



**REPUBLIKA HRVATSKA
ISTARSKA ŽUPANIJA**



**GRAD PULA-POLA
UPRAVNI ODJEL ZA
LOKALNU SAMOUPRAVU**

**REPUBBLICA DI CROAZIA
REGIONE ISTRIANA**



**CITTÀ DI PULA-POLA
ASSESSORATO
ALL'AUTOGOVERNO LOCALE**

KLASA:363-05/21-01/48

URBROJ:2168/01-01-0019-21-2

Pula, 05. studenog 2021.

GRADSKO VIJEĆE GRADA PULE

PREDMET: Zaključak o utvrđivanju prijedloga Plana postavljanja opreme za reklamiranje i plakatiranje na području Grada Pule-Pola
- dostavlja se

U predmetu razmatranja i utvrđivanja prijedloga Plana postavljanja opreme za reklamiranje i plakatiranje na području Grada Pule-Pola, temeljem članka 61. Statuta Grada Pula-Pola («Službene novine» Grada Pule br. 7/09, 16/09, 12/11, 1/13, 2/18, 2/20. 4/21, 5/21), Gradonačelnik Grada Pule dana 05. studenog 2021. godine, donio je

ZAKLJUČAK

1. Utvrđuje se prijedlog Plana postavljanja opreme za reklamiranje i plakatiranje na području Grada Pule-Pola.

2. Akt iz točke 1. sastavni je dio ovog Zaključka.

3. Ovaj Zaključak proslijedit će se Gradskom vijeću Grada Pule, na nadležno postupanje.

Ovlašćuju se dr.sc. Filip Zoričić, gradonačelnik Grada Pule, dr.sc. Ivona Močenić, zamjenica gradonačelnika Grada Pule, Bruno Černjul, zamjenik gradonačelnika Grada Pule, Ingrid Bulian, p.o. Gradonačelnika pročelnica Upravnog odjela za prostorno planiranje i zaštitu okoliša i Barbara Belić Raunić, voditeljica Odsjeka za prostorno planiranje i graditeljsko naslijeđe, da sudjeluju u radu Gradskog vijeća po prijedlogu akta, te da se izjašnjavaju o amandmanima na isti.

4. Ovaj Zaključak stupa na snagu danom donošenja.

**GRADONAČELNIK
dr.sc. Filip Zoričić, prof.**



ISO 9001



ISO 27001



IGNet SR-10



Cro Cert

Na temelju članka 39. Statuta Grada Pule-Pola („Službene novine“ Grada Pule-Pola br. 7/09, 16/09, 12/11, 1/13, 2/18, 2/20, 4/21 i 5/21), članka 104. stavak 5. Zakona o komunalnom gospodarstvu („Narodne novine“ br. 68/18, 110/18 i 32/20) te Odluke o komunalnom redu Grada Pule-Pola, Gradsko vijeće Grada Pule-Pola dana 2021. godine, donosi

PLAN POSTAVLJANJA OPREME ZA REKLAMIRANJE I PLAKATIRANJE NA PODRUČJU GRADA PULE-POLA

OPĆE ODREDBE

Članak 1.

Ovim se Planom određuju mogućnosti postavljanja, način i uvjeti postavljanja te uvjeti i smjernice pri oblikovanju opreme za reklamiranje i plakatiranje na području Grada Pule-Pola.

Članak 2.

Oprema za reklamiranje i plakatiranje u smislu ovog Plana grupirana je u sljedeće cjeline:

- Oprema za reklamiranje
- Oprema za reklamno plakatiranje
- Oprema za reklamno plakatiranje na stupovima javne rasvjete
- Oprema za ostalo plakatiranje.

Članak 3.

Oprema koja je predmet ovog Plana može se postavljati samo na način da svojim položajem i smještajem što bolje udovolji svrsi i namjeni za koju se postavlja i to na lokacijama na kojima:

- svojom postavom ne ometa odvijanje kolnog i pješačkog prometa,
- ne sprječava ili otežava korištenje zgrada ili drugih građevina,
- ne ugrožava sigurnost ljudi i ne predstavlja potencijalnu opasnost za imovinu,
- ne ometa održavanje komunalne i druge infrastrukture,
- ne smanjuje preglednost (zaklanja okomitu i horizontalnu signalizaciju, smanjuje kut preglednosti i slično),
- ne utječe negativno na oblikovanje i funkcioniranje okolnog prostora,
- ne utječe negativno na građevine i ambijente graditeljske baštine,
- ne utječe negativno na zelene površine,
- ne predstavlja dodatni izvor buke i onečišćenja.

1. OPREMA ZA REKLAMIRANJE

Članak 4.

(1) Ovim se Planom regulira mogućnost, kategorije, uvjeti i postupak za postavljanje opreme za reklamiranje, oblikovanje iste i ostali kriteriji od važnosti za postavljanje na području Grada Pule-Pola (u daljnjem tekstu: Grad).

(2) Oprema za reklamiranje postavlja se na javne površine i/ili građevine na području Grada neovisno o njihovom imovinsko – pravnom statusu sukladno sveukupnim odredbama ovoga Plana.



ISO 9001



ISO 27001



IGNet SR-10



Cro Cert

(3) Ovim se Planom ne definiraju uvjeti postavljanja one opreme koja se postavlja temeljem Pravilnika o turističkoj i ostaloj signalizaciji na cestama.

Članak 5.

Pojedini pojmovi iz ovoga Poglavlja imaju sljedeće značenje:

1. Oprema za reklamiranje su reklamni predmeti i uređaji sa površinom za isticanje reklamnih poruka i natpisa.
2. Reklamna površina je površina za isticanje reklamnih poruka i natpisa.
3. Reklamiranje je predstavljanje usluge, djelatnosti ili nekog proizvoda.
4. Reklamiranje vlastite djelatnosti je dodatno isticanje naziva tvrtke i drugih podataka vezanih za obavljanje djelatnosti.
5. Komercijalno reklamiranje je reklamiranje proizvoda, usluge ili djelatnosti koje za pojedine naručitelje obavljaju osobe registrirane za tu djelatnost.

1.1. ZONE POSTAVLJANJA OPREME ZA REKLAMIRANJE

Članak 6.

(1) Zone postavljanja opreme za reklamiranje iz ovog Poglavlja utvrđuju se kako slijedi:

1. **ZONA A** - obuhvaća PODRUČJE ZAŠTIĆENE KULTURNO - POVIJESNE CJELINE GRADA (rješenje od 08.11.2012., br. registra: Z-5638) I KONTAKTNO PODRUČJE.

Unutar PODRUČJA ZAŠTIĆENE KULTURNO - POVIJESNE CJELINE GRADA utvrđuje se posebno **PODRUČJE PRIORITETA** koje obuhvaća Ulicu Castropola, Uspon na Kaštel i Uspon Sv. Stjepana, Trg Portarata, Ulicu Sergijevaca, Clerisseauovu ulicu i Danteov trg, Trg Forum, Augustov prolaz i Kapitolinski trg, Kandlerovu ulicu i Trg Sv. Tome, Flanatičku ulicu, Fontičku ulicu, Trg I. svibnja i Narodni trg.

2. **ZONA B** – obuhvaća područje od granice ZONE A do administrativne granice Grada.

3. POJEDINAČNO ZAŠTIĆENA KULTURNA DOBRA

(2) Grafički prilog s ucrtanim zonama i područjima iz stavka 1. ovoga članka čini sastavni dio ovog Plana.

Članak 7.

Mogućnost postavljanja opreme za reklamiranje i uvjeti pod kojima se ista postavlja, unutar zaštićene kulturno-povijesne cjeline i na građevinama pojedinačno registriranim kao kulturno dobro, regulirani su člancima 29. - 46. ovog Plana.

1.2. VRSTA, VELIČINA I OSNOVNE OBLIKOVNE KARAKTERISTIKE OPREME ZA REKLAMIRANJE

Članak 8.

(1) Oprema za reklamiranje dijeli se u kategorije kako slijedi:

1. SLOBODNOSTOJEĆI REKLAMNI PANOI koji mogu biti:
 - A. POJEDINAČNI – konstrukcija maks. dimenzija cca. 1,30x1,60 m; veličina oglasnog panoa: h=0,60 m i š=1,0 m; ukupno oglasnog prostora 0,60 m²,



ISO 9001



ISO 27001



IGNet SR-10



Cro Cert

- B. SKUPNI – konstrukcija maks. dimenzija cca 1,30x3,00 m; veličina pojedinog oglasnog panoa: h=0,30 m i š=1,0 m; maks. broj pojedinih oglasnih panoa: 6; ukupno oglasnog prostora: 1,80 m²,
- C. PRIJENOSNI (SANDWICH) PANOI – konstrukcija dimenzija 0,70x1,15 m; veličina oglasnog panoa 0,60x0,84 m, ukupno oglasnog prostora 2x0,50 m²,
- 2. REKLAMNI NATPIS
- 3. REKLAMNI LOGO
- 4. REKLAMNA IZLOG I REKLAMNI ORMARIĆ
- 5. REKLAMNI STUP - TOTEM – maks. visina 12 m
- 6. TRANSPARENTI – maks. dimenzija h=1,00 m, površina ovisi o profilu prometnice
- 7. REKLAMNE ZASTAVE I ZASTAVICE
- 8. REKLAMNE TENDE
- 9. REKLAMA NA ZAŠTITNOJ OGRADI GRADILIŠTA
- 10. REKLAMA NA ZAŠTITNOM PLATNU GRAĐEVINSKE SKELE
- 11. REKLAMNI UREĐAJ
- 12. NALJEPNICA.
- (2) Prema načinu postave, oprema za reklamiranje može biti:
 - slobodnostojeća,
 - viseća,
 - pričvršćena konzolno ili plošno na podlogu.

1.3. OPĆI UVJETI POSTAVLJANJA OPREME ZA REKLAMIRANJE

Članak 9.

(1) Oprema za reklamiranje mora biti oblikovana na način da svojim oblikom, materijalom i dimenzijama odgovara postojećem okruženju.

(2) Oprema za reklamiranje mora biti proizvedena od kvalitetnih suvremenih materijala i sa kvalitetnom finalnom obradom.

(3) Tekst ispisan na opremi za reklamiranje mora biti čitljiv, jezično ispravan i uredan, tehnički i estetski oblikovan.

(4) Opremu za reklamiranje potrebno je održavati urednom i u ispravnom stanju na način da ista ne narušava vizualni identitet grada. Ukoliko na opremi za reklamiranje nema naljepljene reklamne poruke, površina mora biti prekriven plakatom bijele boje.

(5) Pri postavljanju opreme za reklamiranje i pri njenom održavanju potrebno je osigurati statičku stabilnost radi sigurnosti građana i imovine.

(6) Ukoliko se oprema za reklamiranje postavlja na zelenu površinu, nakon postave, zelena površina se mora vratiti u prvobitno stanje, a temelje iste treba prekriti nadslojem zemlje od minimalno 20 cm. Oprema za reklamiranje se treba postaviti na način da svojom postavom ne ometa održavanje zelene površine.

(7) Postavljanje reklama, reklamnih panoa te druge slične opreme koja se koristi za komercijalne potrebe na zaštitnim ogradama gradilišta ili neizgrađenog građevinskog zemljišta, dopušteno je samo uz odobrenje Nadležnog tijela, a vlasnik nekretnine na kojoj se nalaze je dužan iste održavati u urednom i ispravnom stanju.

Članak 10.

(1) U zoni raskrižja, između pješačkih prijelaza te u zelenom razdjelnom pojasu ceste nije dozvoljeno postavljanje opreme za reklamiranje.

(2) Opremu za reklamiranje koja se postavlja okomito na os ceste potrebno je postaviti izvan zone raskrižja i to na udaljenosti najmanje 10,0 m prije zone raskrižja i 10,0 m poslije zone raskrižja.

(3) Izuzetno od odredbe stavka 1. ovoga članka, postavljanje reklamnog sadržaja dozvoljeno je na pročelju građevine unutar zone raskrižja.

(4) Opremu za reklamiranje koja se postavlja ispred i iza postojećeg prometnog znaka moguće je postaviti na način da ne smanjuje vidljivost i odvraća pozornost uz prethodnu suglasnost gradskog tijela nadležnog za promet.

(5) Ispred stajališta javnoga gradskog prijevoza dozvoljava se postavljanje opreme za reklamiranje na udaljenosti od najmanje 10,00 m od stajališta, a iza stajališta na udaljenosti od najmanje 5,00 m od stajališta, gledajući u smjeru prometa, ukoliko ne ugrožava preglednost za sve sudionike u prometu.

(6) Oprema za reklamiranje ne smije se postavljati na semaforske stupove te na ostale stupove uz cestu na koje su već postavljeni prometni znakovi.

(7) Oprema za reklamiranje se ne smije postavljati na prometnim objektima (mostovi i sl).

(8) Unutar drvoreda dozvoljava se postavljanje opreme za reklamiranje površine manje od 2,0 m².

1.4. POSEBNI UVJETI POSTAVLJANJA I OBLIKOVANJA OPREME ZA REKLAMIRANJE IZVAN PODRUČJA ZAŠTIĆENE KULTURNO - POVIJESNE CJELINE I NA GRAĐEVINAMA KOJE NISU REGISTRIRANE KAO KULTURNO DOBRO

1. SLOBODNOSTOJEĆI REKLAMNI PANOI

Članak 11.

(1) Slobodnostojeći reklamni pano je predmet namijenjen isticanju reklamne poruke.

(2) Slobodnostojeći reklamni panoi upućuju prema poslovnim, trgovačkim i drugim objektima i sadržajima u naselju.

(3) U slučaju potrebe postavljanja više od jednog skupnog panoa, radi većeg broja poslovnih subjekata, moguće postaviti je 2 skupna panoa, spojena jedan do drugoga, ako to dozvoljavaju prostorne mogućnosti.

(4) Usporedno postavljanje slobodnostojećih reklamnih panoa okomito na os ceste nije dozvoljeno.

(5) Slobodnostojeće reklamne panoe nije dopušteno postavljati u kombinaciji s tzv. JUMBO panoima, odnosno mogu se postaviti na udaljenosti min. 50 m od početka ili završetka niza velikih reklamnih panoa ili pojedinačnog tzv. JUMBO panoa.

(6) Slobodnostojeće reklamne panoe nije dopušteno postavljati u kombinaciji sa panoima za reklamiranje na stupovima javne rasvjete.

Članak 12.

(1) Slobodnostojeći reklamni pano sastoji se od fiksne nosive konstrukcije – 2 stupa i od segmenata koji se spojnicama spajaju na stupove.

(2) Stupovi, kao nosivi elementi konstrukcije slobodnostojećeg reklamnog panoa, moraju biti izrađeni od eloksiranog aluminijskog, čelika ili inoxa kružnog profila vanjskih dimenzija Ø 60-80 mm, maks. visine 3 m, sa plastičnim ili aluminijskim poklopcem na vrhu stupa. Stupovi se na donjem dijelu ankerom ugrađuju u odgovarajući armiranobetonski temelj.



ISO 9001



ISO 27001



IGNet SR-10



Cro Cert

(3) Segmenti slobodnostojećeg reklamnog panoa na koje se lijepi reklamna poruka moraju biti izvedeni kao dvostrane aluminijske ploče dimenzija 1000x300x16 mm. Pojedinačni segmenti mogu imati obostrano nalijepljenu reklamnu poruku.

(4) Boja nosive konstrukcije slobodnostojećeg reklamnog panoa mora biti usklađena s bojom stupova javne rasvjete, odnosno siva RAL 9006.

(5) Donji rub segmenta slobodnostojećeg reklamnog panoa mora biti na visini od najmanje 1,0 m od tla.

(6) Slobodnostojeći reklamni pano ne može biti osvijetljen.

(7) Slobodnostojeći reklamni pano ne smije imati kosnike.

Članak 13.

(1) Slobodnostojeći reklamni panoi se postavljaju okomito na os prometnice, min. 3 m od ruba kolnika i 0,5 m od ruba pločnika. Iznimno moguće je postavljanje i na manjoj udaljenosti ali uz prethodnu suglasnost gradskog tijela nadležnog za promet.

(2) Slobodnostojeći reklamni panoi ne smiju zaklanjati prometnu signalizaciju te ometati preglednost prometa.

1.A. POJEDINAČNI PANOI

Članak 14.

(1) Pojedinačni panoi postavljaju se, u pravilu, uz ceste na prilazu naseljima i unutar gradskih četvrti.

(2) Pojedinačni se pano sastoji od nosive konstrukcije i 2 spojena segmenta na koja se lijepi sadržajno jedinstvena reklamna poruka.

(3) Na pojedinačnom panou može se navesti naziv, simbol i/ili djelatnost tvrtke ili objekta koji se reklamira. Na panou se također može navesti adresa, udaljenost i/ili smjer do te tvrtke ili objekta.

(4) Reklamna poruka na pojedinačnom panou može biti obostrana.

(5) Kad se postavljaju u skupinama, razmak između svakog pojedinačnog panoa mora biti minimalno 50 m te moraju biti iste orijentacije, veličine i oblika.

(6) Nije moguće postavljanje 2 pojedinačna panoa jedan do drugoga.

1.B. SKUPNI PANOI

Članak 15.

(1) Skupni panoi sastoje se od više segmenata panoa sa zajedničkom nosivom konstrukcijom.

(2) Skupni pano može imati minimalno dva i maksimalno šest segmenta.

(3) Skupni panoi postavljaju se, u pravilu, kao slobodnostojeći objekti na lokacijama većeg broja poslovnih subjekata.

(4) Zakupac može zakupiti samo jedan segment unutar skupnog panoa.

(5) Ukoliko neki od segmenata skupnog panoa nema nalijepljenu reklamnu poruku, isti mora biti bijele boje.

(6) Ukoliko je potrebno, iznimno je moguće postaviti 2 spojena skupna panoa, na tri nosiva stupa, ako to dozvoljavaju prostorne mogućnosti.

1.C. PRIJENOSNI (SANDWICH) PANOI

Članak 16.



ISO 9001



ISO 27001



IGNet SR-10



Cro Cert

(1) Prijenosni panoi su slobodnostojeći (sandwich) reklamni panoi namijenjeni reklamiranju vlastitih proizvoda, usluga ili djelatnosti.

(2) Prijenosni panoi postavljaju se uz ili ispred poslovnih prostora u kojima se obavlja poslovna djelatnost. Iznimno, mogu se postaviti u svrhu reklamiranja poslovnih prostora koji nemaju izlaz na glavnu ulicu (npr. atrijski objekti, poslovni prostori u sporednim ulicama ili u tzv. „pasažima“).

(3) Postava prijenosnih panoa dozvoljava se tijekom cijele godine.

(4) Prijenosni panoi se na javnim površinama mogu postavljati samo u radno vrijeme poslovnog prostora, a izvan tog vremena moraju se ukloniti s javne površine.

(5) Prijenosni panoi mogu biti jednostrani ili dvostrani. Sastoje se od okvira i ploče. Okvir prijenosnog panoa mora biti izrađen od trajnog materijala (aluminij, inox ili slično) ili drva.

(6) Kod oblikovanja prijenosnih panoa potrebno je uvažiti slijedeće elemente:

- max veličina oglasnog prostora: veličina A1 60x84 cm;
- dužina nogara cca 20 cm;
- boja podloge: aluminij - siva RAL 9006 ili bijela RAL 9010.

2. REKLAMNI NATPIS

Članak 17.

(1) Reklamnim natpisom se označava isključivo naziv poslovnog prostora, a sastavljen je od pojedinačnih slova i simbola koji sačinjavaju tekst, a koji se nalazi na podlozi koja se zatim ugrađuje na pročelje ili se pojedinačna slova i simboli koji sačinjavaju tekst neposredno ugrađuju na pročelje građevine.

(2) Reklamni natpis oblikom, veličinom i bojom mora biti u skladu s arhitekturom pročelja i okolnog prostora.

(3) Postavljanje reklamnog natpisa dozvoljeno je isključivo na građevinama u kojima se nalazi poslovni prostor koji se reklamira, a ugrađuju se, u pravilu, u ravnini pročelja u širini svijetle mjere poslovnog prostora, iznad ili pokraj ulaza u poslovni prostor te na dijelu otvora pročelja građevine, pod uvjetom da se ne narušava svijetli otvor. Postavljaju se maksimalno do visine prvog kata, odnosno do razdjelnog vijenca prvog kata, u zoni prizemlja građevine, a vertikalno postavljeni reklamni nazivi maksimalno do visine gornjeg horizontalnog okvira otvora, primjerene širine prilagođene površini pročelja između ili uz pojedine otvore.

(4) Ukoliko je pročelje građevine horizontalno raščlanjeno, reklamni naziv potrebno je smjestiti unutar jednog polja.

(5) Reklamni natpis nije dozvoljeno postaviti na dio pročelja građevine koji je određen arhitektonskom plastikom (vijenci, erte, rozete i slično).

(6) Izuzetno, ako nije moguća postava reklamnog natpisa plošno na građevinu ili je prilaz poslovnom prostoru smanjen i/ili otežan, moguće je postavljanje reklamnog naziva okomito (konzolno) na pročelje.

(7) Konzolni reklamni natpis može biti najvećih dimenzija 50x50 cm, a može biti istaknut najviše 0,60 m od pročelja građevine na koju se isti postavlja.

(8) Uz reklamni natpis može se postaviti i reklamni logo.

(9) Reklamni natpis - pojedinačna slova i simboli koji sačinjavaju tekst mogu biti osvijetljeni ili neosvijetljeni. Ako su osvijetljeni, intenzitet osvijetljenja ne smije ometati promet vozila ili pješaka. Rasvjeta mora biti ujednačena i bez utjecaja na okolne plohe.

(10) Postavljanje više reklamnih natpisa mora biti veličinom i položajno usklađeno.

(11) Postavljanje velikog reklamnog natpisa s elementima vizualnog identiteta koji potpuno ili pretežno zatvaraju pročelje u dijelu poslovnog prostora nije dozvoljeno.



ISO 9001



ISO 27001



IGNet SR-10



Cro Cert

(12) Na području **ZONE A** nije dozvoljeno postavljanje reklamnih natpisa površine veće od 2,00 m², osim ako njihovo postavljanje nije regulirano ovim Planom u dijelu odredbi postavljanja opreme za reklamno plakatiranje.

3. REKLAMNI LOGO

Članak 18.

(1) Reklamni logo je reklamni predmet koji se postavlja uz reklamni natpis, ako logo nije sastavni dio naziva.

(2) Reklamni logo postavlja se plošno ili konzolno na građevinu ili kao tijelo (totem).

(3) Reklamni logo s uređajem za reklamiranje djelatnosti od javnog značaja (ljekarne i slično) može se postaviti konzolno.

(4) Reklamni logo postavlja se isključivo u neposrednoj blizini poslovnog prostora, a njegove dimenzije moraju biti usklađene s mjerilom okolnog prostora.

(5) Reklamni logo može biti osvijetljen.

4. REKLAMNI IZLOG I REKLAMNI ORMARIĆ

Članak 19.

(1) Reklamni izlog i reklamni ormarić su ostakljene kutije manjeg formata namijenjeni reklamiranju vlastitog proizvoda, usluge ili djelatnosti korisnika poslovnog prostora koji se ne nalazi u prizemlju građevine, odnosno koji nema izlog na pročelju građevine.

(2) Reklamni izlog i reklamni ormarić moraju biti izrađeni od trajnih materijala i djelomično ili potpuno ostakljeni.

(3) Najveća dozvoljena dubina reklamnog izloga i reklamnog ormarića iznosi 0,15 m, pod uvjetom da se time ne ometa pješački promet.

(4) Reklamni izlog postavlja se kao slobodnostojeća konstrukcija neposredno uz ulaz u građevinu, u svrhu ekskluzivnog izlaganja proizvoda, isključivo na mjestima gdje nema izloga, a može biti i dubine veće od 0,15 m, ako to dozvoljavaju prostorne mogućnosti i uz prethodnu suglasnost tijela nadležnog za poslove prostornog uređenja.

(5) Postavljanje reklamnog izloga većih dimenzija dozvoljeno je neposredno uz ulaz u građevinu.

(6) Reklamni ormarić postavlja se na pročelje prizemlja građevine, na slobodnom dijelu pročelja građevine, iznad parapetnog dijela i na visini najmanje 0,40 m od tla.

5. REKLAMNI STUP – TOTEM

Članak 20.

(1) Totemi su slobodnostojeći objekti maks. visine do 12,00 m, koji se, u pravilu, postavljaju uz/ispred/u blizini poslovnih objekata ili unutar trgovačkih centara te obavještavaju o njihovoj djelatnosti. Ako se postavljaju u blizini prometnice, najmanja udaljenost od ruba kolnika treba iznositi min. 4,00 m, odnosno min 5,00 m ako je totem visine 12,00 m.

(2) Toteme nije moguće postavljati u zoni raskrižja.

(3) Totemi svojom postavom ne smiju narušiti urbanističko - arhitektonski sklad prostorne cjeline.

(4) Minimalan odnos stranica oglasnog objekta visina/širina iznosi u pravilu 3:1.

(5) Totemi mogu biti pravokutnog ili ovalnog oblika.

(6) Totemi se izvide od suvremenih i kvalitetnih materijala, u pravilu od metala i plexiglasa. Mogu biti osvijetljeni ili neosvijetljeni.

6. TRANSPARENTI

Članak 21.

(1) Transparent je predmet za reklamiranje i/ili oglašavanje koji se postavlja razapinjanjem iznad ceste ili javne površine na način da ne ometa kolni i pješački promet.

(2) Transparent može biti izrađen od tkanine, plastificiranog ili sličnog materijala, odnosno od suvremenog materijala otpornog na vanjske utjecaje: kišu, vjetar, sunce i drugo.

(3) Transparent za reklamiranje postavlja se na određeno vrijeme do 30 dana, a oni transparenti koji se postavljaju za potrebe održavanja manifestacija, državnih, vjerskih i drugih blagdana, obljetnica, športskih, promidžbenih i drugih manifestacija, postavljaju se do završetka trajanja istih.

(4) Transparent se može postaviti paralelno ili okomito na cestu ili javnu površinu.

(5) Pričvršćenje transparenta izvodi se vezivanjem ili drugim odgovarajućim načinom spajanja na nosač transparenta, tako da se stup javne rasvjete i ograda balkona/lođe ne mogu koristiti kao nosač transparenta.

(6) Udaljenost donjeg ruba transparenta od ceste ili javne površine može biti od min 4,50 m do max 6,00 m. Visina platna po kraćoj stranici iznosi max 1,00 m.

7. REKLAMNA ZASTAVA I ZASTAVICA

Članak 22.

(1) Reklamna zastava/zastavica je reklamni predmet koji sadrži reklamni natpis.

(2) Reklamni natpis na reklamnim zastavama/zastavicama koristi se isključivo za reklamiranje poslovnog prostora i postavlja se konzolno na pročelje zgrade u kojoj se nalazi taj poslovni prostor.

(3) Reklamna zastava/zastavica se postavlja u nosače na pročelju građevine.

(4) Reklamna zastava/zastavica se izrađuje od suvremenog materijala otpornog na vanjske utjecaje: kišu, vjetar, sunce i dr.

(5) Nosači reklamnih zastava/zastavica izvode se od metala u boji u skladu sa stupovima javne rasvjete i okolnom izgradnjom.

(6) Reklamne zastavice se postavljaju isključivo u visini prizemlja građevine u kojoj se nalazi poslovni prostor, min 2,40 m od površine pločnika do donjeg ruba zastavice.

(7) Reklamne zastave/zastavice svojom postavom ne smiju narušiti urbanističko - arhitektonski sklad prostorne cjeline.

8. TENDA

Članak 23.

(1) Tende, osim što se mogu postaviti kao zaštita od sunca i drugih vremenskih utjecaja, mogu poslužiti i u svrhu reklamiranja. Na tendi je dozvoljeno samo isticanje naziva poslovnog prostora.

(2) Tende se, u pravilu, postavljaju u ravnini pročelja. Postavljaju se ako za to postoje prostorne mogućnosti. Tenda ne smije narušiti sklad pročelja same građevine.

(3) Tende se izvode od impregniranog platna otpornog na vanjske utjecaje: kišu, vjetar, sunce i dr. Viseći dekorativni dio platna je standardne širine od 20 – 25 cm, ravnog završnog (visećeg) ruba, na kojem je dozvoljeno je ispisati naziv poslovnog prostora, u boji u skladu s bojom tende i pročelja.

(4) Konstrukcija tende je metalna, vidljivi dijelovi konstrukcije moraju biti u boji platna tende ili sivi.

(5) Na području Grada, unutar **ZONE A**, tenda mora biti jednobojna i to boje bijela krema RAL 9001, bordo boje RAL 3011 ili, iznimno, crne boje RAL 9011.



ISO 9001



ISO 27001



IGNet SR-10



Cro Cert

(6) Na ostalom području Grada, unutar **ZONE B**, tenda mora biti jednobojna i boje usklađene s bojom pročelja.

(7) Postavljanje tendi s komercijalnim reklamama nije dozvoljeno.

9. REKLAMNI PANOI NA ZAŠTITNOJ OGRADI GRADILIŠTA

Članak 24.

(1) Na zaštitnoj ogradi gradilišta dozvoljeno je postavljanje reklamnih panoa za vlastito i komercijalno reklamiranje proizvoda, usluga ili djelatnosti.

(2) Reklamni pano se ne može postaviti na svim elementima zaštitne ograde gradilišta.

(3) Reklamni pano na zaštitnoj ogradi gradilišta može biti osvijetljen.

10. REKLAMA NA ZAŠTITNOM PLATNU GRAĐEVINSKE SKELE

Članak 25.

(1) Postavljanje reklame na zaštitno platno građevinske skele dozvoljeno je za vrijeme trajanja radova na građevini.

(2) Reklamno zaštitno platno građevinske skele dozvoljeno je postaviti iznad prizemlja građevine.

(3) Na reklamnom zaštitnom platnu građevinske skele postavljene na građevini koja se nalazi na uglu, reklama mora biti udaljena od ugla građevine najmanje 1,00 m.

(4) Reklama na reklamnom zaštitnom platnu građevinske skele može biti osvijetljena.

11. REKLAMNI UREĐAJ

Članak 26.

(1) Reklamni uređaji (reklamne vitrine i dr.) su samostojeće naprave različitih oblika i veličina koje se postavljaju na javnim površinama sa određenom funkcijom uređaja u općoj uporabi, a koji u sebi imaju integriranu reklamnu poruku (citylight i dr.).

(2) Posebne uvjete postavljanja reklamnog uređaja odrediti će nadležno tijelo za poslove prostornog uređenja.

12. NALJEPNICA

Članak 27.

(1) Naljepnice su prozirni tiskani samoljepivi materijali različitih oblika i veličina koji se lijepe na ostakljene dijelove poslovnih prostora ili na druge podloge sa određenom funkcijom pružanja reklame poruke.

(2) Posebne uvjete postavljanja naljepnica odrediti će nadležno tijelo za poslove prostornog uređenja.

1.5 POSEBAN REŽIM POSTAVLJANJA OPREME ZA REKLAMIRANJE UNUTAR PODRUČJA ZAŠTIĆENE KULTURNO - POVIJESNE CJELINE GRADA PULE I NA GRAĐEVINAMA POJEDINAČNO ZAŠTIĆENIM KAO KULTURNO DOBRO

Članak 28.

(1) Poseban režim postavljanja opreme za reklamiranje odnosi se na PODRUČJE ZAŠTIĆENE KULTURNO - POVIJESNE CJELINE, kao i na sve građevine pojedinačno zaštićene kao kulturno dobro.

(2) Obuhvat PODRUČJA ZAŠTIĆENE KULTURNO - POVIJESNE CJELINE (POVIJESNE JEZGRE) prikazan je na grafičkom prilogu koji je sastavni dio ovog Plana.



ISO 9001



ISO 27001



IGNet SR-10



Cro Cert

(3) Postava opreme za reklamiranje u PODRUČJU ZAŠTIĆENE KULTURNO - POVIJESNE CJELINE i na građevinama pojedinačno registriranim kao kulturno dobro moguća je samo uz prethodnu suglasnost Uprave za zaštitu kulturne baštine, Konzervatorskog odjela u Puli.

(4) Postupak za postavljanje opreme za reklamiranje u PODRUČJU ZAŠTIĆENE KULTURNO - POVIJESNE CJELINE i na građevinama pojedinačno registriranim kao kulturno dobro definiran je čl. 42. i 45. ovog Plana.

Članak 29.

(1) U PODRUČJU ZAŠTIĆENE KULTURNO - POVIJESNE CJELINE dozvoljeno je postavljati ovu opremu za reklamiranje:

1. slobodnostojeći reklamni pano – prijenosni;
2. reklamni natpis;
3. reklamne zastavice
4. reklamni logo
5. reklamni ormarić
6. reklamni stup – totem
7. transparente
8. reklame na zaštitnoj ogradi gradilišta
9. reklame na zaštitnom platnu skela
10. reklamni uređaj
11. naljepnice.

(2) U PODRUČJU ZAŠTIĆENE KULTURNO - POVIJESNE CJELINE nije dozvoljeno postavljati ovu opremu za reklamiranje:

1. slobodnostojeće reklamne panoe – pojedinačne i skupne;
2. reklamne vitrine
3. reklamne tende.

(3) Tende koje se postavljaju na građevine smještene u obuhvatu zaštićene kulturno - povijesne cjeline služe isključivo kao zaštita od sunca. Tende nije dozvoljeno postavljati na građevine pojedinačno zaštićene kao kulturno dobro, a na ostalim građevinama moguće je postavljati tende bojom i oblikom u skladu s pročeljem građevine. Platna tendi mogu biti u boji bijela krema (RAL 9001) ili bordo (RAL 3011) ili, iznimno, crne boje RAL 9011.

(4) Oprema iz stavka 1. ovog članka treba ispunjavati opće uvjete postavljanja navedene u članku 3. i člancima 9.-10. ovog Plana i posebne uvjete postavljanja navedene u čl. 30.- 41. ovog Plana.

Članak 30.

(1) Na građevine pojedinačno zaštićene kao kulturno dobro nije dozvoljeno postavljanje opreme za reklamiranje.

(2) U slučaju da je u građevini pojedinačno zaštićenoj kao kulturno dobro smješten poslovni prostor, za reklamiranje istog može se koristiti prijenosni pano (čl. 31. ovog Plana), koji se postavlja uz ili ispred poslovnog prostora ako to dopuštaju prostorne mogućnosti i/ili se reklamiranje rješava na staklenoj plohi izloga (pojedinačna slova i simboli koji sačinjavaju tekst od samoljepive folije).

1. SLOBODNOSTOJEĆI REKLAMNI PANO - PRIJENOSNI (SANDWICH)

Članak 31.

(1) Unutar PODRUČJA PRIORITETA nije dozvoljeno postavljanje prijenosnih panoa.



ISO 9001



ISO 27001



IGNet SR-10



Cro Cert

(2) Prijenosne panoe, u pravilu, nije dozvoljeno postavljati ni izvan PODRUČJA PRIORITETA, osim iznimno, kada je prilaz poslovnom prostoru smanjen i/ili otežan, ako za to postoje prostorne mogućnosti.

(3) Postava prijenosnih panoa dozvoljava se max 60 dana godišnje, u kontinuitetu ili podijeljeno na dva perioda po 30 dana.

(4) Iznimno ukoliko se poslovni prostor ne nalazi u prizemlju dozvoljava se cjelogodišnje postavljanje prijenosnog (sandwich) panoa u skladu sa sveukupnim odredbama ovog Plana.

2. REKLAMNI NATPIS

Članak 32.

(1) Na građevine u području zaštićene kulturno-povijesne cjeline dozvoljeno je postavljati reklamne natpise oblikovane na način kako slijedi:

- drvene ploče pravokutnog oblika s urezanim tekstom, ravnih i oštih bridova, glatke završne obrade gornje plohe;
- metalne ploče na drvenoj podlozi, tekst je graviran na metalnoj ploči, slova teksta patinirana, metalna ploča je od inoxa, aluminija ili mjedi;
- metalna pojedinačna slova i simboli koji čine tekst, izvode se od inoxa, aluminija ili kovanog željeza;
- metalne ploče s natpisom koji može biti frezan ili graviran, ili mogu biti metalna slova na metalnoj podlozi, metalna ploča i metalna slova izvode se od inoxa, aluminija ili mjedi;
- reklamni panoi od pleksiglasa ili polikarbonata, transparentni ili u boji u skladu s bojom pročelja;
- pismoslika na pročelju.

(2) Reklamni natpisi odnosno pojedinačna slova i simboli koji sačinjavaju tekst, postavljaju se maksimalno do visine prvog kata, odnosno do razdjelnog vijenca prvog kata.

(3) Reklamni natpisi u pravilu se na pročelje mogu postaviti samo u širini svijetle mjere poslovnog prostora. Oblikom, veličinom i bojom moraju biti u skladu s arhitekturom pročelja i okolnog prostora.

(4) Reklamni natpisi, u pravilu, ne smiju biti osvijetljeni. Iznimno se dozvoljava diskretno osvijetljenje pojedinačnih slova (difuzna rasvjeta), uz uvjet gašenja u vrijeme kad poslovni prostor ne radi.

(5) Visina pojedinačnih slova i simbola koji sačinjavaju tekst, odnosno visina reklamnih natpisa je max. 50 cm, a mora biti prilagođena slobodnoj površini između vijenca i okvira otvora, na udaljenosti od min. 10 cm od rubova istih.

(6) Iznimno, dozvoljava se i vertikalno postavljanje reklamnih natpisa veličine koja mora biti prilagođena slobodnoj površini između otvora, na udaljenosti od min. 15 cm od ruba erti te visine maksimalno do gornjeg okvira otvora.

(7) Veličina konzolno postavljenog reklamnog natpisa može biti max 50x50 cm. Konzolni reklamni pano može biti istaknut najviše 60 cm od pročelja građevine na koju se isti postavlja.

(8) Konzolno postavljeni reklamni natpisi ne smiju biti osvijetljeni.

(9) Na području zaštićene kulturno-povijesne cjeline dozvoljeno je postavljanje konzolnih reklamnih natpisa na konzolnom nosaču izrađenom od kovanog željeza ili metala (aluminij, inox i slično) crne, tamnosive ili sive boje.

(10) Na pročelja građevina suvremene arhitekture nije dozvoljeno postavljanje konzolnih nosača od kovanog željeza.

(11) Unutar područja zaštićene kulturno-povijesne cjeline, unutar PODRUČJA PRIORITETA nije dozvoljeno postavljanje konzolnih reklamnih natpisa, s izuzetkom Fontičke i Flanatičke ulice, Augustovog prolaza te Trga I. svibnja i Narodnog trga.

3. REKLAMNE ZASTAVICE

Članak 33.

(1) Reklamni natpis na reklamnim zastavicama koristi se isključivo za reklamiranje poslovnog prostora i postavlja se konzolno na pročelje zgrade u kojoj se nalazi taj poslovni prostor.

(2) Reklamne zastavice, u pravilu, nije dozvoljeno postavljati u PODRUČJU ZAŠTIĆENE – KULTURNO POVIJESNE CJELINE, osim iznimno i to u ulicama kako slijedi:

Glavinićev uspon, Cvečićev uspon, Držićeva ulica, Clerisseauova ulica, Prolaz kod kazališta, De Villeov uspon, Ulica Hermana Dalmatina, Prolaz kod Zdenca, Maksimijanova ulica, Uspón Vincenta od Kastva, Uspón Sv. Franje Asiškog, Ulica Benediktinske opatije, Augustov prolaz, Ulica Porta Stovagnaga, Uspón Konzla Istranina, Uspón Pavla Đakona, Uspón Sv. Roka, Rasparaganov uspon, Strossmayerova ulica i Prolaz Naše sloge.

(3) Reklamne zastavice moraju biti jednoobrazne za čitavo PODRUČJE ZAŠTIĆENE KULTURNO - POVIJESNE CJELINE. Boja podloge zastavice mora biti u skladu s bojom pročelja, a može biti bijela krema (RAL 9001), crna (RAL 9011) ili bordo (RAL 3011). Natpis na zastavici može biti u boji bijela krema (RAL 9001) ili u crnoj boji (RAL 9011).

(4) Reklamne zastavice se postavljaju okomito na pročelje na visinu min. 2,40 m od površine pločnika do donjeg ruba zastavice. Veličina zastavice iznosi 50x50 cm.

(5) Nosiva konstrukcija se sastoji od dva metalna štapa varena na nosivu konstrukciju (metal: aluminij, inox, kovano željezo). Zastavica na gornjem i donjem rubu ima prošiv. Zastavica se pomoću prošiva umeće u štapove.

4. REKLAMNI LOGO

Članak 34.

(1) Konzolna postava reklamnog loga unutar PODRUČJA ZAŠTIĆENE KULTURNO - POVIJESNE CJELINE moguća je isključivo za reklamiranje djelatnosti od javnog značaja (ljekarne i slično).

(2) Reklamni logo nije moguće postaviti kao tijelo (totem).

5. REKLAMNI ORMARIĆ

Članak 35.

Postava reklamnih ormarića na prizemni dio pročelja građevine u zaštićenoj kulturno-povijesnoj cjelini moguća je isključivo kada se poslovni prostor, čija se djelatnost reklamira, ne nalazi u prizemlju građevine, odnosno kada isti nema izlog na pročelju građevine.

6. REKLAMNI STUP – totem

Članak 36.

(1) Na području zaštićene kulturno-povijesne cjeline, u iznimnim slučajevima, dozvoljeno je postavljanje reklamnog stupa - totema manjih dimenzija za vlastito i komercijalno reklamiranje u skladu sa sveukupnim odredbama ovoga Plana. Maksimalna visina reklamnog stupa - totema ograničava se na 2,0 m visine.

(2) Mogućnost postavljanja kao i posebne uvjete postavljanja reklamnog stupa - totema u području zaštićene kulturno-povijesne cjeline odrediti će Uprava za zaštitu kulturne baštine, Konzervatorski odjel u Puli.

7. TRANSPARENT

Članak 37.

(1) Na području zaštićene kulturno-povijesne cjeline, u iznimnim slučajevima povodom organiziranih manifestacija dozvoljeno je postavljanje transparenta u skladu sa sveukupnim odredbama ovoga Plana.

8. REKLAMA NA ZAŠTITNOJ OGRADI GRADILIŠTA

Članak 38.

(1) Na području zaštićene kulturno-povijesne cjeline dozvoljeno je postavljanje reklamnih panoa na zaštitnoj ogradi gradilišta za vlastito i komercijalno reklamiranje.

(2) Reklamni pano na zaštitnoj ogradi gradilišta ne može biti osvijetljen.

9. REKLAMA NA ZAŠTITNOM PLATNU GRAĐEVINSKE SKELE

Članak 39.

(1) Postavljanje reklame na zaštitno platno građevinske skele dozvoljeno je za vrijeme trajanja radova na građevini.

(2) Reklamno zaštitno platno građevinske skele dozvoljeno je postaviti iznad prizemlja građevine.

(3) Na reklamnom zaštitnom platnu građevinske skele postavljene na građevini koja se nalazi na uglu, reklama mora biti udaljena od ugla građevine najmanje 1,00 m.

(4) Reklama na reklamnom zaštitnom platnu građevinske skele, u području zaštićene kulturno-povijesne cjeline, ne može biti osvijetljena.

10. REKLAMNI UREĐAJ

Članak 40.

(1) Na području zaštićene kulturno-povijesne cjeline, dozvoljeno je postavljanje reklamnog uređaja (reklamna vitrina i dr.) u skladu sa sveukupnim odredbama ovoga Plana.

(2) Mogućnost postavljanja kao i posebne uvjete postavljanja reklamnog uređaja u području zaštićene kulturno-povijesne cjeline odrediti će Uprava za zaštitu kulturne baštine, Konzervatorski odjel u Puli.

11. NALJEPNICE

Članak 41.

Na području zaštićene kulturno-povijesne cjeline, dozvoljeno je postavljanje naljepnica u skladu sa sveukupnim odredbama ovoga Plana.

1.6 POSTUPAK POSTAVLJANJA OPREME ZA REKLAMIRANJE

Članak 42.

Postavljanje opreme za reklamiranje određuje se prema pojedinačnim zahtjevima, temeljem uvjeta iz ovog Plana i odobrenja gradskog upravnog tijela nadležnog za poslove upravljanja imovinom, uz prethodnu suglasnost Uprave za zaštitu kulturne baštine, Konzervatorskog odjela u Puli za područje zaštićene kulturno-povijesne cjeline grada Pule i za građevine pojedinačno zaštićene kao kulturno dobro.

Članak 43.

Za postavljanje opreme za reklamiranje izvan zaštićene kulturno-povijesne cjeline grada Pule, nužna je suglasnost gradskog upravnog tijela nadležnog za poslove prostornog uređenja i graditeljskog nasljeđa.

Članak 44.

(1) Za postavljanje slobodnostojećih reklamnih panoa uz javne ceste potrebno je ishoditi uvjete postavljanja, odnosno Rješenje o izvođenju radova od tijela nadležnih za poslove prometa.

(2) Postavljanje slobodnostojećih reklamnih panoa uz prometnice mora biti usklađeno sa postavljanjem oznaka prema prometnom projektu „Turistička signalizacija Grada Pule“.

Članak 45.

(1) Zahtjev za postavljanje opreme za reklamiranje iz članka 8. i čl. 29. st. 1. ovoga Plana podnosi se Gradu, Odjelu nadležnom za raspolaganje imovinom.

(2) Uz zahtjev za postavljanje opreme za reklamiranje iz članka 8. i čl. 29. st. 1. ovoga Plana, prilaže se:

- kopija katastarskog plana s naznačenom lokacijom za postavu,
- prijedlog postavljanja predmeta u mjerilu 1:1000,
- nacrt/skica predmeta,
- tehnički opis,
- skicu ili fotomontažu mjesta na koje se predmet postavlja (mikrolokacija),
- dokaz o pravu vlasništva, suglasnost, odnosno drugi akt, kojim se dokazuje pravo na postavljanje predmeta na zemljište, građevinu ili drugi objekt ili predmet,
- za svjetleće predmete: opis priključka na elektromrežu.

(3) Za postavljanje opreme za reklamiranje unutar zaštićene kulturno-povijesne cjeline grada Pule, potrebno je priložiti projektu dokumentaciju izrađenu od strane projektanta ovlaštenog za rad na zaštićenom kulturnom dobru.

2. OPREMA ZA REKLAMNO PLAKATIRANJE

Članak 46.

(1) Pod opremom za reklamno plakatiranje podrazumijevaju se panoi površine veće od 10 m² (u daljnjem tekstu: panoi), a ovim se Planom utvrđuju osnovne tipologije te ostali kriteriji od važnosti za njihovo postavljanje.

(2) Mogućnost realizacije te točna pozicija za postavu panoa utvrdit će se u postupku izdavanja odobrenja za postavljanje od strane nadležnog Upravnog tijela u čijoj su nadležnosti poslovi gospodarenja i raspolaganja imovinom, temeljem posebnih uvjeta i uz prethodno ishodaenje potrebnih suglasnosti od strane nadležnih tijela.

2.1 VRSTE PANOVA PREMA VELIČINI I IZVEDBI

Članak 47.

(1) Panoje prema veličini i izvedbi dijelimo u četiri osnovne kategorije:

- panoi ukupne površine od 10 – 15 m² (slobodnostojeći i zidni) - tip “A”
- panoi ukupne površine veće od 15 m² - tip “A1”
- panoi tzv. “Big board” ukupne površine jedne reklamne plohe 50 – 60 m² (dviije reklamne plohe dimenzija 5x10 m ili 5x12 m) i slični - tip “B”



ISO 9001



ISO 27001



IGNet SR-10



Cro Cert

- Reklamni display (video display, zidni scrolling pano, lamelirani i slični panoi) max.površine 12 m² - tip "C".

(2) Iznimno, omogućava se postavljanje reklamnog displaya veće površine uz prethodno ishodenje svih potrebnih suglasnosti u pogledu prostornog uređenja i sigurnosti u prometu.

2.2. OPĆI UVJETI OBLIKOVANJA PANOVA

Članak 48.

(1) Panoi moraju biti oblikovani na način da se svojim oblikom, materijalom i dimenzijama odgovaraju postojećem okruženju.

(2) Panoi koji se postavljaju u nizu uz prometnice trebaju biti međusobno oblikovno usklađeni.

(3) Panoi moraju biti proizvedeni od suvremenih materijala i sa suvremenom finalnom obradom.

(4) Panoi mogu biti osvijetljeni.

(5) Slobodnostojeći panoi iz članka 47. stavka 1. alineje 1 ovog Plana ne smiju imati ukupnu visinu (računajući stup i plohu namijenjenu reklamiranju) od kote konačno zaravnatog terena veću od 5,00 m.

(6) Panoi iz članka 47. stavka 1. alineje 3. ovog Plana ne smiju imati nosivi stup viši od 10,00 m, računajući od kote konačno zaravnatog terena na kojem se postavljaju.

2.3. OPĆI UVJETI POSTAVLJANJA PANOVA

Članak 49.

(1) Panoi se mogu postaviti po ishodenju odobrenja Upravnog tijela u čijoj su nadležnosti poslovi gospodarenja i raspolaganja imovinom kojim će utvrditi mogućnost postavljanja u odnosu na imovinsko pravne parametre, točnu poziciju te ostale uvjete postavljanja iz članka 3. i članka 46. stavak 2. ovog Plana.

(2) Pozicija postavljanja panoa utvrditi će se uz prethodnu suglasnost Upravnog tijela nadležnog za prostorno uređenje Grada Pule.

(3) Odobrenjem iz prethodnog stavka ovog članka utvrditi će se i tipologija i ostali kriteriji od važnosti za njihovo postavljanje sukladno odredbama ovog Plana, rok na koji se odobrenje izdaje te naknada sukladno posebno Odluci Grada Pule.

(4) Odobrenje iz stavka 2. ovog članka za panoe veličine 12,00 m² i veće izdati će se po ishodenju potrebne dozvole za navedeni zahvat u prostoru sukladno važećoj zakonskoj regulativi.

(5) Slobodnostojeći panoi tipa "A" postavljaju se u pravilu okomito na os prometnice a njihov je međusobni razmak u pravilu minimalno 50,00 m.

(6) Panoi svojom postavom ne smiju ugrožavati sigurnost prometa, niti smiju zaklanjati postojeću prometnu i putokaznu signalizaciju.

(7) Panoi koji se postavljaju paralelno sa osi prometnice ne mogu se postaviti u zoni križanja između pješačkih prijelaza.

(8) Panoi se ne smiju postavljati na prometnim objektima (mostovi i sl.).

(9) Panoe održava pravna osoba kojoj je povjerena djelatnost reklamnog plakatiranja.

(10) Panoe treba držati uredne i u ispravnom stanju na način da isti ne narušavaju vizualni izgled Grada.

(11) Ukoliko panoi nemaju nalijepljenu reklamnu poruku moraju biti prekriveni plakatom bijele boje.

(12) Osvjetljavanje panoa odobrava se temeljem suglasnosti nadležnog upravnog tijela sukladno pozitivnim zakonskim propisima.



ISO 9001



ISO 27001



IGNet SR-10



Cro Cert

(13) Pravna ili fizička osoba koja ishoduje odobrenje za postavljanje panoa dužna je osigurati statičku stabilnost postavljenog panoa.

(14) Panoi tipa „C“ u stambenim zonama moraju biti isključeni u vremenskom periodu od 22 h - 07 h, ili imati jačinu i/ili način osvjetljenja koji je primjeren stambenim zonama.

(15) Panoi tipa „C“ ne smiju svojim tehničkim i elektroničkim karakteristikama ugrožavati uvjete stanovanja stanovnika u okolnim objektima.

(16) Panoi se trebaju postaviti na način da svojom postavom ne ometaju održavanje zelene površine.

(17) Ukoliko se pano postavlja na zelenu površinu, nakon postave, zelena površina se mora vratiti u prvobitno stanje (npr. obnova travnjaka i slično) a temelje panoa treba prekriti sa nadslojem zemlje od minimalno 20 cm.

3. OPREMA ZA REKLAMNO PLAKATIRANJE NA STUPOVIMA JAVNE RASVJETE

Članak 50.

(1) Oprema za reklamno plakatiranje na stupovima javne rasvjete (u daljnjem tekstu: reklamni pano), postavlja se temeljem odobrenja Upravnog tijela u čijoj su nadležnosti poslovi gospodarenja i raspolaganja imovinom, na način da prilikom postave i korištenja ne oštećuje stupove javne rasvjete te da omogućava njihovo redovno održavanje i korištenje.

(2) Pozicije postavljanja opreme iz stavka 1. ovog članka utvrditi će se uz prethodnu suglasnost Upravnog tijela nadležnog za prostorno uređenje Grada Pule.

(3) Prije postavljanja reklamnog panoa na stup javne rasvjete potrebno je provjeriti tehničku mogućnost postavljanja na stup javne rasvjete

(4) Reklamne panoe nije moguće postaviti na prvi stup javne rasvjete u samoj zoni raskrižja.

(5) Visina donjeg ruba reklamnog panoa od kote pločnika/kolnika mora iznositi minimalno 4,5 m.

(6) Reklamni panoi mogu biti osvijetljeni i neosvijetljeni. U slučaju da su reklamni panoi osvijetljeni intenzitet rasvjete kao i način korištenja električne energije trebaju biti riješeni zasebnim projektom u sklopu kojega je potrebno dokazati da takva rasvjeta ne ugrožava sigurnost sudionika u prometu.

(7) Postava reklamnih panoa na stupovima javne rasvjete može biti jednostruka ili u paru.

(8) Jednostruka postava reklamnih panoa (jedan pano na stupu javne rasvjete) predviđa se za poteze na kojima se stupovi javne rasvjete nalaze na rub prometnice, dok se dvostruka postava reklamnih panoa (dva panoa na stupu) predviđa na potezima na kojima se stupovi javne rasvjete nalaze na zelenom pojasu unutar prometnice u kojem slučaju isti moraju imati reklamnu poruku istog sadržaja.

3.1. OPĆI UVJETI OBLIKOVANJA OPREME ZA REKLAMNO PLAKATIRANJE NA STUPOVIMA JAVNE RASVJETE

Članak 51.

(1) Reklamni pano sastoji se od konstrukcije i oglašavajuće poruke.

(2) Konstrukcija reklamnog panoa mora biti izrađena od suvremenih materijala sa suvremenom završnom obradom u boji stupova javne rasvjete (siva ili boja prokroma).

(3) Konstrukcija reklamnog panoa mora biti izrađena na način da zadovoljava sve sigurnosne momente u odnosu na sigurnost ljudi i imovine.



ISO 9001



ISO 27001



IGNet SR-10



Cro Cert

(4) Svi reklamni panoi moraju imati dokaz stabilnosti za vjetrovnu zonu na području Grada Pule.

(5) Konstrukcija reklamnog panoa pravokutnog je oblika maksimalnih dimenzija 115x150 cm.

(6) Unutar konstrukcije postavlja se oglašavajuća poruka koja mora biti dvostrana.

(7) Oglašavajuća poruka izrađuje se od kvalitetnog materijala otpornog na vanjske utjecaje: kiša, vjetar, sunce i sl.

(8) Ukoliko na reklamnim panoima nije izložena reklamna poruka isti moraju biti prekriveni plakatom bijele boje.

(9) Reklamne panoe treba držati uredne i u ispravnom stanju na način da isti ne narušavaju vizualni izgled grada.

4. OPREMA ZA OSTALO PLAKATIRANJE

Članak 52.

Pod ostalim plakatiranjem podrazumijeva se postava plakata pod kojima se pobliže određuju:

- veliki oglasi izvješeni na sveopće čitanje
- objave
- proglasi
- tiskani kazališni i kulturni programi.

4.1 VRSTA OPREME ZA OSTALO PLAKATIRANJE

Za potrebe ostalog plakatiranja postavljaju se:

- plakatni stupovi,
- plakatni panoi.

4.2. OPĆI UVJETI OBLIKOVANJA OPREME ZA OSTALO PLAKATIRANJE

Članak 53.

(1) Oprema za ostalo plakatiranje - plakatni objekti, moraju biti izrađeni od suvremenih materijala i sa suvremenom finalnom obradom.

(2) Plakatni objekti mogu biti osvijetljeni.

(3) Osnovni oblikovni elementi za plakatni stup su centralni cilindar s površinom namijenjenom oglašavanju te postoljem i gornjom plohom iz inoxa, bakra ili drugog trajnog i suvremenog materijala, a za plakatni pano - površina namijenjena oglašavanju s okvirom iz inoxa, bakra ili drugog trajnog i suvremenog materijala (širine približno 100 mm), dimenzija prilagođenih prostoru na koji se plakatni pano postavlja.

4.3. OPĆI UVJETI POSTAVLJANJA PLAKATNIH OBJEKATA

Članak 54.

(1) Plakatni objekti postavljaju se temeljem odobrenja Upravnog tijela u čijoj su nadležnosti poslovi gospodarenja i raspolaganja imovinom, uz uvjet poštivanja mjerila i ambijenta svake pojedine lokacije u pogledu veličine i propisanih oblikovnih parametara.

(2) Točna pozicija i usklađenost s oblikovnim parametrima utvrditi će se uz prethodnu suglasnost Upravnog tijela nadležnog za prostorno uređenje Grada Pule.

(3) Oprema za plakatiranje mora se održavati urednom te u ispravnom stanju na način da ista ne narušava vizualni identitet grada.

PRIJELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE

Članak 55.

Danom stupanja na snagu ovog Plana stavljaju se van snage:

- Plan postavljanja opreme za reklamiranje na području Grada Pule („Službene novine“ Grada Pule br. 9/11),
- Plan i raspored lokacija za postavu panoa za reklamno plakatiranje na području Grada Pule („Službene novine“ Grada Pule br. 1/10, 4/10, 12/10, 15/11, 9/12, 4/13, 10/13, 3/14, 5/16 i 9/21),
- Plan lokacija za postavu reklamnih panoa namijenjenih plakatiranju na stupovima javne rasvjete („Službene novine“ Grada Pule br. 5/07 i 1/10),
- Plan i raspored plakatnih mjesta na području Grada Pule („Službene novine“ Grada Pule br. 4a/05 i 8/05).

Članak 56.

Detaljnija razrada mogućeg oblikovanja i načina postavljanja opreme za reklamiranje i plakatiranje, bit će definirana po pojedinim prostornim zonama planom postavljanja urbane opreme.

Članak 57.

Ovaj Plan stupa na snagu osmog dana od dana objave u „Službenim novinama“ Grada Pule.

KLASA:363-05/21-01/48

URBROJ:

Pula,

GRADSKO VIJEĆE GRADA PULE

PREDSJEDNICA
Dušica Radojčić

PLAN POSTAVLJANJA OPREME ZA REKLAMIRANJE I
PLAKATIRANJE NA PODRUČJU GRADA PULE

GRAFIČKI DIO PLANA

Grafički prilog
ZONE POSTAVLJANJA OPREME ZA
REKLAMIRANJE



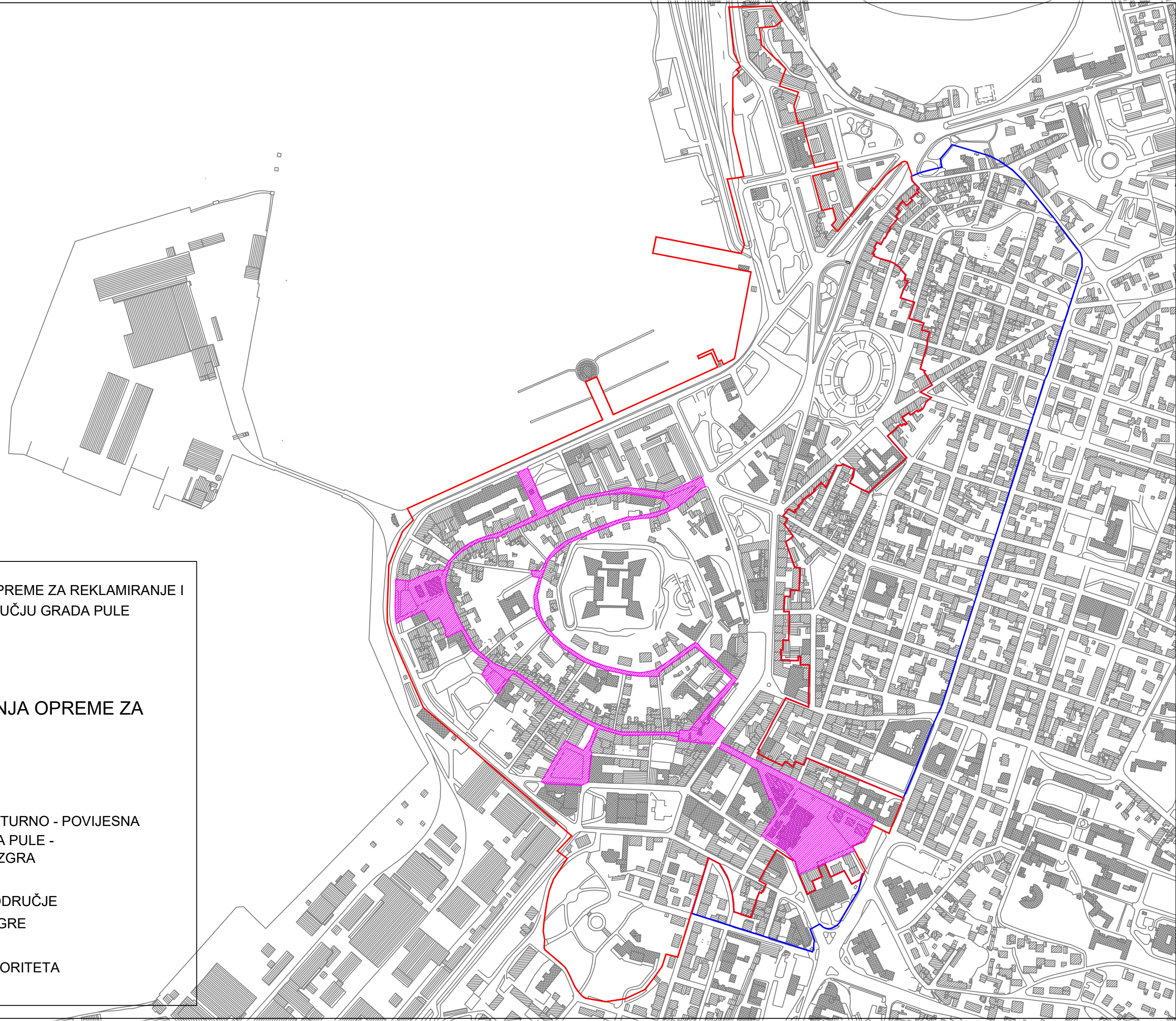
ZAŠTIĆENA KULTURNO - POVIJESNA
CJELINA GRADA PULE -
POVIJESNA JEZGRA



KONTAKTNO PODRUČJE
POVIJESNE JEZGRE



PODRUČJE PRIORITETA



OBRAZLOŽENJE

I. PRAVNI TEMELJ ZA DONOŠENJE AKTA

Pravni temelj za donošenje ovog Plana je članak 39. Statuta Grada Pule-Pola („Službene novine“ Grada Pule-Pola br. 07/09, 16/09, 12/11, 1/13, 2/18, 2/20, 4/21 i 5/21), kojim je propisano da Gradsko vijeće Grada Pule-Pola donosi odluke i druge opće akte kojima se uređuju pitanja iz samoupravnog djelokruga Grada Pule-Pola (u daljnjem tekstu: Grad Pula).

Pravni temelj za donošenje ovog akta predstavljaju i odredbe Odluke o komunalnom redu Grada Pule kojom su propisani uvjeti uređenja naselja, te odredbe članka 104. stavak 5. Zakona o komunalnom gospodarstvu („Narodne novine“ br. 68/18, 110/18 i 32/20), kojim je propisano da se sadržaj Odluke o komunalnom redu može propisati i s više odluka – općih akata koje donosi predstavničko tijelo. U konkretnom slučaju ovim se aktom utvrđuju mogućnosti postavljanja, način i uvjeti postavljanja te uvjeti i smjernice pri oblikovanju opreme za reklamiranje i plakatiranje na području Grada Pule.

II. OSNOVNA PITANJA I PRIKAZ STANJA KOJE SE UREĐUJE AKTOM I DOSADAŠNJA REGULATIVA

Na području Grada Pule se na javnim površinama i drugim površinama u skladu s relevantnim propisima te temeljem Odluke o komunalnom redu postavlja urbana oprema namijenjena reklamiranju, plakatiranju i oglašavanju.

Predmetna problematika do sada je bila regulirana sljedećim aktima Grada Pule:

1. Postavljanje reklamnih panoa (zidni ili slobodnostojeći – tzv. JUMBO panoi) bilo je regulirano Planom i rasporedom lokacija za postavu panoa za reklamno plakatiranje na području Grada Pule (SNGP 1/10, 4/10, 12/10, 15/11, 9/12, 4/13, 10/13, 3/14, 5/16 i 9/21);
2. Postavljanje panoa na stupovima javne rasvjete bilo je regulirano Planom lokacija za postavu reklamnih panoa namijenjenih plakatiranju na stupovima javne rasvjete (SNGP 5/07 i 1/10);
3. Postavljanje plakatnih panoa (samostojeći i zidni) i plakatnih stupova bilo je regulirano Planom i rasporedom plakatnih mjesta na području Grada Pule (SNGP 4a/05 i 8/05);
4. Postavljanje opreme za reklamiranje na području Grada Pule bilo je regulirano Planom postavljanja opreme za reklamiranje na području Grada Pule („Službene novine“ Grada Pule br. 9/11).

Temeljem navedenih akata su sve osobe (fizičke ili pravne, potencijalni zakupci/korisnici) koje imaju interes za postavljanjem urbane opreme namijenjene reklamiranju, plakatiranju i oglašavanju, imale dostupne informacije o mogućnostima postavljanja pojedinog reklamnog predmeta i/ili uređaja, pri čemu su utvrđena pravila vrijedila i za postavljanje urbane opreme koje u okviru obavljanja svojih djelatnosti postavlja Grad. Navedenim Planovima su sveobuhvatno i dugoročno bile sagledane prostorne mogućnosti uz definiranje okvirnih parametara same postavbe.

Ovim se Planom, a radi jednostavnije provedbe, u jednom jedinstvenom aktu sistematizira mogućnost i način postavljanja, tipologija opreme, opći uvjeti oblikovanja, kao i svi ostali uvjeti postavljanja opreme za reklamiranje i plakatiranje na području Grada Pule, na način da se zadržavaju osnovne postavke dosadašnjih planova koji su regulirali navedenu problematiku. Planom je prvenstveno definirano dimenzioniranje opreme za reklamiranje i njeno oblikovanje radi uklopanja u već postojeću ideju suvremeno uređenog prostora Grada.

Uvjeti za postavljanje opreme za reklamiranje određeni su kao *opći uvjeti* koji vrijede za grupu opreme za reklamiranje i *posebni uvjeti* definirani u dijelu detaljnog opisa vrste predmeta, a određeni *posebni uvjeti* definirani su i s obzirom na zonu Grada u kojoj se predmet postavlja.

Planom je određen i postupak za postavljanje navedene urbane opreme u obuhvatu zaštićene kulturno povijesne cjeline grada Pule i na građevinama pojedinačno registriranim kao kulturno dobro, a koja se postavlja temeljem prethodnog odobrenja nadležnog Konzervatorskog odjela.

Planom je određen obvezan sadržaj, odnosno popis priloga za izdavanje suglasnosti, odnosno odobrenja.

Također, Planom je u prijelaznim odredbama, određeno da stupanjem na snagu ovog Plana prestaju važiti prethodno spomenuti Planovi.

III. SREDSTVA POTREBNA ZA PROVOĐENJE OVOG PLANA

Za provedbu ovog Plana nije potrebno osigurati sredstva u proračunu Grada Pule.

Pripremila:

Tonka Komšo, dipl.ing.arh.

Savjetnik I. za prostorno planiranje
i graditeljsko nasljeđe

P.O. GRADONAČELNIKA
Ingrid Bulian, dipl.ing.arh.

**IZVJEŠĆE O SAVJETOVANJU S JAVNOŠĆU
U POSTUPKU DONOŠENJA**

PLANA POSTAVLJANJA OPREME ZA REKLAMIRANJE I PLAKATIRANJE NA PODRUČJU GRADA PULE-POLA

Nositelj izrade izvješća: Grad Pula - Pola, Upravni odjel za prostorno planiranje i zaštitu okoliša
Pula, 27. listopada 2021. godine

Naziv akta za koji je provedeno savjetovanje s javnošću	Nacrt prijedloga Plana postavljanja opreme za reklamiranje i plakatiranje na području Grada Pule
Naziv tijela nadležnog za izradu nacrtu / provedbu savjetovanja	Upravni odjel za prostorno planiranje i zaštitu okoliša
Razlozi za donošenje akta i ciljevi koji se njime žele postići uz sažetak ključnih pitanja	Ovim se Planom, radi jednostavnije provedbe, sistematiziraju mogućnost i način postavljanja, tipologija opreme, opći uvjeti oblikovanja, kao i svi ostali uvjeti postavljanja opreme za reklamiranje i plakatiranje na području Grada Pule-Pola, na način da se zadržavaju osnovne postavke dosadašnjih planova koji su regulirali navedenu problematiku; definira se dimenzioniranje opreme za reklamiranje i njeno oblikovanje radi uklapanja u već postojeću ideju suvremeno uređenog prostora grada, te se određuje postupak za postavljanje navedene urbane opreme u obuhvatu zaštićene kulturno povijesne cjeline Grada Pule-Pola i na građevinama pojedinačno registriranim kao kulturno dobro, temeljem prethodnog odobrenja nadležnog Konzervatorskog odjela.
Objava dokumenata za savjetovanje	https://www.pula.hr/hr/eusluge/ekonzultacije/ekonzultacije-u-tijeku/52/prijedlog-plana-postavljanja-opreme-za-reklamiranje-i-plakatiranje-na-podrucju-grada-pule/
Razdoblje provedbe savjetovanja	Internetsko savjetovanje s javnošću provedeno je u razdoblju od 23. rujna do 23. listopada 2021. godine.
Pregled osnovnih pokazatelja uključenosti savjetovanja s javnošću	U za to propisanom roku zaprimljena su 3 (tri) prijedloga podnesena od strane zainteresirane javnosti.

**Pregled prihvaćenih i neprihvaćenih
mišljenja i prijedloga s obrazloženjem
razloga za neprihvatanje**

PRIJEDLOG 1. – RENATA HANJC / zaprimljen 27.09.2021:

Poštovani,
molimo da se u Plan postavljanja opreme za reklamiranje i plakatiranje uvede i kategorija „LED DISPLAY reklame“ koje se postavljaju na pročelje zgrade u kojoj se nalazi poslovni prostor.
Unaprijed zahvaljujemo!

Odgovor na zaprimljeni prijedlog:

Omogućavanje postavljanja „led display reklame“ na pročelja građevina u kojima se nalazi poslovni prostor se, zbog utjecaja koje bi takav vid reklame imao na oblikovanje pročelja građevine, kako u zaštićenoj povijesnoj jezgri, tako i na građevinama izvan nje, te na dodatno svjetlosno zagađenje, ne smatra prihvatljivim.

PRIJEDLOG 2. – IGOR LOVREK – PROMAR DIGITAL / zaprimljen 19.10.2021.

Poštovana/i,
vezano uz naš zahtjev za postavljanje urbane digitalne opreme LED video zida na području grada Pule u Ulici 43. Istarske divizije 99 i Prijedloga plana postavljanja opreme za reklamiranje, molimo povratnu informaciju da li će u toj zoni, lokaciji i poziciji digitalnog reklamnog panoa na pročelju poslovnog objekta sukladno Općim uvjetima postavljanja biti moguća realizacija.
Pozicija digitalnog reklamnog panoa ucrtana je na digitalnoj karti na strani 9. Idejnog projekta/privitku Pozicija-reklamni pano, te je udaljena od prometnice i raskrižja više od 12 m u skladu s Člankom 10. točka 2. i točka 3.
Zahvaljujemo na informaciji.

Odgovor na zaprimljeni prijedlog:

Planom postavljanja opreme za reklamiranje i plakatiranje na području grada Pule utvrđuju se opći uvjeti postavljanja i oblikovanja opreme za reklamiranje i plakatiranje, između ostalog i reklamnih displaya (video displaya, zidnih scrolling panoa te lameliranih i sličnih panoa). Zahtjevi za pojedinačne lokacije za postavu navedene opreme utvrđivat će se u zasebnim postupcima u skladu s odredbama navedenog Plana. U odnosu na navedeno, dostavljeni prijedlog nismo u mogućnosti prihvatiti iz formalnih razloga.

**Pregled prihvaćenih i neprihvaćenih
mišljenja i prijedloga s obrazloženjem
razloga za neprihvatanje**

PRIJEDLOG 3. – IGOR KONTOŠIĆ - KONTRA-ISKON / zaprimljen 21.10.2021.

Poštovani,
ulažemo primjedbe i prijedlog na prijedlog Plana postavljanja opreme za reklamiranje i plakatiranje na području grada Pule.

Stanovnici smo Grada Pule i vlasnici stambeno-poslovne zgrade na području Kaštanjera.

Izvršenim uvidom u prijedlog citiranog Plana utvrdili smo da isti nema regulirane određene mogućnosti reklamiranja koje bi zbog svojih tehničkih osobina bile u pojedinim slučajevima prihvatljivije od svih ovih predloženih Planom.

Naime u prijedlogu plana “oprema za reklamiranje” ne omogućava mogućnosti postavljanja reklamnih natpisa kao otisak (izvedeno direktno bojanjem na fasadi u obliku teksta ili simbola) već isključivo na druge određene načine i to prvenstveno na drugim podlogama.

U konkretnom slučaju kako iz razloga fizičke stabilnosti i sigurnosti (od otpadanja konstrukcijskih dijelova podloga za reklamni sadržaj tako i iz razloga bolje i trajnije zaštite samog objekta na koji se stavlja druga reklama oprema (višeputnim bušenjem nosača po fasadi i oštećivanja iste radi postavljanja podloge za reklamu) predlažemo da se pod “opremom” predvidi i mogućnost stavljanja reklamnog otiska direktno na fasade pri čemu bi prestala postojati opasnost od otpadanja konstrukcijskih dijelova reklamnih podloga te prodora vode kroz pukotine nastale bušenjem rupa po fasadi te potencijalno naknadnog otpadanja fasade.

Kao primjer navodimo izgled zgrade na Trgu kralja Tomislava čija je cijela bočna strana napravljena otiskom slike pri čemu ne dolazi do nikakvog uništavanja same fasade zgrade.

Napominjem da postojećim prijedlogom plana nije predviđena mogućnost postavljanja reklama kao otisak na fasadi a takav oblik nije obuhvaćen ni reklamnim natpisima koji se i tako odnosi samo na tvrtke koje i posluju u navedenim zgradama.

Mislimo da bi se isto moglo omogućiti s time da bi po nama trebalo razlikovati uvjete postavljanja bilokakve reklamne opreme na pročeljima zgrada koja gledaju na prometnice od preostalih pročelja istih zgrada za što prijedlogom Plana nisu propisani različiti uvjeti.

Odgovor na zaprimljeni prijedlog:

Oslikavanje pročelja građevina omogućeno je unutar zaštićene kulturno povijesne cjeline grada Pule, u skladu s karakterom ambijenta, koji je i s aspekta oblikovanja građevina u navedenom okruženju drugačiji. Naime, površine pročelja su manje i razdijeljene gotovo uvijek fasadnim vijencima, tako da je saniranje oslikanog dijela pročelja nakon završetka poslovanja, odnosno po odlasku poslovnog subjekta lakše realizirati.

	Mogućnost oslikavanja pročelja građevina izvan zaštićene kulturno povijesne cjeline, gdje prevladavaju drugačije tipologije građevina s većim fasadnim ploham, iz prethodno navedenih razloga ne smatramo prihvatljivim. Vezano uz primjer koji se navodi u dostavljenom prijedlogu, valja naglasiti kako je člankom 6. Odluke o komunalnom redu, slikanje (oslik) na zgradama iznimno dozvoljeno kao mogućnost, i to isključivo temeljem odobrenja Nadležnog tijela/odjela, pri čemu takvo slikanje ne predstavlja reklamiranje.
Troškovi provedenog savjetovanja	Provedba javnog savjetovanja nije iziskivala dodatne financijske troškove.