

*KLASA: 940-06/11-01/00971  
URBROJ: 2181/01-01-11-03  
Split, 14. studenoga 2011. godine*

*Na temelju članka 52. Statuta Grada Splita („Službeni glasnik Grada Splita“, broj 17/09 i 11/10) i članka 16. Odluke o komunalnom redu („Službeni glasnik Grada Splita“, broj 11/11), Gradonačelnik Grada Splita, dana 14. studenoga 2011. godine, donosi*

### **PRAVILNIK**

***o uvjetima za postavljanje i kriterijima za određivanje naknade za postavljanje reklamnih predmeta i natpisa na području grada Splita***

#### **I. PREDMET REGULIRANJA**

##### *Članak 1.*

*Ovim Pravilnikom utvrđuju se:*

- opći uvjeti za postavljanje natpisa i reklamiranih predmeta na području grada Splita vodeći pri tom računa o načinu i uvjetima očuvanja javnih površina na području grada,*
- obaveza ishodenja odobrenja za postavljanje natpisa i reklamnih predmeta za sve površine na području grada Splita,*
- kriterije za određivanje naknade za postavljanje natpisa i reklamnih predmeta.*

#### **II. REKLAMNI PREDMETI**

##### *Članak 2.*

*Pod reklamiranjem se podrazumijeva postavljanje predmeta čija je svrha isticanje reklamnih poruka i oglašavanje (u daljnjem tekstu: reklamni predmeti), na površinama koje su za to namijenjene.*

*Reklamni predmeti čija je svrha isticanje reklamnih sadržaja i oglašavanje u smislu ovog Pravilnika, jesu:*

1. reklamne zastave
2. plakati
3. reklamna platna na građevinskim
  1. skelama, ogradama i građevinama u izgradnji
4. reklamna platna na pročelju zgrade
5. transparenti
6. reklamni ormarići
7. oslikane reklamne poruke (na pročeljima, zidovima, ogradama, prometnicama i slično)
8. reklamni natpis, reklamne ploče
9. samostojeće reklame
10. reklamni totemi
11. putokazna signalizacija
12. samostojeće pokretne reklame (sendvič reklame i sl.)
13. osvijetljene reklamne vitrine (City light)
14. veliki reklamni panoi kao ograda gradilišta ili zemljišta koje nije privedeno namjeni
15. reklamni pano do 6 m<sup>2</sup>
16. veliki reklamni pano od 6m<sup>2</sup> do 12m<sup>2</sup>
17. jumbo reklamni pano (billboard) od 12m<sup>2</sup> do 60m<sup>2</sup>
18. reklamni uređaji i konstrukcije (prisma vision, trivision, display, jednostrani, dvostrani), jednostrane svjetleće reklame, svjetleća reklama (zeleni križ s neonskom rasvjetom), reklamne konstrukcije i slično
19. reklamno vozilo

### **1. Opći uvjeti i postupak za postavljanje natpisa i reklamnih predmeta**

#### *Članak 3.*

*Reklamni predmeti na području grada Splita postavljaju se na temelju odobrenja upravnog tijela nadležnog za komunalne poslove.*

*Zabranjeno je postavljanje reklamnih predmeta bez odobrenja, odnosno suprotno odobrenju iz stavka 1. ovog članka.*

*Zahtjev za postavljanje natpisa i reklamnih predmeta može podnijeti fizička osoba i pravna osoba sa registriranom djelatnošću.*

*Zahtjev za postavljanje reklamnih predmeta u reklamne svrhe, na površinama koje su u vlasništvu drugih fizički i pravnih osoba a nisu u vlasništvu podnositelja zahtjeva, može postaviti fizička ili pravna osoba sa registriranom djelatnosti za komercijalno oglašavanje.*

*Lokacije na javnim površinama i na neizgrađenom zemljištu u vlasništvu Grada Splita za postavljanje velikih reklamnih panoa i jumbo reklamnih panoa (billboarda) dodjeljuju se temeljem javnog natječaja.*

*Odluku o raspisivanju natječaja i tekst natječaja donosi Gradonačelnik sukladno Planu reklamnih mjesta na javnim površinama.*

*Na natječaj se mogu javiti fizičke i pravne osobe registrirane za obavljanje djelatnosti za komercijalno oglašavanje.*

#### Članak 4.

*Reklamni predmeti iz članka 2., uz javne prometnice i na površinama uz glavne gradske prometnice u naseljima, ne smiju svojim oblikom i položajem zatvarati vidik, sprječavati redovni promet te ugrožavati sigurnost pješaka i vozača.*

*Reklamni predmeti iz članka 2. ovog Pravilnika moraju biti čitljivi, estetski oblikovani, jezično ispravni, uredni te primjerenog i neuvredljivog sadržaja.*

#### Članak 5.

*Na području grada Splita, postavljanje reklamnog predmeta nije dozvoljeno na:*

- građevini koja se štiti kao kulturno dobro, osim pod uvjetima propisanim ovim Pravilnikom i uz prethodnu dozvolu i mišljenje tijela državne uprave za zaštitu kulturne i prirodne baštine,*
- mjestu gdje bi načinom postavljanja, dimenzijama, oblikom ili izgledom bila ugrožena sigurnost sudionika u prometu i/ili zaklonjena postojeća prometna i putokazna signalizacija,*
- mjestu gdje bi načinom postavljanja, dimenzijama ili oblikom bilo onemogućeno održavanje zelenih i drugih javnih površina.*
- na postojećim prometnim znakovima, semaforskim stupovima i semaforskim uređajima.*

#### Članak 6.

*U zoni raskrižja (između pješačkih prijelaza) te u zelenom razdjelnom pojasu prometnice nije dozvoljeno postavljanje reklamnog predmeta.*

*Izuzetno od odredbe stavka 1. ovoga članka, dozvoljeno je postavljanje reklamnog predmeta na pročelju građevine unutar zone raskrižja, te reklamnog predmeta u zelenom razdjelom pojasu prometnice uz prethodnu suglasnost tijela nadležnog za poslove prometa.*

*Reklamni predmet koji se postavlja okomito na os prometnice potrebno je postaviti izvan zone raskrižja.*

*Izuzetno od odredbe stavka 1. ovoga članka, reklamni predmet koji se postavlja na stup javne rasvjete dozvoljeno je postaviti neposredno izvan zone raskrižja.*

#### Članak 7.

*Grad Split može povjeriti poslove reklamiranja na stupovima javne rasvjete vlastitom trgovačkom društvu.*

*Način postavljanja reklamnog sadržaja na stupove javne rasvjete regulira se pravilnikom trgovačkog društva na koji suglasnost daje Gradonačelnik.*

## **2. Komisija za postavljanje reklamnih predmeta na području grada Splita**

## Članak 8.

Gradonačelnik imenuje Komisiju za postavljanje reklamnih predmeta na području grada Splita ( u daljnjem tekstu: Komisija).

Komisija ima predsjednika i pet članova koji imaju zamjenike.

Za članove Komisije imenuje se po jedan djelatnik: tijela nadležnog za javne površine, tijela nadležnog za poslove prometa, tijela nadležnog za poslove hortikulture, tijela za poslove komunalnog redarstva, tijela nadležnog za poslove prostornog planiranja i uređenja i djelatnik državnog tijela nadležnog za poslove zaštite spomenika kulture i prirode (samo za područje stare gradske jezgre).

Predsjednik Komisije rukovodi radom Komisije. U njegovom odsustvu radom Komisije rukovodi njegov zamjenik.

## Članak 9.

Nadležno tijelo za javne gradske površine, preko gradske pisarnice, zaprima zahtjev za postavljanje reklamnog predmeta te potpuni zahtjev dostavlja Komisiji na mišljenje.

Komisija iz članka 8. Ovog Pravilnika nakon izlaska na teren daje mišljenje o mogućnosti postavljanja reklamnog predmeta na lokaciji navedenoj u zahtjevu.

Za rad Komisije iz prethodnog stavka plaća se naknada utvrđena aktom o određivanju naknade za postavljanje reklamnih predmeta na području grada Splita koju donosi Gradonačelnik.

### **3. Uvjeti i kriteriji za postavljanje reklamnih predmeta**

## Članak 10.

Postavljanje reklamnih predmeta na području grada Splita obavlja se u skladu s rješenjem u kojem su definirani uvjeti, vrijeme na koje se izdaje rješenje, visina naknade i način plaćanja.

Fizičke osobe sa registriranom djelatnosti i pravne osobe plaćaju naknadu čija visina se određuje prema:

- reklamnoj površini, odnosno veličini reklamnog predmeta;
- vrsti i tipu reklamnog predmeta koji se postavlja
- prema tome da li se reklamni predmeti postavljaju na javnoj površini, neizgrađenom zemljištu u vlasništvu Grada Splita, objektima u vlasništvu Grada ili na površinama (zemljištu i objektima) u vlasništvu drugih fizičkih i pravnih osoba.

## Članak 11.

Gradonačelnik Grada Splita donosi akt o određivanju naknade za postavljanje reklamnih predmeta na području grada Splita.

Na području cijelog grada Splita utvrđuju se jedinstvene cijene.

## Članak 12.

*Naknada za postavljanje reklamnih predmeta obračunava se dnevno ili mjesečno.*

*Visina naknade, s obzirom na reklamnu površinu reklamnog predmeta, određuje se po m<sup>2</sup> po svakoj reklamnoj površini.*

## Članak 13.

*Za postavljanje velikih reklamnih panoa i jumbo reklamnih panoa (billboarda) Gradonačelnik imenuje Komisiju za provođenje natječaja za dodjelu lokacija na javnim površinama i na neizgrađenom zemljištu u vlasništvu Grada Splita (u daljnjem tekstu: Komisija za natječaj)*

*Komisija za natječaje ima tri člana koju saziva i vodi predsjednik Komisije za natječaje.*

*Na temelju odluke o raspisivanju natječaja iz članka 3. stavak 6. Komisija za natječaje raspisuje javni natječaj za lokacije na javnim površinama i na neizgrađenom zemljištu u vlasništvu Grada Splita za postavljanje velikih reklamnih panoa i jumbo reklamnih panoa (billboarda) (u nastavku teksta: natječaj), provodi postupak natječaja, sačinjava zapisnik te predlaže Gradonačelniku najpovoljniju ponudu, temeljem najvećeg ponuđenog iznosa i drugih uvjeta.*

*Gradonačelnik donosi odluku o odabiru najpovoljnije ponude.*

*Sudionici natječaja biti će obaviješteni o odabiru najpovoljnije ponude u roku od 15 od dana otvaranja ponuda.*

*Obavijest iz prethodnog stavka sadrži i uputu o pravu na podnošenje žalbe Gradskom vijeću Grada Splita u roku od 8 (osam) dana od dana dostave obavijesti.*

*Nakon što odluka iz stavka 4. ovog članka postane konačna i potpiše se ugovor o zakupu lokacije upravno tijelo nadležno za komunalne poslove izdat će rješenje iz članka 10. stavka 1. ovog Pravilnika.*

*Natječaj se objavljuje u dnevnom tisku.*

*Tekst natječaja sadrži:*

- 1. oznaku i površinu za dodjelu lokacije;*
- 2. namjenu i vrijeme na koje se lokacija dodjeljuje;*
- 3. pravo sudjelovanja u natječaju imaju pravne i fizičke osobe sa registriranom djelatnošću za komercijalno oglašavanje na području Republike Hrvatske;*
- 4. mjerilo za izbor najpovoljnije ponude;*
- 5. novčani iznos kao jamčevinu (u nastavku teksta: jamčevina) za sudjelovanje na natječaju;*
- 6. iznos početne cijene za svaku lokaciju za koju se raspisuje natječaj;*
- 7. naslov kojemu se podnosi pisana ponuda, rok za podnošenje i način predaje pisane ponude;*
- 8. potvrda upravnog tijela nadležnog za financije Grada Splita da podnositelj nema dugovanja;*
- 9. vrijeme i mjesto otvaranja pisane ponude;*

10. odredbu da se sa ponuditeljem za kojeg je utvrđeno da postoje dugovanja po bilo kojoj osnovi prema Gradu Splitu njegova ponuda neće razmatrati;

11. odredbu da se nepotpuna i nepravodobna ponuda za izbor najpovoljnijeg ponuđača neće razmatrati.

Rok za podnošenje ponude je trideset (30) dana od dana objave natječaja u dnevnom tisku.

Ponude na natječaj upućuju se Komisiji za natječaj neposredno putem pisarnice ili preporučenom pošiljkom, u zatvorenoj omotnici, s naznakom "Za natječaj".

Pisana ponuda za sudjelovanje na natječaju mora sadržavati:

- osnovne podatke o pravnoj ili fizičkoj osobi sa registriranom djelatnosti za komercijalno oglašavanje koja se natječe (ime, prezime, adresa fizičke osobe, preslik osobne iskaznice ili putovnice, naziv i sjedište obrta i OIB, telefon i žiro-račun odnosno naziv i sjedište pravne osobe i OIB, telefon i žiro-račun)

- oznaku lokacije za koju se daje ponuda na natječaj;

- izvornik ili ovjereni preslik rješenja o upisu u sudski registar za pravne osobe izvornik ili ovjereni preslik obrtnice, izvadak iz obrtnog registra (ne stariji od 30 dana) za fizičku osobu sa registriranom djelatnosti za komercijalno oglašavanje te izvornik ili ovjereni preslik rješenja o registraciji za udruge građana;

- dokaz o tome da je natjecatelj uplatio jamčevinu za sudjelovanje na natječaju.

- potvrdu upravnog tijela nadležnog za financije Grada Splita da podnositelj nema dugovanja.

Natjecateljima čije ponude nisu prihvaćene jamčevina će se vratiti uplatom na račun natjecatelja, nakon dovršenja natječaja, a najkasnije u roku od 45 dana od odabira najpovoljnijeg ponuđača.

Natjecatelju čija je ponuda utvrđena kao najpovoljnija, odnosno koji ponudi najveći iznos, uplaćena jamčevina uračunava se u utvrđeni iznos naknade za lokaciju.

Ako natjecatelj čija je ponuda najpovoljnija odustane od natječaja, nema pravo na povrat uplaćene jamčevine, a nadležno tijelo može izabrati, drugu po redu, najpovoljniju ponudu, odnosno poništiti natječaj za tu lokaciju i/ili raspisati novi natječaj.

Postupak otvaranja ponude počinje u vrijeme i na mjestu određenom u natječaju.

Postupku otvaranja ponuda imaju pravo prisustvovati natjecatelji koji su podnijeli ponude ili njihovi opunomoćeni predstavnici.

Prije otvaranja ponuda zapisnički će se utvrditi:

- prisutnost članova Komisije za natječaje koja provodi postupak natječaja;

- vrijeme i mjesto otvaranja pisanih ponuda;

- je li natječaj propisno objavljen;

- koliko je ponuda predano u roku;

- koji ponuđači, odnosno njihovi ovlaštteni predstavnici prisustvuju otvaranju ponuda.

Ponude se otvaraju javno, a podaci iz ponude unose se u zapisnik.

Nakon što se ponude otvore, utvrđuje se dokumentacija koja je prilog ponudi.

Ponude natjecatelja koje nisu podnesene u roku, ponude natjecatelja koji imaju dugovanja prema Gradu Splitu i ponude koje nisu potpune neće se razmatrati.

*Gradonačelnik zadržava pravo poništenja natječaja ili dijela natječaja, ako je to u interesu Grada Splita.*

*Nakon što odluka o izboru najpovoljnijeg ponuditelja postane konačna ponuditelj se poziva da u roku od 8 (osam ) dana od dana dostave poziva potpiše ugovor o zakupu lokacije i nakon predočjenja uplate za prva tri mjeseca preuzme rješenje iz članka 10. stavka 1. ovog Pravilnika.*

*Ukoliko najpovoljniji ponuditelj u roku iz prethodnog stavka ne potpiše ugovor i ne preuzme smatra se da je odustao te će se pozvati na zaključenje ugovora slijedeći najpovoljniji ponuditelj.*

*Plan reklamnih mjesta na javnim površinama i neizgrađenom građevinskom zemljištu u vlasništvu Grada Splita za velike reklamne i jumbo reklamne panoje (billboarde) donosi Gradonačelnik na prijedlog stručnog tijela kojeg osniva i imenuje Gradonačelnik.*

#### *Članak 14.*

*Visina naknade u iznosu 20% od iznosa naknade utvrđene Zaključkom o određivanju naknade za postavljanje reklamnih predmeta na području Grada Splita, plaća fizička i pravna osoba za postavljanje reklamnih predmeta na zemljištu i objektima u vlasništvu drugih fizičkih i pravnih osoba.*

*Naknadu iz stavka 1. ovog članka plaća pravna ili fizička osoba registrirana za komercijalno reklamiranje proizvoda, usluga i djelatnosti za pojedine naručitelje ako reklamne predmete postavlja na zemljišta i objekte u vlasništvu drugih fizičkih i pravnih osoba ili reklamiranje vrši na kioscima i pokretnim napravama koji se privremeno nalaze na javnim površinama temeljem Rješenja o zakupu javno površine.*

*Naknadu iz stavka 1. ovog članka ne plaća pravna i fizička osobe za postavljanje natpisa i reklamnog predmeta na zemljištu i objektima u svom vlasništvu ako reklamira vlastitu djelatnost isticanjem naziva tvrtke i drugih podataka vezanih za obavljanje djelatnosti.*

*Iznimno od stavka 3. naknadu iz stavka 1. ovog članka u iznosu od 20% plaća pravna i fizička osobe za postavljanje reklamnog natpisa na objektima u svom vlasništvu (ili uz pisanu suglasnost vlasnika) ukoliko dubina reklamnog natpisa na fasadi prelazi 0,20m iznad javne površine.*

*Za tvrtke koje posluju unutar shopping centra se na plaća naknada iz stavka 1. ovog članka ukoliko se reklamni predmeti postavljaju unutar granica zemljišta shopping centra.*

#### *Članak 15.*

*Naknade za postavljanje reklamnih predmeta na javne površine i objekte u vlasništvu i posjedu Grada Splita za pravnu osobu kojoj je Grad povjerio obavljanje poslova reklamiranja određuje se posebnim aktom Gradonačelnika Grada Splita.*

#### Članak 16.

*Gradonačelnik Grada Splita može odobriti privremeno korištenje javne površine bez naknade do 30 dana za postavljanje reklamnih predmeta za isticanje obavijesti o humanitarnim, kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama od posebnog značenja za Grad Split.*

*Gradonačelnik Grada Splita može odobriti političkim strankama i nezavisnim kandidatima koji sudjeluju na izborima privremeno korištenje javne površine bez naknade do 30 dana za postavljanje transparentata i plakata u svrhu njihove izborne promidžbe.*

#### **4. Natpisi**

#### Članak 17.

*Natpis je svaka oznaka s imenom poslovnog subjekta, obrta, imenom poslovnog prostora ili obavijest o djelatnosti koja se obavlja u poslovnom prostoru, a postavlja se na ulično pročelje zgrade u kojoj se nalazi poslovni prostor, uglavnom na slobodnom dijelu zida iznad ulaza u objekt, u svrhu pružanja informacija o poslovnom prostoru u objektu.*

*Natpis se postavlja na građevinu plošno-paralelno s linijom pročelja kao pojedinačna ili zajednička ploča za više korisnika, izrađena od metala, plastike, stakla i drugog materijala.*

*Natpis mora biti tehnički i estetski oblikovan i uredan, a ispisani tekst jezično ispravan te primjerenog i neuvredljivog sadržaja.*

*Dimenzija natpisa može biti do 0,5 x 1,00 m, a za više korisnika svaki natpis dimenzije do 24 x 60 cm koji se postavljaju se na zajedničku podlogu izvedenu od kvalitetnog materijala (staklo ili kvalitetni imitati stakla, drvo, željezo, bronca i sl.)*

*Dubina natpisa postavljenog na fasadu objekta može biti do 20 cm ukoliko se radi o natpisu koji se nalazi poviše javne površine.*

#### Članak 18.

*Natpis iz članka 17. se postavlja bez odobrenja nadležnog upravnog tijela i ne plaća se naknada.*

#### Članak 19.

*Vlasnik, odnosno korisnik poslovnog prostora dužan je ukloniti Natpis u roku od 15 dana od prestanka obavljanja djelatnosti, odnosno prestanka korištenja poslovnog prostora.*

#### **5. Reklamni predmeti**

#### Članak 20.

*Reklamne predmete može se postavljati na zemljišta i objekte sukladno odredbama ovog Pravilnika.*



*Reklamni predmeti se svojim oblikom, materijalom, dimenzijama moraju uklopiti u postojeće okruženje.*

*Reklamne predmete dopušteno je postavljati na zemljištu i objektima na području Grada Splita samo na temelju rješenja iz članka 3., stavka 1. ovog Pravilnika.*

#### *Članak 21.*

*Uz zahtjev za izdavanje rješenja za postavljanje reklama podnositelj je dužan priložiti:*

- dokaz iz članka 3., stavka 3. i 4. ovog Pravilnika*
- idejni projekt izrađen od ovlaštenog projektanta za reklami samostojeći pano do 6m2, veliki samostojeći reklamni pano do 12m2 i jumbo reklamni pano (billboard) od 12m2 do 60m2;*
- fotomontažu mjesta na kojem se predmet postavlja;*
- za samostojeće svjetleće reklamne predmete elektroenergetsku suglasnost;*
- dokaz o pravu korištenja nekretnine (dokaz o vlasništvu nekretnine na koju se predmet postavlja, suglasnost vlasnika ili drugi akt o pravu korištenja nekretnine);*
- mišljenje ili suglasnost upravnog tijela nadležnog za zaštitu spomenika kulture i prirode ako se reklama postavlja na prostoru kulturnog dobra, zaštićene kulturno-povijesne cjeline i zaštićenih dijelova prirode;*

*Idejni projekt treba sadržavati: tehnički opis reklame, skicu reklame, položaj reklame u prostoru prikazanu u mjerilu ili kotiranu, prikaz položaja reklame na kopiji katastarskog plana u mjerilu 1:1000 i statički proračun.*

*Rješenjem upravnog tijela odredit će se naknada, mjesto, način postavljanja, izgled, veličina, vrijeme na koji se reklamni predmet postavlja, te drugi uvjeti ovisno o tipu reklamnog predmeta i mjestu postavljanja.*

## **6. Vrste reklamnih predmeta i posebni uvjeti za njihovo postavljanje**

### **6.1 Reklamna zastava**

#### *Članak 22.*

*Reklamna zastava je reklamni predmet koji sadrži reklamni sadržaj.*

*Reklamna zastava se postavlja na samostojeći jarbol.*

*Reklamna zastava može se postaviti i plošno na neaktivni dio pročelja građevine, pod uvjetom da se u visini prizemlja građevine osigura slobodan prostor za prolaz vozila i pješaka.*

## 6.2 Plakati

### Članak 23.

*Pod plakatiranjem se smatra isticanje reklamnih oglasa i obavijesti plakatima na površinama koje su za to namijenjene.*

*Fizička i pravna osoba koja je postavila plakate dužna je plakate koje je postavila sukladno članku 3., stavku 1. i 2. ovog Pravilnika ukloniti najkasnije u roku 3 dana od isteka roka na koji je doneseno rješenje.*

## 6.3 Reklamna platna na građevinskim skelama, ogradama i građevinama u izgradnji

### Članak 24.

*Reklamna platna su zaštitna platna s otisnutom ili oslikanom reklamnom porukom, a postavljaju se na građevinske skele za vrijeme trajanja radova na obnovi pročelja i sanaciji krova ili se razapinju na objekte u izgradnji dok traju radovi, a ne dulje od jedne godine.*

*Reklamni sadržaj na zaštitnom platnu građevinske skele dozvoljeno je postaviti u pravilu iznad prizemlja građevine.*

## 6.4 Reklamna platna na pročelju zgrade

### Članak 25.

*Reklamno platno na pročelju zgrade je reklamni sadržaji koje se nalaze na platnu koje se plošno postavlja na pročelje zgrade.*

*Reklamno platno na pročelju zgrade učvršćuje se sa vlastitim nosačima, a može biti sa ili bez rasyjetnih reflektora.*

## 6.5 Trasparenti

### Članak 26.

*Transparent je predmet za isticanje reklamiranog sadržaja i/ili oglašavanje koji se postavlja razapinjanjem iznad prometnice ili javne površine na način da ne ometa kolni i pješački promet.*

*Transparent može biti izrađen od tkanine, plastificiranog ili sličnog materijala.*

*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.*

*Transparent se može postaviti paralelno ili okomito na cestu ili javnu površinu.*

*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 kao nosač transparenta.*

*Najmanja dozvoljena visina za postavljanje transparenta iznad prometnice ili javne površine iznosi 4,50 m.*

## 6.6 Reklamni ormarići

### *Članak 27.*

*Reklamni ormarić je ostakljena kutija ili izlog manjeg formata namijenjen za reklamiranje vlastitog proizvoda, usluge ili djelatnosti korisnika poslovnog prostora.*

*Najveća dozvoljena dubina reklamnog ormarića iznosi 0,20 m, pod uvjetom da se time ne ometa pješački promet.*

*Reklamni ormarić se postavlja neposredno uz ulaz u objekt ili na pročelje prizemlja objekt.*

*Samostojeći reklamni ormarić može se postaviti u svrhu ekskluzivnog izlaganja proizvoda, isključivo na mjestima gdje nema izloga, a može biti i dubine veće od 0,20 m.*

*Postavljanje samostojećeg reklamnog ormarića većih dimenzija dozvoljeno je neposredno uz ulaz u poslovni prostor.*

*Reklamni ormarić mora biti izrađen od trajnog materijala i ostakljen djelomično ili potpuno s prednje i bočnih strana.*

## 6.7 Oslikane reklamne poruke (na pročeljima, zidovima, ogradama, prometnicama i slično)

### *Članak 28.*

*Oslikana reklamna poruka je svaka reklamni sadržaj izvedena pismoslikarskom tehnikom na pročelju zgrade, ogradama i na javno prometnim površinama.*

*Pismoslikarske tehnike u smislu ovog pravilnika su: ručno oslikavanje, lijepljenje naljepnice, otiskivanje na površinu predmeta i drugo.*

*Oslikani reklamni sadržaj istaknut na pročelju zgrade u svrhu reklamiranja, oglašavanja i pružanja informacija o pravnim subjektima u tim građevinama, postavljaju se prema odredbama za postavljanje Natpisa.*

*Oslikani reklamni sadržaj istaknut na pročelju zgrade i na ogradi, u svrhu komercijalnog reklamiranja i samooglašavanja postavlja se, s obzirom na njegovu veličinu, prema odredbama za postavljanje reklamnih panoa.*

## 6.8 Reklamni natpisi i reklamne ploče

### *Članak 29.*

*Reklamni natpis je natpis koji je veći od 0,5 m visine, 1,0 m dužine ili 0,2m dubine ili veći od skupnog natpisa iz članka 17., stavka 4. ovog Pravilnika je predmet kojim se označava naziv poslovnog prostora, a sastavljen je od slova koja se postavljaju na podlogu ili neposredno na pročelje objekt.*

*Postavljanje reklamnog natpisa dozvoljeno je u zoni prizemlja objekta, iznad ulaza u poslovni prostor, s lijeve ili desne strane ulaza u poslovni prostor te na dijelu otvora pročelja objekta pod uvjetom da se ne narušava svijetli otvor.*

*Na reklamnom natpisu dozvoljeno je postavljanje osvijetljenih elemenata, a uz reklamni naziv može se postaviti i reklamni logo.*

*Postavljanje više reklamnih natpisa mora biti dimenzionalno i položajno usklađeno.*

*Dozvoljeno je postavljanje reklamnih natpisa na konzolnom nosaču izrađenom od kovanog željeza ili sličnog materijala (reklamni stupovi, totemi i slično).*

*Konzolni reklamni natpis može biti istaknut najviše 1m od pročelja objektana koji se postavlja ukoliko je to iz konstruktivnih i prostornih razloga moguće.*

## 6.9 Samostojeća reklama

### *Članak 30.*

*Samostojeća reklama je istaknuti reklamni sadržaj na reklamnoj ploči do 3m<sup>2</sup> izrađenoj od kovanog željeza ili sličnog materijala na samostojećoj konstrukciji postavljana na području grada Splita.*

## 6.10 Reklamni totemi

### *Članak 31.*

*Reklamni totem je stup većeg promjera namijenjen isticanju reklamne poruke.*

*Reklamni totem može biti izrađen od inoxa, mesinga, eloksiranog aluminija ili pleksiglasa kao vanjskog oklopa čeličnoj podkonstrukciji.*

*Reklamni totem može biti različitih oblika i osvijetljen.*

## 6.11 Putokazna signalizacija

### *Članak 32.*

*U blizini raskrižja može se postaviti putokazna signalizacija uz prethodnu suglasnost tijela nadležno za poslove prometa.*

#### 6.12 Samostojeće pokretne reklame (sendvič reklame i sl.)

##### Članak 33.

*Samostojeće pokretne reklame su pokretni reklamni predmeti koji su lako prenosivi i postavljaju se na javnu ili površinu u vlasništvu drugih pravnih i privatnih osoba u neposrednoj blizini poslovnog prostora vlasnika samostojeće pokretne reklame, koji se koriste za isticanje asortimana proizvoda, vrsta usluge koje se nude i slično, a uklanjaju se nakon završetka radnog vremena.*

*Samostojeće pokretne reklame mogu se postavljati na javnu površinu na način da za prolaz pješaka ostane minimalno 1,60 m slobodnog prostora.*

#### 6.13 Osvijetljene reklamne vitrine (City light)

##### Članak 34.

*Reklamna vitrina je reklamni predmet namijenjen isticanju reklamnih poruka, u svrhu komercijalnog reklamiranja i oglašavanja te za isticanje plakata kulturnog sadržaja, plana grada ili drugog orijentacijskoga plana (u daljnjem tekstu : City light).*

*City light mora biti izrađen od trajnog materijala, a može biti jednostrani ili dvostrani, svjetleći ili nesvijetleći.*

*Postavljanje City lighta dozvoljeno je na javnoj površini, neizgrađenom građevinskom zemljištu u vlasništvu Grada, pročelju građevine i u sklopu nadstrešnice za sklanjanje ljudi u javnom prometu.*

##### Članak 35.

*City light se može postaviti na javnoj površini i neizgrađenom građevinskom zemljištu u vlasništvu Grada pod sljedećim uvjetima:*

*- najveća dozvoljena površina jedne strane City lighta za komercijalno reklamiranje i/ili oglašavanje iznosi 3,0 m<sup>2</sup>,*

*- najveća dozvoljena površina jedne strane City lighta za isticanje plana Grada ili drugog orijentacijskog plana iznosi 5,0 m<sup>2</sup>, a za isticanje plakata kulturnog sadržaja površina jedne strane City lighta može biti i veća.*

#### 6.14 Veliki reklamni panoi kao ograda gradilišta ili zemljišta koje nije privedeno namjeni

##### Članak 36.

*Postavljanje reklamne ograde za komercijalno reklamiranje proizvoda, usluga ili djelatnosti dozvoljava se uz cestu, u pravilu u blizini građevina javne namjene, na mjestu gdje reklamna ograda služi za zaštitu pješaka.*

## 6.15 Reklamni panoi do 6m<sup>2</sup>

### *Članak 37.*

*Reklamni pano je predmet namijenjen isticanju reklamne sadržaja.*

*Ovim Pravilnikom propisan je postupak za izdavanje rješenja za postavljanje reklamnih panoa do 6 m<sup>2</sup>.*

*Reklamni pano mora biti izrađen od postojanog materijala, a površina za reklamiranje mora biti izrađena od cinčanog ili aluminijskog lima, vodootporne šperploče ili drugog sličnog materijala.*

*Reklamni pano može biti jednostrani ako se postavlja na pročelje zgrade, ograde ili dvostrani samostojeći na vlastitoj konstrukciji.*

*Ako se postavlja na pročelje zgrade mora biti oblikom i dimenzijama usklađen s pročeljem građevine.*

*Reklamni pano može biti osvjetljen, a rasvjeta panoa mora biti ujednačena i bez utjecaja na okolne plohe.*

### *Članak 38.*

*Uz zahtjev za postavljanje reklamnog panoa do 6 m<sup>2</sup> podnositelj je dužan priložiti:*

- dokaz o registriranoj djelatnosti;*
- idejni projekt izrađen od ovlaštenog projektanta za samostojeće panoe;*
- fotomontažu mjesta na kojem se pano postavlja;*
- za svjetleće reklamne panoe i opis priključka na elektromrežu (za veće panoe elektroenergetsku suglasnost);*
- dokaz o pravu korištenja nekretnine (dokaz o vlasništvu ili suglasnost vlasnika);*
- mišljenje ili suglasnost upravnog tijela nadležnog za zaštitu spomenika kulture i prirode ako se reklamni pano postavlja na prostoru kulturnog dobra, zaštićene kulturno-povijesne cjeline i zaštićenih dijelova prirode.*

*Idejni projekt treba sadržavati idejno-tehničko rješenje reklamnog panoa, smještaj panoa u prostoru (na objektu, zemljištu ili javnoj površini) prikazan u mjerilu ili kotiran, prikaz položaja reklamnog panoa na kopiji katastarskog plana u mjerilu 1:1000, i statički proračun.*

## 6.16 Veliki reklamni pano od 6m<sup>2</sup> do 12 m<sup>2</sup>

### Članak 39.

*Reklamni pano velikog formata od 6 m<sup>2</sup> do 12 m<sup>2</sup> (veliki reklamni pano) namijenjen je za komercijalno reklamiranje proizvoda, usluga ili djelatnosti.*

*Mogu se postavljati na javnim površinama, neizgrađenom zemljištu u vlasništvu Grada Splita, zemljištima i objektima drugih fizičkim i pravnih osoba i na ograde gradilišta.*

*Postavljanje velikog reklamnog panoa dozvoljeno je na zemljištu, pročelju građevine, na potporni zid i uz prometnicu.*

*Ukoliko se postavlja na zemljište i objekte u vlasništvu Grada Splita postavlja se sukladno Planu rasporeda iz članka 13. ovog Pravilnika a pravo zakupa se ostvaruje temeljem natječaja koji raspisuje Gradonačelnik.*

*Veliki reklamni pano može biti jednostrani ako se postavlja na pročelje zgrade ili dvostrani samostojeći na vlastitoj konstrukciji.*

*Veliki reklamni panoi reklamne površine do 12 m<sup>2</sup> mogu biti ukupne visine (stup+ploha) od kote kolnika do 5,00 m i imati najviše dva nosiva stupa, bez kosnika.*

*Veliki reklamni pano može biti osvjetljen.*

*Postavljanje velikog reklamnog panoa nije dozvoljeno na području obuhvata Detaljnog plana uređenja.*

*Na pročelju građevine dozvoljeno je postavljanje jednog velikog reklamnog panoa, pod sljedećim uvjetima:*

- veliki reklamni pano dozvoljeno je postaviti isključivo na zabatno pročelje građevine,*
- odnos dimenzija pročelja građevine i stranica velikog reklamnog panoa mora biti proporcionalan.*

*Postavljanje velikog reklamnog panoa uz prometnicu dozvoljeno je pod sljedećim uvjetima:*

- međusobna udaljenost velikih reklamnih panoa smještenih okomito na os prometnice iznosi najmanje 200,00 m.*

*Nije dozvoljeno postavljanje više velikih reklamnih panoa u visinu.*

*Veliki reklamni pano koji nema reklamnu poruku mora se prekriti plakatom bijele boje.*

### Članak 40.

*Za zemljišta i objekte u vlasništvu drugih fizičkih i pravnih osoba uz zahtjev za postavljanje velikog reklamnog panoa od 6 m<sup>2</sup> do 12m<sup>2</sup> podnositelj je dužan priložiti:*

- dokaz o registriranoj djelatnosti za komercijalno oglašavanje;
- idejni projekt izrađen od ovlaštenog projektanta za samostojeći veliki reklamni pano;
- fotomontažu mjesta na kojem se pano postavlja;
- za svjetleće reklamne panoe i opis priključka na elektromrežu (za veće panoe elektroenergetsku suglasnost);
- dokaz o pravu korištenja nekretnine (dokaz o vlasništvu ili suglasnost vlasnika);
- mišljenje ili suglasnost upravnog tijela nadležnog za zaštitu spomenika kulture i prirode ako se reklamni pano postavlja na prostoru kulturnog dobra, zaštićene kulturno-povijesne cjeline i zaštićenih dijelova prirode.

Idejni projekt treba sadržavati idejno-tehničko rješenje reklamnog panoa, smještaj panoa u prostoru (na objektu, zemljištu ili javnoj površini) prikazan u mjerilu ili kotiran, prikaz položaja reklamnog panoa na kopiji katastarskog plana u mjerilu 1:1000, i statički proračun.

#### 6.17 Jumbo reklamni pano od 12 m<sup>2</sup> do 60m<sup>2</sup> (billboard panoi)

##### Članak 41.

Jumbo reklamni panoi (billboardi) su panoi reklamne površine od 12m<sup>2</sup> do 60 m<sup>2</sup>, koji se koriste za komercijalno oglašavanje, oglašavanje državnih, gradskih manifestacija i akcija, te samoreklamiranje.

Mogu se postavljati na javnim površinama, neizgrađenom zemljištu u vlasništvu Grada Splita, zemljištima i objektima drugih fizičkim i pravnih osoba i na ograde gradilišta.

Ukoliko se postavlja na zemljište i objekte u vlasništvu Grada Splita postavlja se sukladno Planu rasporeda iz članka 13. ovog Pravilnika a pravo zakupa se ostvaruje temeljem natječaja koji raspisuje Gradonačelnik.

Jumbo samostojeći reklamni panoi tzv. billboard i slični, s dvjema reklamnim plohamama, svaka do maksimalno 60,0 m<sup>2</sup>, iznimno do 100,0 m<sup>2</sup>, mogu imati nosivi stup visine do 10,0 m (mjereno od kote tla do reklamne plohe). Maksimalno dopuštena ukupna visina reklamnih panoa, mjereno od kote tla, može iznositi do 15 m.

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.

Kod postave velikoga reklamnog panoa, vlasnik je dužan na panou istaknuti naziv vlasnika panoa.

Ukoliko veliki reklamni panoi nemaju nalijepljenu reklamnu poruku, trebaju biti prekriveni plakatom bijele boje.



#### Članak 42.

*Za zemljišta i objekte u vlasništvu drugih fizičkih i pravnih osoba uz zahtjev za postavljanje Jumbo reklamnog panoa od 12 m<sup>2</sup> do 60m<sup>2</sup> podnositelj je dužan priložiti:*

- dokaz o registriranoj djelatnosti za komercijalno oglašavanje;*
- idejni projekt izrađen od ovlaštenog projektanta;*
- fotomontažu mjesta na kojem se pano postavlja;*
- za svjetleće reklamne panoe i opis priključka na elektromrežu (za veće panoe elektroenergetsku suglasnost);*
- dokaz o pravu korištenja nekretnine (dokaz o vlasništvu ili suglasnost vlasnika);*
- mišljenje ili suglasnost upravnog tijela nadležnog za zaštitu spomenika kulture i prirode ako se reklamni pano postavlja na prostoru kulturnog dobra, zaštićene kulturno-povijesne cjeline i zaštićenih dijelova prirode.*

*Idejni projekt treba sadržavati idejno-tehničko rješenja reklamnog panoa, smještaj panoa u prostoru (na objektu, zemljištu ili javnoj površini) prikazan u mjerilu ili kotiran, prikaz položaja reklamnog panoa na kopiji katastarskog plana u mjerilu 1:1000, i statički proračun.*

#### 6.18 Reklamni uređaji i konstrukcije

#### Članak 43.

*Reklamni uređaj je svaki reklamni predmet određen ovim Pravilnikom koji ima mehanizam za pokretanje predmeta ili slike (Prisma vision, Trivision, billboard, konzolni znak/logo i slično).*

*Napajanje reklamnog uređaja električnom energijom ne smije biti vidljivo.*

*Za postavljanje reklamnog uređaja primjenjuju se uvjeti propisani ovim Pravilnikom za postavljanje odgovarajućeg reklamnog predmeta.*

#### 6.19 Reklamno vozilo

#### Članak 44.

*Reklamno vozilo je vozilo koje se izlaže u svrhu reklamiranja.*

#### Članak 45.

*Za postavu reklamnih predmeta koji nisu obuhvaćeni odredbom članka 2. ovog Pravilnika potrebno je ispuniti uvjete oblikovanja i postave propisane ovim Pravilnikom za najbližnju vrstu reklamnih predmeta.*

### **III. PRIJELAZNE ODREDBE**

#### *Članak 46.*

*Odredbe članka 3. stavka 1. i 2. ovog Pravilnika primjenjuju se od 01. siječnja 2012. godine.*

#### *Članak 47.*

*Ovaj Pravilnik stupa na snagu danom objave u „Službenom glasniku Grada Splita“.*

**GRADONAČELNIK**

***Željko Kerum***

#### **DOSTAVITI:**

- 1. Upravnom odjelu za komunalno gospodarstvo i redarstvo, pročelniku Pavi Zaninoviću, ovdje*
- 2. Savjetniku gradonačelnika za komunalne poslove, Tomislavu Gruici, ovdje*
- 3. Upravnom odjelu za komunalno gospodarstvo i redarstvo, Ivanu Leki, ovdje*
- 4. Upravnom odjelu za komunalno gospodarstvo i redarstvo, Damiru Babiću, ovdje*
- 5. Upravnom odjelu za komunalno gospodarstvo i redarstvo, Esmi Kalembi, ovdje*
- 6. Uredništvu Službenog glasnika Grada Splita, ovdje*
- 7. Arhivi, ovdje*

KLASA: 940-06/11-01/00971  
URBROJ: 2181/01-01-11-04  
Split, 14. studenoga 2011. godine

Na temelju članka 52. Statuta Grada Splita („Službeni glasnik Grada Splita“, broj 17/09 i 11/10), Gradonačelnik Grada Splita, dana 14. studenoga 2011. godine, donosi

### ZAKLJUČAK

**o određivanju naknade za postavljanje reklamnih predmeta na području Grada Splita**

#### Članak 1.

Visina naknade za postavljanje reklamnih predmeta i natpisa na javnim površinama, zemljištu i objektima u vlasništvu Grada Splita utvrđuje se u Tabeli kako slijedi:

VRSTA I TIP NATPISA, PLAKATA, REKLAMA I REKLAMNIH PANOVA		NAČIN OBRAČUNA	VISINA NAKNADE kn / m <sup>2</sup> ili kom
1.	reklamne zastave do 1m <sup>2</sup>	mjesečno/kom	100
2.	plakati	mjesečno	120
3.	reklamna platna na građevinskim skelama, ogradama i građevinama u izgradnji	mjesečno	50
4.	reklamna platna na pročelju zgrade	mjesečno	50
5.	transparenti	dnevno	50
6.	reklamni ormarići	mjesečno	150
7.	oslikane reklamne poruke (na pročeljima, zidovima, ogradama, prometnicama i slično)	mjesečno	80
8.	reklamni natpis i reklamne ploče	mjesečno	200
9.	samostojeće reklame	mjesečno	200
10.	reklamni totemi	mjesečno	150
11.	putokazni reklamni panoi	mjesečno/kom	200
12.	Samostojeće reklame i samostojeće pokretne reklame (sendvič, reklame i sl.)	mjesečno	200

<i>VRSTA I TIP NATPISA, PLAKATA, REKLAMA I REKLAMNIH PANOVA</i>		<i>NAČIN OBRA-ČUNA</i>	<i>VISINA NAKNADE kn / m<sup>2</sup> ili kom</i>
13.	<i>osvijetljene reklamne vitrine (City light)</i>	<i>mjesečno</i>	<i>250</i>
14.	<i>veliki reklamni panoi kao ograda gradilišta ili zemljišta koje nije privedeno namjeni</i>	<i>mjesečno</i>	<i>50</i>
15.	<i>reklamni pano do 6 m<sup>2</sup></i>	<i>mjesečno</i>	<i>70</i>
16.	<i>veliki reklamni pano do 12 m<sup>2</sup></i>	<i>mjesečno</i>	<i>50</i>
17.	<i>jumbo reklamni pano (billboard)</i>	<i>mjesečno</i>	<i>50</i>
18.	<i>reklamni uređaji i konstrukcije</i>		
	<i>prisma vision</i>	<i>mjesečno</i>	<i>100</i>
	<i>display</i>	<i>mjesečno</i>	<i>100</i>
	<i>reklamne konstrukcije i slično</i>	<i>mjesečno</i>	<i>100</i>
19.	<i>reklamno vozilo</i>	<i>dnevno/kom</i>	<i>1500</i>

*Za postavljanje osvijetljenih reklamnih predmeta naknada se uvećava za 20% od jediničnog iznosa utvrđenog u Tabeli.*

*Iznimno članku 12. Pravilnika o uvjetima za postavljanje i kriterijima za određivanje naknade za postavljanje reklamnih predmeta i natpisa na području grada Splita za reklamne predmete navedene pod rednim brojem u tabeli 1., 11. i 19. cijena se obračunava po komadu.*

#### *Članak 2.*

*Naknada za reklamne predmete postavljene na zemljište i objekte drugih fizičkih i pravnih osoba plaća se na način predviđen člankom 14. Pravilnika o uvjetima za postavljanje i kriterijima za određivanje naknade za postavljanje reklamnih predmeta i natpisa na području grada Splita.*

#### *Članak 3.*

*Za rad Komisije za postavljanje reklamnih predmeta na području grada Splita uplaćuje se naknada od 150,00 kuna po zahtjevu za postavljanje reklamnog predmeta i natpisa.*

*Iznimno od prethodnog stavka naknada za rad Komisiji se ne plaća i ne dostavlja se na razmatranje zahtjev za postavljanje reklamnih predmeta iz točki 1., 5. i 19. Tabele iz članka 1. ovog Zaključka.*

#### *Članak 4*

*Donošenjem ovog Zaključka prestaje važiti Rješenje o visini naknade za isticanje reklamnih poruka i oglašavanje na području Grada Splita („Službeni glasnik Grada Splita“, broj 28/04).*

*Članak 5.*

*Ovaj Zaključak stupa na snagu danom objave u „Službenom glasniku Grada Splita“.*

**GRADONAČELNIK**

**Željko Kerum**

*DOSTAVITI:*

- 1. Upravnom odjelu za komunalno gospodarstvo i redarstvo, pročelniku Pavi Zaninoviću, ovdje*
- 2. Savjetniku gradonačelnika za komunalne poslove, Tomislavu Gruici, ovdje*
- 3. Upravnom odjelu za komunalno gospodarstvo i redarstvo, Ivanu Leki, ovdje*
- 4. Upravnom odjelu za komunalno gospodarstvo i redarstvo, Damiru Babiću, ovdje*
- 5. Upravnom odjelu za komunalno gospodarstvo i redarstvo, Esmi Kalembi, ovdje*
- 6. Uredništvu Službenog glasnika Grada Splita, ovdje*
- 7. Arhivi, ovdje*

KLASA: 350-01/09-01/0070  
URBROJ: 2181/01-01-11-13  
Split, 14. studenoga 2011. godine

Na temelju članka 52. Statuta Grada Splita ( „Službeni glasnik Grada Splita“, broj 17/09 i 11/10), članka 49. Odluke o donošenju Generalnog urbanističkog plana Splita ( „Službeni glasnik Grada Splita“, broj 1/06, 15/07 i 3/08 ) i Zaključka o prihvaćanju Idejnog urbanističkog rješenja Pojedinačnog zahvata P23 – Kila istočno od Vrborana ( „Službeni glasnik Grada Splita“, broj 36/11), Gradonačelnik Grada Splita dana 14. studenoga 2011. godine, donosi

**ZAKLJUČAK**  
**o prihvaćanju Idejnog projekta za stambeno poslovni sklop i**  
**trafostanicu Kila 2 (Pojedinačni zahvat P23 – parcela 2)**

1. Prihvaća se Idejni projekt za stambeno poslovni sklop i trafostanicu Kila 2 (Pojedinačni zahvat P23 – parcela 2), izrada kojeg je utemeljena na članku 74. Odluke o donošenju Generalnog urbanističkog plana Splita ( „Službeni glasnik Grada Splita“, broj 1/06, 15/07 i 3/08 ) , koji je izrađen od strane tvrtke „Arhitektonski biro Ante Kuzmanić“ d.o.o. Split u rujnu 2011. godine, oznake TD 16/11, glavnog projektanta Ante Kuzmanića, dipl.ing.arh., a za investitore Kila d.o.o. Split i HEP d.d.-ODS d.o.o. – Elektrodalmacija Split.
2. Idejni projekt iz točke 1. ovog Zaključka temelji se na Idejnom urbanističkom rješenju Pojedinačnog zahvata P23 – Kila istočno od Vrborana izrađenog od tvrtke „Arhitektonski biro Ante Kuzmanić“, u rujnu 2011. godine oznake TD 19/11, autora Ante Kuzmanića, dipl.ing.arh. i Marina Kaliterne, dipl.ing.arh. i elementima Zakona o prostornom uređenju i gradnji ( „Narodne novine“, broj 76/07, 38/09, 55/11 i 90/11).
3. Temeljem Idejnog projekta iz točke 1. ovog Zaključka izradit će se Glavni projekt za ishodenje rješenja za građenje, a sve temeljem Zakona o postupanju i uvjetima gradnje radi poticanja ulaganja ( „Narodne novine“, broj 69/09 i 128/10).
4. Dva izvornika Idejnog projekta čuvaju se u Upravnom odjelu za urbanizam, graditeljstvo i zaštitu okoliša.

**GRADONAČELNIK**

**Željko Kerum**

*DOSTAVITI:*

- 1. KILA d.o.o., Split, Žnjanska 2*
- 2. Upravni odjel za urbanizam, graditeljstvo i zaštitu okoliša, pročelnici  
Ružici Batinić-Santro, ovdje*
- 3. Savjetnici gradonačelnika, Branki Mimici, ovdje*
- 4. Upravni odjel za urbanizam, graditeljstvo i zaštitu okoliša, Katarini Puljić, ovdje*
- 5. Uredništvu Službenog glasnika Grada Splita, ovdje*
- 6. Arhivi, ovdje*

*KLASA: 022-05/11-01/00047  
URBROJ: 2181/01-01-11-03  
Split, 14. studenoga 2011. godine*

*Na temelju 52. Statuta Grada Splita („Službeni glasnik Grada Splita”, broj 17/09 i 11/10), Gradonačelnik Grada Splita dana 14. studenoga 2011. godine, donosi*

**ZAKLJUČAK**  
***o davanju prethodne suglasnosti Javnoj vatrogasnoj  
postrojbi Grada Splita za donaciju jednog vozila DVD-u Slatine***

*Grad Split daje prethodnu suglasnost na prijedlog Upravnog vijeća Javne vatrogasne postrojbe Grada Splita od 04. studenog 2011. godine, Klasa:214-01/11-01/176, Urbroj:2181-222-02-11-95 sa 27. sjednice Upravnog vijeća održane dana 03. studenog 2011. godine za donaciju slijedećeg vozila:*

- *vozilo marke MERCEDES, tip:280, model:GE, godina proizvodnje1982, br.šasije: 46023317024069, reg. oznake ST-275 CH, malo tehničko vozilo za prometne nesreće s kompletnom opremom u korist DVD Slatine*

**GRADONAČELNIK**

**Željko Kerum**

**DOSTAVITI:**

1. *Upravno vijeće JVP, Hercegovačka 18, Split*
2. *Javna vatrogasna postrojba Grada Splita, Hercegovačka 18, Split*
3. *Službi za rad s gradskim kotarevima i mjesnim odborima, pročelniku Tomislavu Bočini , ovdje*
4. *DVD Slatine, Slatine*
5. *Uredništvu „Službenog glasnika Grada Splita“, ovdje*
6. *Pismohrani, ovdje*