 sekundi dok na dionicama prometnica u naseljenim mjestima minimalno 10 sekundi.

(5) Reklamni uređaji ili konstrukcije (prisma vision, trivision, display i slično) mogu se postavljati u urbanim sredinama odnosno dionicama državnih cesta koje prolaze kroz naseljena mjesta, a gdje je ograničenje brzine do 50 km/h na udaljenosti najmanje 30 m od stop linije privoza na čiju se os reklamni predmet postavlja“

(6) Zabranjeno je postavljanje samostojećih reklamnih uređaja i konstrukcija na površinama javne namjene u vlasništvu Grada Splita čija međusobna udaljenost bi iznosila manje od 50 m unutar naseljenih mjesta te 100 m izvan naselja.

(7) Zabranjeno je postavljati reklamne uređaje ili konstrukcije unutar Zone A, na području G.K. Varoš, G.K. Lučac-Manuš i na pojedinačno zaštićenom kulturnom dobru ili na čestici na kojoj se nalazi pojedinačno zaštićeno kulturno dobro.

(8) Za uvjete koji nisu propisani ovim člankom primjenjuju se uvjeti iz članka 24. ove Odluke.

III. POSTUPAK DODIJELE ZA POSTAVLJANJE REKLAMNIH PREDMETA

III.1. Postupak dodijele

Članak 28.

(1) Za postavljanje reklamnih predmeta potrebno je predati zahtjev za postavljanje reklamnog predmeta.

(2) Zahtjevi za postavljanje reklamnih predmeta iz članka 32. stavak 1. i 6. predaju se minimalno 10 dana prije postavljanja.

(3) Zahtjev se predaje nadležnom tijelu za površine javne namjene preko gradske pisarnice.

(4) Nadležno tijelo za površine javne namjene zaprima zahtjev za postavljanje reklamnog predmeta te potpun zahtjev dostavlja Komisiji za postavljanje reklamnih predmeta na području grada Splita ovisno o vrsti reklamnog predmeta.

Članak 29.

(1) Za utvrđivanje uvjeta za postavljanje reklamnih predmeta za oglašavanje gradonačelnik Grada Splita osniva i imenuje Komisiju za postavljanje reklamnih predmeta na području grada Splita (u daljnjem tekstu:Komisija).

(2) U Komisiju iz stavka 1. ovog članka imenovat će se predstavnici koji će odlučivati sukladno ovoj odluci i važećim propisima iz svoje nadležnosti:

- nadležnog tijela za površine javne namjene,
- nadležnog tijela za poslove prometa,
- nadležnog tijela za poslove komunalnog redarstva,
- nadležnog tijela za poslove prostornog planiranja i uređenja,
- nadležnog tijela za staru gradsku jezgru i baštinu.

(3) Komisija donosi Poslovník o svom radu.

Članak 30.

(1) Komisija daje prethodnu suglasnost za prihvaćanje zahtjeva stranke, daje uvjete postavljanja odnosno navodi razloge radi kojih se zahtjev o postavljanju reklamnog predmeta ne prihvaća, što se utvrđuje zapisnikom. Može ako procijeni zatražiti dodatna mišljenja od drugih nadležnih upravnih tijela kao i dostavu dodatne dokumentacije radi utvrđivanja činjenica.

(2) Zapisnik se dostavlja nadležnom tijelu za površine javne namjene koje donosi rješenje iz članka 31. ove Odluke.

Članak 31.

O zahtjevu za postavljanje reklamnog predmeta odlučuje nadležno tijelo za površine javne namjene donošenjem rješenja sukladno ovoj odluci:

- rješenja kojim se zahtjev odbacuje ili odbija,
- rješenja o prihvaćanju zahtjeva - odobrenje kojim se utvrđuju način, uvjeti, rokovi, visina naknade za postavljanje reklamnih predmeta i drugi uvjeti temeljem prethodne suglasnosti Komisije.

Članak 32.

(1) Gradonačelnik Grada Splita može neposredno Zaključkom odobriti privremeno korištenje površine javne namjene odnosno zemljišta ili objekata u vlasništvu ili s pravom korištenja ili upravljanja Grada Splita bez naknade do 30 dana za postavljanje reklamnih predmeta iz članka 7. stavka 1. točka 1., 5. i 12. za isticanje privremenih obavijesti o zaštiti okoliša, humanitarnim, kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama ili događajima od interesa za Grad Split.

(2) Podnositelj zahtjeva iz stavka 1. ovog članka dužan je ishoditi prethodno pozitivno mišljenje nadležnog gradskog tijela ovisno o djelokrugu rada kojem pripada planirana manifestacija ili događaj (gospodarstvo i razvoj grada, kulturu, turizam, sport ili dr. nadležna tijela).

(3) Gradonačelnik Grada Splita može neposredno Zaključkom odobriti kada to ocijeni opravdanim, postavljanje reklamnog predmeta iz članka 7. stavka 1. točka 6.,8.,9. i 12., bez naknade na rok do 12 mjeseci javnim ustanovama i trgovačkim društvima u vlasništvu Grada Splita uz prethodnu suglasnost Komisije, a za reklamne predmete iz članka 7. stavka 1. točka 11. uz prethodnu suglasnost nadležnog gradskog tijela za promet i komunalno održavanje, sukladno odredbama ove Odluke.

(4) Reklamni predmeti iz stavka 1. i 6. ovog članka mogu se postavljati temeljem zaključka Gradonačelnika.

(5) Reklamni predmeti iz stavka 3. ovog članka mogu se postavljati sukladno zaključku Gradonačelnika temeljem rješenja.

(6) Gradonačelnik Grada Splita može neposredno Zaključkom odobriti privremeno korištenje površine javne namjene, zemljišta, objekte u vlasništvu ili s pravom korištenja ili upravljanja Grada Splita bez naknade za postavljanje reklamnih predmeta iz članka 7. stavka 1. za isticanje privremenih obavijesti o projektima koje provodi Grad, gradske tvrtke i ustanove, a koji su sufinancirani sredstvima međunarodnih, nacionalnih i EU sredstava.

Članak 33.

Zabranjeno je postavljanje reklamnih predmeta bez rješenja odnosno suprotno rješenju nadležnog tijela za površine javne namjene.

Članak 34.

Rješenje iz članka 31. podstavka 2 ukinut će nadležno tijelo za površine javne namjene ako se utvrdi da:

- nisu ispunjeni uvjeti utvrđeni rješenjem,
- je reklamni predmet postavljen suprotno rješenju po utvrđenju komunalnog redarstva,
- je reklamni sadržaj suprotan pozitivnim pravnim propisima ili ovoj odluci,
- reklamni sadržaj vrijeđa vjerske, nacionalne ili spolne osjećaje,
- je reklamni predmet u neurednom i neispravnom stanju,
- reklamni predmet predstavlja opasnost za ljude i imovinu.

Članak 35.

Grad Split zadržava pravo odbaciti zahtjev za reklamni predmet koji je postavljen bez odobrenja ukoliko je za istog komunalno redarstvo donijelo rješenje o uklanjanju.

Članak 36.

(1) Zahtjev za postavljanje reklamnih predmeta za oglašavanje vlastite usluge ili gospodarske djelatnosti s točno utvrđenim sadržajem oglasa iz članka 7. stavka 1. točke: 6., 8., 9., 10. i 12., može podnijeti fizička ili pravna osoba koja ima registriranu gospodarsku djelatnost, udruga, javna ustanova i za reklamni predmet iz članka 7. stavak 1. točka 1. koji se postavlja na zemljišta ili objekte u vlasništvu drugih pravnih i fizičkih osoba ili upravitelja.

(2) Zahtjev za postavljanje reklamnih predmeta s promjenjivim oglasnim sadržajem iz članka 7. stavka 1. točke: 3., 4., 7., 13., 15., 16., 17., 18. i 19. za potrebe komercijalnih oglašavanja, na zemljištima i objektima koji su u vlasništvu drugih pravnih ili fizičkih osoba može podnijeti fizička ili pravna osoba s registriranom djelatnosti za komercijalno oglašavanje uz dokaz o pravu korištenja površine na kojoj se postavlja reklamni predmet za komercijalno oglašavanje.

(3) Zahtjev za postavljanje reklamnih predmeta s točno utvrđenim oglasnim sadržajem iz članka 7. stavka 1. točke 2., 5., 11. i 14. može podnijeti fizička ili pravna osoba koja ima registriranu gospodarsku djelatnost, udruga, javna ustanova i za reklamni predmet iz članka 7. stavak 1. točka 1. koji se postavlja na javne površine.

(4) Za postavljanje više reklamnih predmeta iste vrste iz stavka 1. i 2. ovog članka, a koji se postavljaju na istoj čestici može se podnijeti jedan zahtjev i isti se dostavlja Komisiji na rad.

(5) Za postavljanje reklamnog predmeta iz stavka 3. ovog članka zahtjevi se ne dostavljaju Komisiji na rad.

(6) Zahtjev za postavljanje reklamnih predmeta na površinama javne namjene, zemljištima i objektima u vlasništvu Grada Splita, a koji su dati na upravljanje trećim osobama (javne ustanove, trgovačka društva i dr.) može podnijeti fizička ili pravna osoba, udruga, javna ustanova i dr. sukladno odredbama ove odluke.

Članak 37.

(1) Uz zahtjev za izdavanje rješenja za postavljanje reklamnog predmeta iz članka 7., stavka 1. točke 1., 2., 5., 11. i 14. ove odluke, podnositelj je dužan priložiti:

- dokaz o registraciji fizičke ili pravne osobe, udruge, javne ustanove i sl.
- mjesto na kojem se postavlja, svrha postavljanja, vremenski rok postavljanja
- tlocrtna dimenzije (površinu) i sadržaj reklamnog predmeta,
- za reklamne putokaze/putokaznu signalizaciju prethodnu suglasnost nadležnog tijela gradske uprave za poslove prometa - potvrdu Upravnog odjela za financijsko upravljanje i kontroling da ne postoji dugovanje prema Gradu Splitu (ne starija od 30 dana), - dodatna dokumentaciju po potrebi (koju zatraži Grad Split)

(2) Uz zahtjev za reklamne predmete iz članka 32. stavak 1. i 6. ove odluke za izdavanje zaključka Gradonačelnika podnositelj zahtjeva dužan je navesti vrstu reklamnog predmeta, lokaciju na koju se postavlja, vrijeme postavljanja i sadržaj oglašavanja.

Članak 38.

Uz zahtjev za izdavanje rješenja za postavljanje reklamnih predmeta iz članka 7. stavka 1. točke 6., 7., 8., 9., 10., i 12., podnositelj je dužan priložiti:

- dokaz o registraciji fizičke ili pravne osobe, udruge, javne ustanove i sl.
- prerin katastarskog plana,
- za nekretnine u vlasništvu drugih fizičkih i pravnih osoba dokaz o pravu korištenja nekretnine (dokaz o vlasništvu ili ovjereni dokaz o pravu korištenja od vlasnika odnosno suvlasnika ili upravitelja),
- za objekte i zemljišta u vlasništvu Grada Splita koji su dati na upravljanje trećim osobama, upravitelj mora ishoditi prethodnu suglasnost od nadležnog gradskog tijela ovisno o djelokrugu rada koja se obavlja (sport, kultura i dr.)
- nacrt i tehnički opis i sadržaj reklamnog predmeta sa foto snimkom mjesta na kojem se postavlja (fotomontaža),
- za reklamni totem i samostojeće reklame površine do 2.99 m², idejni projekt izrađen od ovlaštenog projektanta koji treba sadržavati idejno-tehničko rješenje, smještaj u prostoru prikazan u mjerilu i kotiran, prikaz položaja na kopiji katastarskog plana u mjerilu 1:1000 i statički proračun,
- za osvjetljene reklamne predmete opis priključka na elektromrežu, energetske suglasnost i elaborat svjetlosnog onečišćenja izrađen od ovlaštene osobe,
- potvrdu Upravnog odjela za financijsko upravljanje i kontroling da ne postoji dugovanje prema Gradu Splitu (ne starija od 30 dana),
- za postavljanje reklamnih ormarića za potrebe javnih ustanova u Zoni A priložiti prethodnu suglasnost nadležnog konzervatorskog odjela,
- za kulturno povijesnu cjelinu zona zaštite B priložiti prethodnu suglasnost nadležnog konzervatorskog odjela
- dodatna dokumentaciju po potrebi (koju zatraži Grad Split)

Članak 39.

(1) Uz zahtjev za izdavanje rješenja za postavljanje reklamnih predmeta iz članka 7. stavka 1. točke 3., 4., 13., 15., 16., 18., 19. podnositelj je dužan priložiti:

- dokaz o registriranoj djelatnosti za komercijalno oglašavanje
- prerin katastarskog plana,
- dokaz o vlasništvu ili ovjereni dokaz o pravu korištenja od vlasnika odnosno suvlasnika ili upravitelja.
- za objekte i zemljišta u vlasništvu Grada Splita koji su dati na upravljanje, upravitelj mora ishoditi prethodnu suglasnost od nadležnog gradskog tijela ovisno o djelokrugu rada koja se obavlja (sport, kultura i dr.)

- Idejni projekt izrađen od ovlaštenog projektanta treba sadržavati idejno-tehničko rješenje, smještaj panoa u prostoru (na objektu ili zemljištu) prikaz u mjerilu i kotiran, prikaz položaja reklamnog predmeta na kopiji katastarskog plana u mjerilu 1:1000 i statički proračun,
- za osvijetljene reklamne predmete elektroenergetska suglasnost sa opisom priključka na elektromrežu, energetska suglasnost i elaborat svjetlosnog onečišćenja izrađen od ovlaštene osobe,
- potvrdu Upravnog odjela za financijsko upravljanje i kontroling da ne postoji dugovanje prema Gradu Splitu (ne starija od 30 dana),
- za kulturno povijesnu cjelinu zona zaštite B priložiti prethodnu suglasnost nadležnog konzervatorskog odjela
- dodatna dokumentacija po potrebi (koju zatraži Grad Split)

(2) Za reklamni predmet iz članka 7. stavka 1. točka 19. podnositelj zahtjeva dužan je dostaviti i elaborat sukladno posebnom propisu za ceste u sklopu kojeg će se analizirati utjecaj na sigurnost prometa.

Članak 40.

Uz zahtjev za izdavanje rješenja za postavljanje reklamnog platna površine od 12,0 do 60 m² koji se postavlja na pročelju zgrade/objekta i velikog reklamnog panoa od 12 m² do 60 m² na zemljištima i objektima u vlasništvu drugih pravnih i fizičkih osoba ili upravitelja zgrade podnositelj je dužan priložiti:

- dokaz o registriranoj djelatnosti za obavljanje komercijalnog oglašavanja,
- prerin katastarskog plana,
- dokaz o vlasništvu ili ovjereni dokaz o pravu korištenja od vlasnika odnosno suvlasnika ili upravitelja
- Glavni projekt izrađen od ovlaštenog projektanta ili ukoliko je izdano Rješenje za tipski projekt temeljem članka 77. Zakona o gradnji (Rješenje o tipskom projektu i tipske projekte)
- za osvijetljene reklamne panoe elektroenergetska suglasnost sa opisom priključka na elektromrežu, energetska suglasnost (sastavni dio Glavnog projekta ili Tipskog projekta) i elaborat svjetlosnog onečišćenja izrađen od ovlaštene osobe,
- potvrdu Upravnog odjela za financijsko upravljanje i kontroling da ne postoji dugovanje prema Gradu Splitu (ne starija od 30 dana),
- za kulturno povijesnu cjelinu zona zaštite B priložiti prethodnu suglasnost nadležnog konzervatorskog odjela
- dodatna dokumentacija po potrebi (koju zatraži Grad Split)

III.2. Postupak dodjele putem natječaja

Članak 41.

(1) Lokacije za postavljanje reklamnih predmeta za komercijalno oglašavanje iz članka 7. stavka 1. točke 15., 16., 18. i 19. na površinama javne namjene u vlasništvu Grada Splita određuju se Planom lokacija Grada Splita kojeg donosi Gradsko vijeće na prijedlog nadležnog tijela za površine javne namjene uz mišljenje Komisije, a dodjeljuju se u zakup temeljem javnog natječaja izuzev lokacija koje su date na upravljanje trećim osobama.

(2) Javni natječaj za lokacije iz stavka 1. ovog članka može se raspisati za svaku lokaciju pojedinačno ili za istu vrstu reklamnih predmeta grupno.

(3) Za lokacije iz članka 7. stavka 1. točke 18. – City light vitrine na kojima se oglašavaju sadržaji o informiranju graditeljskom nasljeđu Grada Splita, kulturnom zbivanju, planovima grada ili drugi orijentacijski planovi ne raspisuje se natječaj iste su u nadležnosti gradskog tijela za staru gradsku jezgru i baštinu.

Članak 42.

(1) Plan lokacija sadrži popis lokacija koje se daju u zakup i vrstu reklamnog predmeta koja se postavlja na toj lokaciji.

(2) Lokacije na javnim površinama za postavljanje reklamnih predmeta namijenjenih za komercijalno oglašavanje mogu se dati u zakup do pet (5) godina.

(3) Za zakup lokacije na javnoj površini za postavljanje reklamnih predmeta namijenjenih za komercijalno oglašavanje plaća se zakupnina koja je propisana ovom odlukom.

Članak 43.

(1) Postupak dodjele javne površine u zakup za postavljanje reklamnih predmeta za komercijalno oglašavanje provodi Povjerenstvo za provedbu natječaja za dodjelu javnih površina za postavljanje reklamnih predmeta za komercijalno oglašavanje (u daljnjem tekstu: Povjerenstvo).

(2) Povjerenstvo osniva i imenuje gradonačelnik.

(3) Povjerenstvo ima predsjednika i četiri člana.

(4) Povjerenstvo otvara i razmatra ponude, utvrđuje ispunjavaju li ponude uvjete javnog natječaja, ocjenjuje ponude, predlaže gradonačelniku izbor najpovoljnije ponude i obavlja druge poslove sukladno ovoj odluci.

(5) Nepravodobne i nepotpune ponude Povjerenstvo će zaključkom odbaciti.

- (6) Ponude koje ne ispunjavaju uvjete javnog natječaja, Povjerenstvo će zaključkom odbiti.
- (7) Na zaključak o odbijanju ili odbacivanju ponude, ponuditelj može izjaviti prigovor gradonačelniku u roku 8 dana od dana dostave zaključka.
- (8) Stručne, administrativne i tehničke poslove za Povjerenstvo obavlja osoba koju gradonačelnik imenuje u Povjerenstvo iz gradskog upravnog tijela za zakup površina javne namjene.

Članak 44.

Gradonačelnik raspisuje javni natječaj za dodjelu javne površine u zakup za postavljanje reklamnih predmeta namijenjenih za komercijalno oglašavanje (u daljnjem tekstu: javni natječaj).

Članak 45.

Javni natječaj objavljuje se na službenoj stranici Grada Splita i na oglasnoj ploči gradske uprave, a obavijest o objavi javnog natječaja u dnevnom tisku.

Članak 46.

(1) Javni natječaj sadrži:

1. oznaku lokacije, vrstu reklamnog predmeta određenog Planom lokacija
2. rok na koji se lokacija na javnoj površini daje u zakup,
3. odredbe tko može podnijeti ponudu,
4. visinu jamčevine za ozbiljnost ponuda te uvjete vraćanja jamčevine,
5. početni iznos naknade za svaku lokaciju,
6. odredbu da se za zakup javne površine plaća zakupnina u mjesečnom iznosu,
7. odredbu koja se ponuda smatra najpovoljnijom,
8. potvrde i isprave koje se moraju priložiti uz ponudu,
9. način, mjesto i rok podnošenja ponude,
10. mjesto, dan i sat otvaranja ponuda,
11. odredbu da ponuditelj nema dugovanja prema Gradu Splitu po bilo kojoj osnovi i da nema nepodmirenih dospjelih poreznih obveza,
12. odredbu da će se nepravovremene i nepotpune ponude odbaciti, a ponude koje ne ispunjavaju uvjete odbiti,
13. odredbu o pravu na prigovor,
14. druge potrebne napomene.

Članak 47.

Obavijest o objavi javnog natječaja osobito sadrži:

1. oznaku lokacija i vrstu reklamnog predmeta određenih Planom lokacija,
2. rok na koji se lokacija na javnoj površini daje u zakup,
3. Iznos jamčevine za svaku lokaciju,
4. informaciju gdje se objavljuje javni natječaj.

Članak 48.

- (1) Osobe koje sudjeluju u javnom natječaju moraju uplatiti jamčevinu za ozbiljnost ponude.
- (2) Jamčevina za ozbiljnost ponude je tromjesečni iznos naknade propisane ovom odlukom za lokaciju i vrstu reklamnog predmeta za koju se ponuda daje.

Članak 49.

Ponudu mogu podnijeti fizičke ili pravne osobe koje imaju registriranu djelatnost za komercijalno oglašavanje.

Članak 50.

Povjerenstvo će odbiti ponudu ponuditelja koji je po bilo kojoj osnovi dužnik Grada Splita i koji ima nepodmirenih dospjelih poreznih obveza.

Članak 51.

- (1) Ponuda se podnosi u roku 15 dana od dana objave javnog natječaja.
- (2) Ponuda se podnosi u pisanom obliku Povjerenstvu u zatvorenoj omotnici s naznakom: „NE OTVARAJ – JAVNI NATJEČAJ ZA DODJELU JAVNE POVRŠINE U ZAKUP ZA POSTAVLJANJE REKLAMNIH PREDMETA ZA KOMERCIJALNO OGLAŠAVANJE“ preporučenom pošiljkom ili neposrednom predajom u centralnu pisarnicu gradske uprave.

Članak 52.

Pisana ponuda za javni natječaj mora sadržavati:

- osnovne podatke o ponuditelju/pravnoj ili fizičkoj osobi (naziv ili osobno ime, adresa odnosno sjedište, OIB, IBAN, kontakt telefon, E-mail i drugo),
- izvadak iz sudskog i drugog odgovarajućeg registra o registriranoj djelatnosti za komercijalno oglašavanje u izvorniku ili ovjerenoj preslici ne starije od 30 dana od objave javnog natječaja,
- oznaku lokacije i vrstu reklamnog predmeta određenog Planom za koju se daje,
- dokaz da je uplaćena jamčevina za sudjelovanje u javnom natječaju za svaku lokaciju,
- ponuđeni iznos naknade za svaku lokaciju koji ne može biti niži od početnog iznosa
- izvornik ili ovjerenu presliku potvrde o stanju poreznog duga ponuditelja što ju je izdala nadležna porezna uprava Ministarstva financija ne starije od 30 dana od dana objave javnoga natječaja,
- izvornik ili ovjerenu presliku potvrde o nepostojanju duga ponuditelja s osnove potraživanja Grada Splita izdane od gradskoga upravnog tijela nadležnoga za financije ne stariju od 30 dana od dana objave javnoga natječaja,
- drugu potrebnu dokumentaciju određenu javnim natječajem.

Članak 53.

Najpovoljnija ponuda za dodjelu lokacije na javnoj površini u zakup za postavljanje reklamnih predmeta namijenjenih za komercijalno oglašavanje je ponuda koja ispunjava uvjete javnog natječaja i koja sadrži najviši ponuđeni iznos naknade.

Članak 54.

Ako dva ili više ponuditelja ponude jednak iznos za istu lokaciju i ispunjavaju uvjete javnoga natječaja, Povjerenstvo će pozvati ponuditelje da u roku od 24 sata pisanim putem, u zatvorenoj omotnici, ponude novi iznos. Povjerenstvo će u nazočnosti ponuditelja otvoriti ponude i predložiti najpovoljniju ponudu.

III.2.1. Javno otvaranje ponuda

Članak 55.

(1) Javnom otvaranju ponuda imaju pravo prisustvovati ponuditelji ili njihovi ovlašteni opunomoćeni predstavnici uz predočenje pisanog dokaza o ovlasti.

O javnom otvaranju ponuda vodi se zapisnik kojim se utvrđuje:

- imena članova Povjerenstva, ponuditelja i ovlaštenih predstavnika,

- vrijeme i mjesto otvaranja ponuda,
- broj podnesenih ponuda,
- broj podnesenih ponuda u roku i izvan roka,
- isprave, potvrde i druga dokumentacija priložena uz ponudu.

(2) O postupku javnog otvaranja ponuda Povjerenstvo sastavlja zapisnik kojeg potpisuju članovi Povjerenstva.

Članak 56.

- (1) Na prijedlog Povjerenstva gradonačelnik donosi zaključak o izboru najpovoljnije ponude.
- (2) Gradonačelnik može u interesu Grada Splita na prijedlog Povjerenstva, bez obrazloženja, zaključkom poništiti cijeli javni natječaj ili u dijelu za pojedinu lokaciju.
- (3) Zaključci iz stavaka 1. i 2. ovoga članka dostavljaju se svim ponuditeljima u roku od 30 dana od dana javnog otvaranja ponuda.
- (4) Na zaključak iz stavka 1. ovog članka može se gradonačelniku izjaviti prigovor u roku 8 dana od dana dostave zaključka, dostava zaključka putem elektroničke pošte smatra se uredno obavljenom dostavom.
- (5) Gradonačelnik može prigovor iz stavka 4. ovoga članka odbaciti, odbiti ili usvojiti.
- (6) Gradonačelnikov zaključak iz stavka 5. ovoga članka je konačan.

Članak 57.

- (1) Ponuditelju čija ponuda nije prihvaćena, uplaćena jamčevina ponude vraća se najkasnije u roku 45 dana od dana konačnosti zaključka.
- (2) Ako ponuditelj čija je ponuda utvrđena kao najpovoljnija ne sklopi ugovor o zakupu javne površine ili ako odustane od sklapanja ugovora nema pravo na povrat jamčevine za ozbiljnost ponude.

III.2.2. Ugovor o zakupu

Članak 58.

- (1) Pravna ili fizička osoba na temelju konačnog zaključka iz članka 56. stavka 1. ove Odluke s Gradom Splitom sklapa ugovor o zakupu javne površine u roku od 8 dana od dana dostave zaključka.
- (2) Ugovor o zakupu javne površine iz stavka 1. ovoga članka u ime Grada Splita sklapa gradonačelnik, odnosno osoba koju on ovlasti.

(3) Ako osoba iz stavka 1. ovoga članka ne pristupi potpisivanju ugovora, odnosno svoj izostanak ne opravda u roku od 8 dana od dana dostave zaključka, smatrat će se da je odustala od sklapanja ugovora, a zaključak o izboru njegove ponude kao najpovoljnije stavlja se izvan snage.

(4) Ako ponuditelj čija je ponuda utvrđena kao najpovoljnija svoj izostanak opravda, odredit će mu se novi rok za sklapanje ugovora koji ne može biti duži od 20 dana od dana dostave obavijesti o produženju roka, a ako ni u tome roku ne pristupi sklapanju ugovora, smatrat će se da je odustao od sklapanja ugovora, a zaključak o izboru njegove ponude kao najpovoljnije stavlja se izvan snage.

(5) Ponuditelju čija je ponuda utvrđena kao najpovoljnija uplaćena jamčevina za ozbiljnost ponude uračunava se u ponuđeni iznos naknade za lokaciju.

(6) Ako ponuditelj čija je ponuda utvrđena kao najpovoljnija ne pristupi sklapanju ugovora prema stavcima 3. i 4 ovoga članka, gradonačelnik može, na prijedlog Povjerenstva, izabrati sljedeću najpovoljniju ponudu.

Članak 59.

(1) Ugovor o zakupu se sklapa u formi javnobilježničkog akta i sadrži:

1. osnovne podatke o ugovornim stranama,
2. lokaciju i vrstu reklamnog predmeta koji se postavlja na javnu površinu,
3. rok na koji se ugovor sklapa,
4. iznos zakupnine, način i rok plaćanja,
5. odredbu o zabrani davanja lokacije u podzakup,
6. odredbu o prestanku ugovora, obvezi uklanjanja reklamnog predmeta te vraćanje lokacije u prvobitno stanje,
7. mjesto i vrijeme sklapanja ugovora te potpis ugovornih strana, 8. i drugo.

(2) Ugovor o zakupu, može se, sklopiti kao ovršna isprava u smislu Zakona o javnom bilježništvu o trošku zakupnika.

Članak 60.

Ugovor prestaje važiti:

1. istekom roka na koji je sklopljen,
2. raskidom,
3. danom izvršnosti rješenja komunalnog redarstva o uklanjanju reklamnog predmeta s javne površine,
4. i u drugim slučajevima određenim ugovorom.

Članak 61.

(1) Grad Split će jednostrano raskinuti ugovore i prije isteka roka na koji je sklopljen, ako nakon pisane opomene zakupnik:

- ne postavi reklamni predmet sukladno odredbi ugovora, odnosno odredbi ove odluke
- ne plati tri dospjele zakupnine,
- ne postupi sukladno rješenju komunalnog redarstva.

(2) Ako Grad Split raskine ugovor zbog razloga skrivljenih od strane zakupnika, zakupnik nema pravo na zamjensku lokaciju niti na naknadu štete.

Članak 62.

(1) Grad Split može jednostrano raskinuti ugovor o zakupu javne površine ako javnu površinu namjerava koristiti za sadržaje koji su od interesa za Grad Split, a nisu se mogli predvidjeti u vrijeme sklapanja ugovora, ako javnu površinu namjerava privesti drugoj namjeni ili ako Grad svojom odlukom zabrani ili onemogućiti korištenje javne površine za postavljanje reklamnih predmeta namijenjenih za komercijalno oglašavanje.

(2) U slučaju iz stavka 1. ovoga članka, na zahtjev zakupnika, gradonačelnik može na Prijedlog Povjerenstva neposredno dodijeliti zamjensku lokaciju za postavljanje reklamnog predmeta.

(3) Povjerenstvo će predložiti zamjensku lokaciju iz stavka 2. ovoga članka sukladno Planu lokacija cijeneći pri tome okolnosti ugovora koji se raskida (rok važenja ugovora koji se raskida, veličinu oglasne površine reklamnog predmeta i vrstu reklamnog predmeta), uz uvjet da zakupnik nema dugovanja prema Gradu Splitu po bilo kojoj osnovi i po potrebi druge okolnosti koje utječu na međusobna prava i obveze Grada Splita i zakupnika.

Članak 63.

Nakon prestanka zakupa javne površine, zakupnik je dužan u roku od osam (8) dana lokaciju na javnoj površini dovesti u prvobitno stanje i predati je u posjed Gradu Splitu.

IV. KRITERIJI ZA ODREĐIVANJE NAKNADE ZA OGLAŠAVANJE NA REKLAMNIM PREDMETIMA

Članak 64.

Visina naknade za oglašavanje na reklamnih predmeta na području Grada Splita utvrđuje se u Tabeli kako slijedi:

	VRSTA REKLAMNIH PREDMETA ZA POTREBE OGLAŠAVANJA	NAČIN OBRAČUNA m ² ili kom	VISINA NAKNADE EUR
1.	reklamne zastave	mjesečno/kom.	17,00
2.	Plakati	mjesečno/m ²	4,00
3.	reklamna platna na građevinskim skelama, ogradama i građevinama u izgradnji	mjesečno/ m ²	9,00
4.	reklamna platna na pročelju zgrade/objekta	mjesečno/ m ²	9,00
5.	Transparenti	dnevno/ m ²	9,00
6.	reklamni ormarići	mjesečno/ m ²	26,00
7.	oslikane reklamne poruke (na pročeljima, ogradnim zidovima)	mjesečno/ m ²	14,00

VRSTA REKLAMNIH PREDMETA ZA POTREBE OGLAŠAVANJA		NAČIN OBRAČUNA m ² ili kom	VISINA NAKNADE EUR
8.	reklamni natpis	mjesečno/ m ²	35,00
9.	samostojeće reklame površine do 2,99 m ²	mjesečno/ m ²	35,00
10.	reklamni totemi	mjesečno/ m ²	26,00
11.	Reklamni putokazi	mjesečno/kom.	35,00
12.	Samostojeća pokretna reklama (sendvič-reklama, rolo platno i sl.)	mjesečno/ m ²	35,00
13.	Reklamni pano kao ograda gradilišta do 11,99 m ²	mjesečno/ m ²	9,00
14.	Reklamno vozilo	dnevno/kom.	249,00
15.	Reklamni pano od 3,0 m ² do 5,99 m ²	mjesečno/ m ²	12,00
16.	Reklamni pano od 6,0 m ² do 11,99 m ²	mjesečno/ m ²	20,00
17.	Veliki reklamni pano od 12,0 m ² do 60,0 m ² (samostojeći i na objektima)	mjesečno/ m ²	20,00
18.	Jednostrane reklamne vitrine - City light (samostojeće i na objektima)	mjesečno/ kom.	43,00
19.	Dvostrane reklamne vitrine - City light	mjesečno/ kom.	86,00
20.	Reklamni uređaji i konstrukcije - reklamni predmet koji ima mehanizam za pokretanje predmeta ili slike prisma vision, trivision	mjesečno/ m ²	35,00
	display	mjesečno/ m ²	35,00
	reklamne konstrukcije i slično	mjesečno/ m ²	35,00

Članak 65.

- (1) Za postavljanje reklamnog predmeta podnosi se pojedinačni zahtjev za svaki reklamni predmet. Za reklamne predmete iz članka 64. točka 1., 2., 5., 11. i 14. tabelarnog prikaza ove odluke zahtjev se može podnositi i za više reklamnih predmeta.
- (2) Podnositelji zahtjeva dužni su kod podnošenja zahtjeva uplatiti upravnu pristojbu za izdavanje Rješenja temeljem Zakona o upravnim pristojbama.
- (3) Na rad Komisiji ne dostavljaju se na razmatranje zahtjevi za reklamne predmeta iz članka 64. točka 2., 5., 11. i 14. tabelarnog prikaza ove odluke i članka 64. točka 1. tabelarnog prikaza ukoliko se zahtjev rješava sukladno članku 32. stavak 1. ove Odluke.
- (4) Rješenje kojim se odobrava postavljanje reklamnih predmeta na zemljištima, zidovima i objektima u vlasništvu Grada Splita i na zemljištima i objektima u korištenju Grada Splita izdaje se na rok do tri (3) godine, sukladno odredbama ove Odluke.
- (5) Rješenje kojim se odobrava postavljanje reklamnih predmeta za komercijalno reklamiranje na zemljištima i objektima u vlasništvu drugih fizičkih i pravnih osoba izdaje se sukladno odredbama ove odluke odnosno ovisno o uvjetima prema priloženoj dokumentaciji na rok do četiri (4) godine.
- (6) Rješenje kojim se odobrava postavljanje reklamnih predmeta za oglašavanje poruka ili oglasa za vlastite potrebe poslovnog subjekta na zemljištima i objektima u vlasništvu drugih fizičkih i pravnih osoba izdaje se na rok do pet (pet) godina sukladno odredbama ove odluke.
- (7) Ukoliko postoji dugovanje podnositelja zahtjeva fizičke ili pravne osobe ne može se izdati Rješenje.

Članak 66.

- (1) Naknada za postavljanje reklamnih predmeta obračunava se množenjem veličine reklamne površine (m²) ili broju komada, vremenskog razdoblja (broj dana) postavljanja reklamnih predmeta i jediničnog iznosa visine naknade utvrđene u tabelarnom prikazu ove Odluke. Reklamna površina je svaka strana reklamnog predmeta na kojoj se vrši oglašavanje.
- (2) Naknada za komercijalno oglašavanje na reklamnim predmetima na zemljištima i objektima u vlasništvu drugih fizičkih i pravnih osoba iznosi 20% od jediničnog iznosa visine naknade utvrđene u tabelarnom prikazu ove Odluke.
- (3) Za postavljanje osvjetljenih reklamnih predmeta naknada se uvećava za 20% od jediničnog iznosa visine naknade utvrđene u tabelarnom prikazu ove Odluke.
- (4) Ukoliko visina naknade temeljem zakona postane usluga koja podliježe oporezivanju, iznos naknade se uvećava za iznos poreza, po ispostavljenim računima.
- (5) Ukoliko se visina naknade utvrđena ovom odlukom izmijeni, izmjene se mogu primjenjivati na sve obveznike po izdanim rješenjima.

(6) Visina naknade postignuta javnim natječajem ne može se mijenjati za razdoblje na koje se putem natječajnog postupka odobrava postavljanje reklamnih predmeta.

(7) Gradonačelnik može posebnim Zaključkom odrediti nižu visinu naknade koja je različita od visine naknade iz ove odluke ako se radi o sadržaju od interesa za Grad Split.

(8) Sadržaj oglašavanja od interesa Grad Split iz stavka 7. ovog članka utvrđuje nadležno gradsko tijelo ovisno o vrsti oglašavanja (humanitarnom, gospodarskom, turističkom, kulturnom, sportskom i dr.).

(9) Sadržaj od interesa grada Splita ne može biti komercijalo oglašavanje.

(10) Naknadu za City light vitrine iz članka 26. stavka 10. i 11. ove odluke obračunava sukladno Ugovoru i izdaje račun nadležno gradsko tijelo za promet i održavanje za zamjenske lokacije naknada se obračunava sukladno članku 64. točka 20. tabelarnog prikaza ove Odluke.

(11) Za City light vitrine o informiranju graditeljskom nasljeđu Grada Splita, kulturnom zbivanju, planovima grada ili drugim orijentacijskim planovima ne obračunava se naknada i za iste evidenciju vodi nadležno gradsko tijelo za staru gradsku jezgru i baštinu.

V. PRIJELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE

Članak 67.

(1) Ukoliko komunalno redarstvo utvrdi da su obveznici po prestanku važenja rješenja za reklamne predmete iz članka 64. točki 15., 16. 17, 18 i 19. tabelarnog prikaza ove Odluke nastavili koristiti zemljišta, zidove ili objekte u vlasništvu Grada Splita može se sklopiti Sporazum o plaćanju naknade sa postojećim obveznicima do donošenja Plana lokacija sukladno očitovanju komunalnog redarstva ukoliko nemaju dugovanja prema Gradu Splitu.

(2) Plan lokacija mora se donijeti u roku od 12 mjeseci od dana stupanja na snagu ove Odluke.

Članak 68.

(1) Postupci započeti po odredbama odluke o uvjetima i načinu postavljanja reklamnih predmeta na području Grada Splita („Službeni glasnik Grada Splita“, broj 60/20) za koje Komisija za reklame do dana stupanja na snagu ove odluke nije zapisnički donijela mišljenje isti će se nastaviti rješavati sukladno odredbama ove Odluke.

(2) Rješenja koja se izdaju od dana stupanja na snagu ove odluke naknada se obračunava sukladno ovoj Odluci.

(3) Rješenja koja se odnose na reklamne predmete za potrebe oglašavanja na površinama javne namjene u vlasništvu Grada Splita bez utvrđenih rokova, trebaju se uskladiti s odredbama ove odluke odnosno ukoliko se ne mogu uskladiti s odredbama ove odluke ista će se ukinuti.

(4) Rješenja iz stavka 3. ovog članka o ukidanju ili usklađenju donose se temeljem prethodnog mišljenja Komisije.

Članak 69.

Danom stupanja na snagu ove odluke prestaje važiti Odluka o uvjetima i načinu postavljanja reklamnih predmeta na području Grada Splita („Službeni glasnik Grada Splita“, broj 60/20) i Odluka o određivanju naknade za postavljanje reklamnih predmeta na području Grada Splita („Službeni glasnik Grada Splita“, broj 10/21).

Članak 70.

Ova Odluka stupa na snagu osmog dana od dana objave u “Službenom glasniku Grada Splita”.



DOSTAVITI:

1. Gradonačelniku, ovdje
2. Ministarstvu prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine, Ulica Republike Austrije 20, 10000 Zagreb
3. Upravnom odjelu za komunalne poslove, n/p pročelnice po ovlaštenju Leone Grgić, ovdje
4. Upravnom odjelu za komunalne poslove, Odsjeku za površine javne namjene, n/p voditeljice Natali Ribičić, ovdje
5. Upravnom odjelu za komunalne poslove, Odsjeku za redarstvo, n/p voditelju Josipu Gabelici, ovdje
6. Uredništvu „Službenog glasnika Grada Splita“, ovdje
7. Pismohrani, ovdje