

OBRAZAC IZVJEŠĆA O PROVEDENOM SAVJETOVANJU

IZVJEŠĆE O PROVEDENOM SAVJETOVANJU SA ZAINTERESIRANOM JAVNOŠĆU	
Naziv akta/dokumenta za koji je provedeno savjetovanje:	Nacrt prijedloga Odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika
Naziv tijela nadležnog za izradu nacrtu / provedbu savjetovanja	Grad Dubrovnik Upravni odjel za komunalne djelatnosti i mjesnu samoupravu
Cilj i glavne teme savjetovanja	Cilj savjetovanja je uključivanje zainteresirane javnosti te dobivanje povratnih informacija na predložene odredbe nacrtu Odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika.
Objava dokumenta za savjetovanje	Poveznica na objavljeno savjetovanje https://www.dubrovnik.hr/savjetovanje-s-javnoscu
Razdoblje provedbe savjetovanja	Internetsko savjetovanje sa zainteresiranom javnošću provedeno je u razdoblju od 8. svibnja do 7. lipnja 2019.
Pregled osnovnih pokazatelja uključenosti savjetovanja s javnošću	<p>U postupku javnog savjetovanja pristiglo je ukupno 37 prijedloga odnosno mišljenja od strane 18 dionika od kojih su 2 očitovanja pristigla izvan roka tj. iza 7. lipnja 2019.godine.</p> <p>Obzirom na dionike od ukupnog broja, u savjetovanju s javnošću sudjelovalo je: 8 fizičkih osoba, 5 gospodarskih subjekata, 3 javno pravna tijela i 2 udruženja.</p> <p>Od ukupno podnesenih prijedloga i mišljenja pristiglo je 18 načelnih prijedloga na nacrt Odluke o reklamiranju i 16 pojedinačnih prijedloga na pojedinačne odredbe nacrtu Odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika i 3 mišljenja/komentara.</p> <p>Od načelnih prijedloga prihvaćena su 2 prijedloga, a 16 prijedloga nije prihvaćeno.</p> <p>Od pojedinačnih prijedloga prihvaćena su 3 prijedloga, a 13 prijedloga nije prihvaćeno.</p> <p>Osim pristiglih prijedloga Upravni odjel je zaprimio 3 mišljenja/komentara na predloženu Odluku.</p>

Redni broj	Naziv dionika (pojedinaac, organizacija, institucija)	Članak na koji se odnosi prijedlog/mišljenje/primjedba, te načelni prijedlog/ Mišljenje/primjedba na nacrt Odluke	Tekst primjedbe/prijedloga	Prihvaćanje/neprihvaćanje primjedbe ili prijedloga
1.	DESIDERIU M DUBROVNIK d.o.o., Ivan Pavlina, Marko Jelić, Željko Milinković	Daju se prijedlozi na članke 7. i 16. nacrtu Odluke	<p>"Poštovani,</p> <p>ovim putem Vam se javljamo povodom Javnog savjetovanja u vezi zakon o reklamiranju na području grada Dubrovnika. Kao novootvoreni ugostiteljski objekt uslužne djelatnosti u Širokoj ulici šaljem naš prijedlog za reklamiranje budući još nemamo javnu površinu.</p> <p>Naš prijedlog se temelji na članku 104. Zakona o komunalnom gospodarstvu („Narodne Novine“, broj 68/18. i 110/18. – Ustavna odluka).</p> <p>Pozivamo se na članak 7. (REKLAMNE ZASTAVE)</p> <p>(1) Reklamne zastave su reklame na kojima su istaknuti natpisi i/ili reklamne poruke, a ističu se na za to postavljene jarbole i u držače na pročelju građevine čija površina po strani zastave ne smije biti veća od 6,00 m²</p> <p>(2) Jarbol za zastave je nosač zastave koji se postavlja na pročelje građevine, na zemljište uz objekt ili javnu površinu ovisno o prostornim mogućnostima na kojima se postavljaju reklamne zastave kao i zastave za određene manifestacije</p> <p>(3) Jarboli s reklamnim zastavama mogu se postavljati ispred poslovnog prostora na zemljištu objekta u kojem se poslovni prostor nalazi.</p>	Ne prihvaća se prijedlog na članak 7. predložene Odluke o reklamiranju. U članku 42. predložene Odluke predloženo je 13 vrsta reklamnih predmeta koji se mogu postavljati u I zoni (zona zaštite A i B).

			<p>U PRILOGU VAM ŠALJEMO SLIKU NAŠE ZASTAVE (SLIKA 1.)</p> <p>Posebno želimo istaknuti da postavljanje naše zastave u niti jednom segmentu neće narušiti niti oštetiti kulturnu baštinu grada Dubrovnika.</p> <p>Također povodom članka 16. (REKLAMNE NALJEPNICE)</p> <p>(1) Reklamne naljepnice su naljepnice koje se lijepe na ostakljene dijelove građevina kao što su prozori i/ili vrata, te na garažna vrata, na montažne objekte i sl., a koje svojim sadržajem ili slikom reklamiraju proizvode ili usluge potencijalnim korisnicima ili kupcima, a veličine do 6,00 m²</p> <p>(2) Ime ugostiteljskog objekta iznad vrata radi lakšeg informiranja potencijalnih gostiju o kojem je ugostiteljskom objektu riječ (zbog ranijih slučajeva gdje su gosti sjedali u susjedni u.o. misleći da je naš).</p> <p>U PRILOGU VAM ŠALJEMO SLIKU NAŠEG PRIJEDLOGA (SLIKA 2.)</p> <p>Molimo Vas da nam omogućite naša 2 prijedloga jer kvalitetom i uslugom možemo svima parirati ali ako nismo vidljivi gosti neće znati da postojimo. Mišljenja smo da su ugostiteljski objekti bez javne površine već u podređenom položaju u odnosu na one koji je imaju, te smatramo da su naši prijedlozi razumni i da će biti prihvaćeni."</p>	<p>Ne prihvaća se prijedlog postavljanja velikih reklamnih naljepnica prema stručnom mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku*.</p>
2.	Ivan Čagalj	Daje se načelno mišljenje na nacrt Odluke o reklamiranju	<p>"Poštovani,</p> <p>proanalizirajući predloženi Nacrt odluke o reklamiranju mišljenja sam da se radi o dobrom prijedlogu i to iz više razloga. Prvi i osnovni razlog je što u odnosu na važeću Odluku o reklamiranju navedeni prijedlog uvažava činjenicu da trgovinama unutar stare gradske jezgre, koje se nalaze u sporednim ulicama, otvaranjem mogućnosti za postavljanjem informativnog reklamnog panoa-štafelaja na spoju,</p>	<p>Mišljenje/komentar</p> <p>Mišljenje je pozitivno glede nacрта Odluke o reklamiranju.</p> <p>Način reklamiranja putem informativno-reklamnih</p>

			<p>konkretno, Đorđićeve sa ulicom Od Puča omogućuje daljnje normalno poslovanje. Ovakav zaključak je plod tridesetogodišnjeg rada trgovine Maskeron na istoj lokaciji u kojem vremenu je reklamiranje postavljanjem štafelaja na spoju ulica Đorđićeve i Od Puča polučilo najbolji rezultat, odnosno smisao za daljnji rad trgovine. Svi ostali dosadašnji načini reklamiranja, posebno putem strata, vode ka zatvaranju trgovine. Razvidno je da potencijalni kupac-trgovina Maskeron prodaje isključivo HRVATSKI PROIZVOD-nema razloga bez odgovarajuće reklame skrenuti u sporednu ulicu u kojoj nema drugih poslovnih objekata. Za usporedbu, važnost ovakvog načina reklamiranja je kao da grad Dubrovnik da u najam ugostiteljski poslovni prostor na Stradunu, ali ne dozvoli stolove ili postavljanje suncobrana bilo kojeg oblika. Također, na predloženi način reklamiranja stavljate sve druge djelatnosti u isti položaj sa npr. ugostiteljstvom. Napominjem da vjerojatno većina poslovnih prostora koji egzistiraju u sporednim ulicama su osnovni ili jedini izvor prihoda za njihove obitelji."</p>	<p>panoa – štafelaja nije prihvatljivo prema stručnom mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku.*</p>
3.	PEMO d.o.o., Antonela Farčić	<p>Daje se načelni prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju i primjedba na čl. 42. st. 6. Odluke</p>	<p>"Vezano za trgovinu prehrane na adresi Antuninska 4 u Gradu: Interes građana i grada Dubrovnika je zasigurno trgovina prehrane u Gradu koja je već neko vrijeme deficitarna djelatnost zbog cijena nekretnina i najмова. Kako je osnova svakog posla uočljivost i dostupnost usluge klijentima smatramo da je staklo oslikano natpisom market i košaricom proizvoda (slike u prilogu) bolja opcija od prozirnog stakla kroz kojeg se vide police sa složenom trgovačkom robom. Stoga smatramo da se trgovine prehranom koje se nalaze u zoni 1A trebaju tretirati kao objekti u zoni 1B. - Vezano uz trgovinu Batala: Market</p>	<p>Ne prihvaća se prijedlog postavljanja velikih reklamnih naljepnica prema stručnom mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku*.</p>

			<p>Pemo Batala se nalazi u ulici Od Batale. Kompletna ulica Od Batale i kompletna ulica na koju se nastavlja; ulica Nikole Tesle; se nalaze u trećoj zoni osim naše trgovine koja upada u zonu Gimana odnosno u prvu zonu B. Kako je orijentacija i smještaj trgovine takav da se ne razlikuje od ostalih u istoj ulici smatramo da ne postoji opravdan razlog da se naša trgovina ne svrsta kao i ostali objekti u okolini u treću zonu.</p> <p>U prilogu šaljemo fotografije postojećeg stanja za trgovine: Antuninska 4, Ulica od Batale 2."</p> <ul style="list-style-type: none"> - Čl.42. stavak 6.- ukloniti "zona B" - Iz zone B ukloniti česticu 1567/3 (Od Batale 2) 	<p>Ne prihvaća se prijedlog uklanjanja čest. zem. 1567/3 jer nije u nadležnosti ovog Upravnog odjela.</p>
4.	GRAD DUBROVNIK Upravni odjel za kulturu i baštinu	Daje se načelni prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju	"Predlažemo da se omogući postavljanje informativne oznake/strate na ulaz u Lužu u kojoj se nalazi mjesto prodaje ulaznica za kulturne programe ustanova u kulturi, Dubrovačke kartice i sl. Bez oznake na ulazu nije jasno što se zapravo nalazi u Luži, a cilj Grada je na takvom frekventnom mjestu omogućiti informiranje o kulturnim programima koji se odvijaju trenutno u gradu te prodaju ulaznica za iste. Time se disperzira i dio turista sa samog Straduna s ciljem smanjenja gužvi. "	Ne prihvaća se prijedlog postavljanja strate prema stručnom mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku *
5.	IKIGAI d.o.o., Predrag Crnobrnja	Daje se načelni prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju	"Dozvola postavljanja statične svjetleće reklame na pročelje garaže i reflektora na pročelje kuće, bez video projekcije. Certificirano protiv svjetlosnog onečišćenja . Garaža i kuća su u privatnom posjedu. "	Ne prihvaća se prijedlog. U članku 42. predložene Odluke predloženo je 13 vrsta reklamnih predmeta koji se mogu postavljati u I zoni (zona zaštite A i B).

6.	MOJE TEZORO d.o.o., Karmen Gagro, Nera Njirić	Daju se načelne primjedbe	<p>"Prva i najstarija antikvarnica u Dubrovniku poslije rata, nalazi se na križanju Ulice Između Polača i Božidarevićeve. Aktivna je od 1995 godine.</p> <p>Iako vrlo blizu Straduna nije vidljiva i jedino moguće riješene su bila dva okomita panoa 135x11 cm i 176x18 cm na bijeloj podlozi crnim slovima Antikviteti i Antiques , postavljeni na unutrašnjost kamene igle na bočnim vratima u Božidarevićevoj odnosno na uglu zgrade Između Polača.</p> <p>Na uglu prema Božidarevićevoj imali smo umjetnički izrađen cimer, akademskog kipara Zvonimira Lončarića i dizajnera Mihajla Arsovskog, dva naša najreferentnija umjetnika s konca 20 stoljeća.</p> <p>Za taj cimer imali smo suglasnost Zavoda za zaštitu kulturne baštine iz 1997 godine, te najnoviji od 31.svibnja 2019.</p> <p>Estetika likovnog rješenja za reklamiranje ovog jedinstvenog mjesta u Gradu dobro je promišljena i dogovorena sa stručnjacima i bila je u funkciji preko 20 godina, da bi pred mjesec dana pod prijetnjom kazne od 12.000 kuna morala biti uklonjena.</p> <p>Iako smo pred više od mjesec dana uplatili oglašavanje na novim stratama, ove do danas još nisu postavljene.</p> <p>Premda smo pred više od mjesec dana uplatili oglašavanje na novim stratama, one do danas još nisu postavljene.</p> <p>U međuvremenu dok se naš prostor više nikako ne vidi niti prepoznaje, osvanuo je veliki štafelaj na uglu Straduna i Božidarevićeve ulice koji reklamira turističku agenciju koja se nalazi u Nalješkovićevoj ulici na suprotnoj strani Straduna i nema nikakve veze sa sadržajem naših dvaju Ulica.</p>	<p>Ne prihvaća se prijedlog - "cimeri" predstavljaju oznaku ceha obrtnika koji nisu reklamni predmeti.</p> <p>Za predmetnu reklamu turističke agencije – postupak je u tijeku.</p>
----	--	---------------------------------	--	--

		<p>Smatramo da bi se obavijesti i reklame u ulicama trebale odnositi samo na one subjekte koji se tamo nalaze.</p> <p>Svojim dimenzijama ovaj štafelaj zauzima 1/4 širine ulice i zaklanja pogled i ulaz u nju.</p> <p>U međuvremenu Stradun gubi izloge, osobito ukusno uređene izloge koji se pretvaraju u bankomate.</p> <p>Izgledom naših dvaju izloga i sadržajem u unutrašnjosti naš bi se grad trebao samo ponositi i hvaliti a danas je potpuno nevidljiv i u njega više nitko ne ulazi.</p> <p>Sve se to događa u jeku turističke sezone pa se s pravom se pitamo mislili netko odgovorno na naše egzistencije ili ćemo se i mi pretvoriti u bankomate, sladolede i gumene bombone.</p> <p>Kakva razina se od Dubrovnika traži i imamo li svi skupa pravo na neku razinu kulturne i profinjene sredine ili ćemo sve skupa banalizirati i komercijalizirati.</p> <p>Smatramo da ovaj problem mogu zajednički riješiti stručnjaci: arhitekti, urbanisti, konzervatori, povjesničari umjetnosti i dizajneri.</p> <p>Njihova bi stručna pomoć znatno doprinijela općem izgledu Grada u turističkoj sezoni i pomogla poslovnim subjektima da nesmetano rade i funkcioniraju.</p> <p>Molimo naslov da izađe na teren i da u živo vidi što se sve događa te da razmotri ovo naše pismo i odobri dosadašnje rješenje.</p> <p>Napominjem da smo mi otvoreni cijelu godinu i da dajemo besplatne ekspertize i procjene umjetničkih predmeta i antikviteta, pa bi bilo lijepo da nas naši građani mogu i pronaći.</p>	
--	--	---	--

7.	Ivica Tolja	Daje se načelni prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju	"Poštovani dajem prijedlog da se na postojeći stalak sa cjenikom može pričvrstiti ili zakačiti kutija za držanje letaka od ugostiteljskog objekta. Time bi se izbjeglo davanje letaka gostima u ruke od strane konobara tj. djelatnika, nego bi gosti zainteresirani za ugostiteljski objekt sami uzimali letke iz stalka sa cjenikom. Isto tako dajem prijedlog da se ispod stalka sa cjenikom stavi ploča za pisanje, na kojoj bi se moglo napisati ime objekta i neki popust za neko određeno jelo i napitak. U atačmentu šaljem slike stalka kako bi izgledao sa pločom i kutijom za letak. "	Ne prihvaća se prijedlog. Izgled stalka za cjenik je već definiran i postavljanje dodatnog stalka za letke narušio bi prethodno predloženi izgled stalka.
8.	Vladimir Šarić	Daje se načelno mišljenje na nacrt Odluke o reklamiranju	<p>U vezi Nacrta Odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika smatram potrebnim u Odluci izričito zabraniti reklamiranje postavljanjem reklamnih elemenata na kamene ovratnike koji se u posljednje vrijeme sve češće pojavljuju na vratima trgovačkih radnji i agencija. Najdrastičniji primjer je reklama na baroknim vratima ljetnikovca Đorđić na Pilama (bivši Atlas i DM), slijedi prodavaonica PEMO u Antuninskoj ulici, pa nedavno Konzum na Gundulićevoj poljani, niz u Širokoj ulici preko puta ulice Vara, te najnovija na palači Maineri 5 u istoj ulici.</p> <p>Sve navedene reklame trebalo bi hitno ukloniti kako bi se spriječilo njihovo masovno postavljanje koje očito uzimlje maha.</p>	Mišljenje/komentar
9.	Luka Šimunović	Daje se načelno mišljenje i primjedba na čl. 42. st. 10. nacrta Odluke o reklamiranju	<p>"Mislim da je ovo savjetovanje za svaku pohvalu. Nisam siguran da će dosta poduzetnika sudjelovati zbog ispunjanja obrazaca putem interneta. Moj prijedlog je sljedeći put da komore podjele obrasce poduzetnicima da ih ispune i njima predaju.</p> <p>Moja primjedba na nacrt odnosi se na članak 42. Stavak 10. U kojemu je onemogućeno trgovcima na ulici Prijeko da imaju kantunale u obliku skova L, (za V nisam siguran) što je i te</p>	Ne prihvaća se prijedlog jer je predloženom Odlukom u članku 42. predloženo 13 vrsta reklamnih predmeta koji se mogu postavljati u I

			kako bitno za poslovanje jer u ulicama do širine 5 m je nužno imati iste kako bi gosti u prolazu mogli primijetiti i svratiti u kupovinu. Iz vlastitog iskustva mogu potvrditi da skidanjem istih kantunala promet je drastično pao. "	zoni (zona zaštite A i B).
10.	UDRUŽENJE OBRTNIKA DUBROVNIK	Daje se načelni prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju	"U Rješenja o odobrenju za postavljanje reklamnih predmeta i reklamnih panoa dodati klauzulu da se Rješenja izdaju na rok od dvije (2) godine dana"	Prihvaća se prijedlog. U razmatranju prijedloga zaključeno je da korisnici reklamnih predmeta svoju djelatnost obavljaju u prostorima za koje najčešće imaju zaključene ugovore o zakupu poslovnog prostora na više od jedne godine.
11.	Mara Kolić Pustić	Daje se načelno mišljenje na nacrt Odluke o reklamiranju	"Poštovani, Mišljenja sam da u vremenu interneta i google mapsa mogućnosti fizičkog reklamiranja u prostoru treba svesti na apsolutni minimum. Maskiranje kamenih igli vrata i prozora je potpuno neprihvatljivo. Vizure i identitet grada moraju biti u prvom planu. Označavanje na feralima i sličnim upotrebnim rekvizitima u prostoru koji bi u njemu svakako postojali u kombinaciji s internetskim pretraživanjem i google mapsima je sasvim dovoljno. "	Mišljenje/komentar
12.	Alen Avdić	Daje se načelni prijedlog na nacrt	"Štovani, Obraćamo Vam se kao nadležnoj instanci u vezi javnog savjetovanja o reklamiranju na području Dubrovnika	Ne prihvaća se prijedlog prema stručnom mišljenju

		<p>Odluke o reklamiranju</p> <p>(Stari grad), kao vlasnik putničke agencije Deep Green travel j.d.o.o Getaldićeva ulica br. 5, čije je sjedište u unajmljenom prostoru</p> <p>U istoj ulici od Straduna do vrha Getaldićeve ulice nalazi se popularni restoran Nava i još četiri putničke agencije uz Deep Green travel.</p> <p>Odlukom od prošle godine nam je onemogućeno držanje reklamnih panoa na početku ulice sa Straduna, što naš posao prodajne djelatnosti putničke agencije, bez mogućnosti oglašavanja čini nemogućim.</p> <p>Naime, još uvijek postoji strata na kojoj piše da se u ulici nalazi salon za masažu koji je zatvoren prije par godina. Strata sa oznakama djelatnosti je važna kao i sama reklama na početku ulice.</p> <p>Nadam se da Vam je poznato pismo jednog vlasnika putničke agencije otprije nekoliko dana koji je kao savjestan građanin i pravna osoba napisao pismo za Dubrovački dnevnik, u kojemu naglašava da cvijeta takozvani " black market" na ulicama od Gruža do Starog grada, čime agencije koje uredno plaćaju poreze i prireze, PDV itd., su stjerane u kut do granice izdržljivosti, jer nemaju prodaju, a još bez reklamnih panoa koji su prije postojali, mnogi će morati zatvoriti svoje objekte jer neće moći opstati. Da ne govorimo koliko grad Dubrovnik i država Hrvatska time gube, te radnici koji će ostati bez posla i bez prihoda.</p> <p>Kao građanin grada u kojem sam rođen, naglasio bih poznatu Vam stvar sa vodičima koji prave velike gužve, pa nikom ništa. Mi poslujemo u zatvorenom prostoru i ne pravimo gužve, samo molimo da nam se odobri alat za raf.</p> <p>Podržavamo i jučerašnji performans na Stradunu zbog bankomata, građani</p>	<p>Konzervatorskog odjela u Dubrovniku.*</p>
--	--	--	--

			<p>napravili funero za mrtve izloge. Sve skupa uništava vizuru našeg lijepog grada.</p> <p>Stoga Vas molimo razmotrite našu zamolbu i vratite nam alat za rad, reklamiranje na početku ulice, promijenite strate, da bi bili prepoznatljiviji i mogli nastaviti uredno plaćati PDV poreze, prireze.</p> <p>Nadamo se da ćete pozitivno riješiti naše zamolbe. "</p>	
13.	Marin Krstulović, GK Grad, Udruga Grad	Daje se načelno mišljenje i primjedbe na čl. 27., 28., 42., 48., 61., nacrtu Odluke o reklamiranju	<p>Potrebno je zabraniti kantunale, u zoni A te na zaštićenim objektima u svojstvu kulturnog dobra uvesti konzervatorsku suglasnost za bankomate. Izmjene odluke o oglašavanju ulica prema Stradunu.</p> <p>Kao zamjena za kantunale predlažem reklamiranje na tendama gdje je dozvoljeno ispisati vrstu objekta (caffè bar, pub, pizzeria, restaurant, turistička agencija) i ime objekta odnosno suncobranima.</p> <p>Naravno ukoliko imaju dozvolu za tende i suncobrane te iznajmljuju javnu površinu od grada Dubrovnika.</p> <p>Izmjene: Članak 27. Točka 1.</p> <p>U zoni A te na svim objektima pod zaštitom bez obzira na zonu zabranjuje se postavljanje L i V panoa (kantunala).</p> <p>Ova odluka proizlazi iz nemogućnosti postavljanja istih bez oštećenja</p>	<p>Ne prihvaća se prijedlog. Suglasnost Konzervatorskog odjela Ministarstva kulture u Dubrovniku za postavljanje bankomata nije predmet ove Odluke. To je uređeno Odlukom o izmjenama i dopunama Odluke o komunalnom redu koja je upućena na sjednicu Gradskog vijeća Grada Dubrovnika.</p> <p>Ne prihvaća se prijedlog prema stručnom mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku</p>

			<p>kamenih dovratnika i igala otvora te zbog zaklanjanja dovratnika i otvora objekata pod zaštitom. Za postavljanje kantunala na zaštićenim objektima te bilo gdje u zoni A potrebno je ishoditi suglasnost konzervatorskog odjela, Ministarstva Kulture u Dubrovniku.</p> <p>Točka 3.</p> <p>Informativni reklamni panoi – štafelaji postavljaju se na zadnjem rubu ucrtane javne površine prema najbližim glavnim ulicama. (Placa, Od Puča, Prijeko) s desne ili lijeve strane ovisno o Planu korištenja javnim površinama u Povijesnoj jezgri Grada; Ukoliko na spoju ulice ne postoji javna površina štafelaji se postavljaju na rubu zadnje ucrtane javne površine.</p> <p>Objašnjenje izmjene</p> <p>Zbog nemogućnosti ravnopravnog postavljanja informativnih reklamni panoa u ulicama koje imaju preko 4 radnje, a kako ne smije doći do nemogućnosti prolaza i zatvaranja koridora (potrebna 2 panoa recimo na izlazu na Placu) smatramo da se oglašavanje treba vršiti na najbližoj prometnoj ulici a to su Placa, Od Puča i Prijeko na već određenim javnim površinama. Neizmijenjena odluka je direktno protiv moratorija na dodjeljivanje javnih površina te se protivi izjavama Gradonačelnika o ne povećanju zauzetih javnih površina.</p> <p>Izmjena</p> <p>Članak 28.</p> <p>Točka 1.</p> <p>- na javnu površinu neposredno uz ulaz u poslovni prostor korisnika, na način da dio reklame mora doticati zid čime ne prelazi predviđenu širinu od 50 cm. te ostavlja prolaz pješaka od 1,40 m u sporednim ulicama. U slučaju postojanja i korištenja javne površine</p>	<p>prihvaćeni su „V“ kantunali.</p> <p>Ne prihvaća se prijedlog. Za postavljanje reklamnih panoa – štafelaja ne postoje ucrtane javne površine, odnosno, nisu ucrtane u Plan korištenja javnih površina. Postavljanje gore spomenutih reklamnih predmeta nije prihvatljivo prema stručnom mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku</p> <p>Ne prihvaća se prijedlog.</p> <p>Predmetnim člankom uređeno je postavljanje pokretnih reklamnih panoa za 2., 3. i 4. zonu</p>
--	--	--	---	--

			<p>s druge strane ulice čime se smanjuje prolaz pješaka ispod koridora od 1,40 metara, reklama se postavlja na suprotnu površinu od ulaza u objekt, na površinu koja je već ucrtana u Planu upravljanja javnim površinama</p> <p>Članak 42. Prva zona Točka 1., Stavak 8.</p> <p>informativni reklamni panoi – štafelaji postavljaju se na početku ulica koje graniče sa ulicama Placa i Od Puča, s desne ili lijeve strane ovisno o Planu korištenja javnim površinama u Povijesnoj jezgri Grada;</p> <p>Mijenja se prema predloženoj izmjeni Članka 28. Točke 1.</p> <p>Informativni reklamni panoi – štafelaji postavljaju se na zadnjem rubu ucrtane javne površine prema najbližim glavnim ulicama. (Placa, Od Puča, Prijeko) s desne ili lijeve strane ovisno o Planu korištenja javnim površinama u Povijesnoj jezgri Grada; Ukoliko na spoju ulice ne postoji javna površina štafelaji se postavljaju na rubu zadnje ucrtane javne površine.</p> <p>Članak 42. Točka 1. Stavak 10.</p> <p>10. pokretni reklamni panoi u obliku slova "L" (kantunali) na kamene igle od ulaza u poslovni prostor suvenirnica i trgovačko-uslužnih i ugostiteljskih radnji;</p> <p>Pokretni reklamni panoi u obliku slova "L"(kantunali) ne mogu se postavljati u ulici Placa, Od Puča, Prijeko i Pred Dvorom;</p> <p>Pokretni reklamni panoi u obliku slova "V" (kantunali) na kamene igle od ulaza u poslovni prostor trgovačko – uslužnih radnji, osim ugostiteljskih objekata, galerija i turističkih agencija, na način</p>	<p>(ne odnosi se za 1. zonu).</p> <p>Ne prihvaća se prijedlog prema stručnom mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku*</p> <p>Ne prihvaća se prijedlog prema mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku.*</p>
--	--	--	--	---

		<p>da kantunal može izlaziti iz okvira vrata do 30,00 cm.</p> <p>Pokretni reklamni panoi u obliku slova "V" (kantunali) ne mogu se postavljati u ulicama koje su Planom korištenja javnim površinama u Povijesnoj jezgri Grada određene kao pješački koridori (Brsalje, Vrata od Pila, Poljana Paska Miličevića, Placa, Pred Dvorom, Od Puča, Široka, Boškovićeve, Miha Pracata, Lučarica, Sv. Dominika, Vrata od Ploča).</p> <p>Članak 42. Točka 1, Stavak 10. se briše</p> <p>Članak 42.</p> <p>Točka 2. Dodaje se. Na jednom izlogu dozvoljen je najviše jedan bankomat. Za svako postavljanje bankomata potrebno je ishoditi suglasnost Konzervatorskog odjela u Dubrovniku - Ministarstva Kulture u zoni A te na svim objektima koji imaju svojstvo zaštićenog kulturnog dobra (pod konzervatorskom zaštitom).</p> <p>Članak 48.</p> <p>Točka 7.</p> <p>Za postavljanje reklama i reklamnih panoa potrebno je rješenje upravnog odjela nadležnog za komunalno gospodarstvo.</p> <p>Dodaje se,</p> <p>Za postavljanje bankomata u zoni A te u ostalim zonama, prilikom postavljanja bankomata na objektima koji imaju svojstvo kulturnog dobra potrebno je ishoditi suglasnost Konzervatorskog odjela u Dubrovniku - Ministarstva Kulture.</p> <p>Članak 61.</p> <p>Dodaje se,</p> <p>Stavak 5.</p> <p>Oštećenja uzrokovana reklamiranjem u zoni A ili na objektima koji imaju</p>	<p>Ne prihvaća se prijedlog.</p> <p>Postavljanje bankomata nije predmet predložene Odluke.</p> <p>Ne prihvaća se prijedlog.</p> <p>Postavljanje bankomata nije predmet predložene Odluke.</p> <p>Prihvaća se prijedlog. Posebnom odredbom</p>
--	--	--	---

			<p>svojstvo kulturnog dobra rezultat će trajnom zabranom reklamiranja.</p> <p>Stavak 6.</p> <p>Ukoliko se ponavlja nepoštivanje odluke te komunalno redarstvo izreče dva prekršaja, drugi prekršaj rezultira uklanjanjem reklame te zabrane reklamiranja istom na 30 dana. Ukoliko se treći put prekrši odluka Kazna je trajna zabrana reklamiranja.</p> <p>Napomena:</p> <p>Kao zamjena za kantunale predlažem reklamiranje na tendama gdje je dozvoljeno ispisati vrstu objekta (caffe bar, pub, pizzeria, restaurant, turistička agencija) i ime objekta odnosno suncobranima. Naravno ukoliko imaju dozvolu za tende i suncobrane te iznajmljuju javnu površinu od grada Dubrovnika.</p>	<p>Odluke će se urediti zabrana reklamiranja u slučaju reklamiranja ukoliko se rješenjima Konzervatorskog odjela u Dubrovniku utvrdi oštećenje kulturnog dobra.</p> <p>Prihvaća se prijedlog. Posebnom odredbom bit će uređeno da se korisniku koji prekrši odredbe Odluke o reklamiranju neće odobriti reklamiranje za razdoblje od 2 godine.</p> <p>Ne prihvaća se prijedlog. Odlukom o komunalnom redu zabranjeno je postavljanje tendi.</p>
--	--	--	--	---

14.	Mirsad Duraković	Daje se načelni prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju	Prijedlog: Jedna tabla naslonjena na stalak ispod menija cisto da se može vidjeti šta određeni ugostiteljski obrt nudi....pri tom ako objekt ima izlaz odnosno ulaz na dvije strane npr. Ulica od puča i Stradun ako je moguće da se odobre 2 takva stalka. ništa više nikakvo kićenje i narušavanje izgleda povijesne jezgre..	Ne prihvaća se prijedlog. Predložena Odluka ne sadrži ograničenja po broju stalaka.
15.	Srđan Brkić	Daju se načelne primjedbe i prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju	<p>Poštovani,</p> <p>sudjelujući u postupku savjetovanja za izradu Nacrta odluke o reklamiranju na području Grada Dubrovnika ovim putem vam upućujem naše primjedbe koje se odnose na zone na području Grad Dubrovnika na kojima se mogu postavljati i isticati reklamni predmeti, kao i na način i vrstu postavljanja reklamnih predmeta.</p> <p>UO Jedro posluje u objektu na adresi Čubranovićevea broj 2, koji je položajno smješten s desne strane navedene ulice, gledajući s glavne ulice Placa, te koristi dio javne površine neposredno uz ulazna vrata svog objekta.</p> <p>Reklamna strata (još uvijek stara tj. s nepostojećim objektima) je postavljena na zidu uz sam rub ulice prema Stradunu, na kojima su otisnuti nazivi više ugostiteljskih objekata, te stolovi (visoki) susjednog objekta.</p> <p>Položaj stolova na dijelu javne površine koju koristi susjedni ugostiteljski objekt je takav da naš ugostiteljski objekt ne može biti uočljiv s Place.</p> <p>Stoga predlažemo da se i nama omogući postavljanje vanjskog reklamnog objekta na početku ulice (pulta-stalka), kojim bismo gostima mogli prezentirati naš ugostiteljsku ponudu i čime ne bismo bilo u neravnopravnom položaju s drugim ugostiteljskim objektom koji takav reklamni pult-stalak već koristi.</p>	Ne prihvaća se prijedlog. Ugostiteljski objekti svoje stalke za cjenike mogu postavljati samo u okviru zakupljene površine.

			<p>U nadi da ćete razumjeti u kakvom se neravnopravnom položaju nalazimo i da ćete prihvatiti naše prijedloge srdačno vas pozdravljam.</p> <p>p.s. u privitku dostavljam fotografiju da vam bude jasnije u čemu je problem i zašto predlažemo ravnopravnije reklamiranje.</p>	
16.	Ante Vlašić	Daje se načelni prijedlozi na nacrt Odluke o reklamiranju	<p>Prijedlozi naših članova su u dopisu poslanom 09.travnja 2019. Dopis je u prilogu.</p> <p>Dodatak na dopis:</p> <p>Molimo da privremene strate za reklamiranje koje bi trebale po zadnjem prijedlogu biti izvještene iznad lokala imaju dimenzije do 150 cm širine.</p> <p>Također, da se dopusti na stalak za cjenik postaviti dodatak za letke lokala.</p> <p>Poštovani gospodine Frankoviću,</p> <p>Nastavno na sastanak kojega ste održali s predstavnikom ugostitelja te predstavnikom ŽK Dubrovnik, 1. ožujka 2019., na temu aktualne Odluke</p>	<p>Ne prihvaća se prijedlog o povećanju dimenzije strate jer su prema stručnom očitovanju Konzervatorskog odjela * prihvatljive strate dimenzija 50X70 cm i to uz ulaz, a ne poviše ulaza u poslovni prostor.</p> <p>Ne prihvaća se prijedlog. Izgled stalka za cjenik je već definiran i postavljanje dodatnog stalka za letke narušio bi prethodno predloženi izgled stalka.</p>

			<p>o reklamiranju na području Grada Dubrovnika te zaključka da će Vam ugostitelji dostaviti prijedloge izmjene Odluke, u nastavku donosimo slijedeće prijedloge:</p> <p>1. svaki objekt bi trebao imati svoj individualni vizualni identitet kroz osvijetljenu reklamu – naziv objekta i to u svim zonama, bila to prva zona sa oznakom A, B ili C zone zaštite ili druga, treća te ostale zone. Bez adekvatne oznake poslovnog prostora gosti i kupci neće biti u mogućnosti razlikovati poslovni prostor od stambenog, skladišnog, sakralnog i slično;</p> <p>2. svaki objekt bi trebao imati svoj naziv (ime), vrstu djelatnosti te ponudu. Trebalo bi dopustiti da slova mogu biti na klobucima tendi ili na suncobranu, uredan natpis na staklu, bilo da se radi o ugostiteljskom objektu ili trgovini (na primjer GANT, Borza Grupa, mjenjačnice, banka i slično);</p> <p>3. treba razlikovati Stradun, koji je u prvoj zoni od Brsalja, Pila i Ploča. Ne mogu važiti ista pravila reklamiranja jer Brsalje, Pile i Ploče nisu unutar povijesne jezgre. Naime, Brsalje na primjer nemaju redovno čišćenje od strane Čistoće, dok je to slučaj unutar povijesne jezgre. Isto vrijedi i za rasvjetu;</p> <p>Na Brsaljama, Pilama i Pločama postoji mali broj reklama koje su uredno posložene i estetski ugodne</p>	<p>Ne prihvaća se prijedlog. Člankom 42. i 44. Odluke predloženi su prihvatljivi oblici reklamiranja.</p> <p>Ne prihvaća se prijedlog. Natpisi na tendama su dozvoljeni u svim zonama osim u prvoj.</p> <p>Naljepnice prema mišljenju Konzervatorskog odjela u Dubrovniku nisu prihvatljive.*</p> <p>Ne prihvaća se prijedlog. U članku 42. predložene Odluke predloženo je 13 vrsta reklamnih predmeta koji se mogu postavljati u I zoni (zona</p>
--	--	--	---	---

		<p>oku. Smatramo da navedene reklame nikako ne narušavaju sklad prostora koji predstavlja „predvorje“ stare gradske jezgre;</p> <p>4. predlažemo popis vrsta i tipova reklama koje bi trebalo odobriti i u I. zoni (bilo da se radi o zoni zaštite A, B ili C):</p> <p>a) reklamni natpisi na stratama s opisanim djelatnostima i nazivom objekta (dimenzija do max 100 cm širine i 150 cm visine),</p> <p>b) reklamni natpis / logo na preklopima tendi i klobucima tendi,</p> <p>c) reklamni logo,</p> <p>d) osvijetljeni / svjetleći reklamni logo (Pile, Ploče i Brsalje),</p> <p>e) osvijetljene/ svjetleće reklamne ploče (Pile, Ploče i Brsalje),</p> <p>f) reklamne ploče izrađene od pojedinačnih slova (Pile, Ploče i Brsalje),</p> <p>g) osvijetljene / svjetleće reklamne ploče izrađene od pojedinačnih slova (Pile, Ploče i Brsalje),</p> <p>h) reklamni stupovi – totemi – osvijetljeni (Pile, Ploče i Brsalje),</p> <p>i) jednostrani (dimenzije do max 80 cm x 120 cm) ili dvostrani informativni stalak bez i sa držanjem letaka (dimenzije do max 85 cm x 220 cm),</p> <p>j) A – panoi (dimenzije do max 75 cm x 145 cm);</p> <p>5. predlažemo da se napusti strogo definirani izgled stalaka za cjenike iz Odluke jer smatramo da je individualnost u ugostiteljskom poslovanju izrazito važna te ne bi smjela biti ograničena proizvodom jednog proizvođača, istom bojom, oblikom ili materijalom. Ograničenja bi trebala biti isključivo zadana</p>	<p>zaštite A i B) i članka 44. Odluke kojim je predloženo 6 vrsta reklamnih predmeta koji se mogu postavljati u I zoni (zona zaštite – C).</p> <p>Ne prihvaća se prijedlog. Stalci su definirani samo za I zonu , za ostale zone izgled stalaka nije definiran.</p>
--	--	---	---

			<p>dimenzijama, kako stalci ne bi ometali prolaznike.</p> <p>Prednja strana stalka bi trebala imati ploču na kojoj se može napisati ponuda dana, happy hour, program glazbe ili slično;</p> <p>6. trebalo bi omogućiti postavljanje više stalaka za cjenik na zakupljenoj javnoj površini, kao što je bilo riječi na sastanku ugostitelja s Gradonačelnikom u Maloj vijećnici 2018. godine. Neki ugostiteljski objekti imaju prilaz javnoj površini iz više ulica te bi se na taj način potencijalni gosti mogli uopće informirati o ponudi pojedinog objekta;</p> <p>7. predlažemo da se omogući postavljanje stalka ili zidnog ormarića za cjenike ispred ugostiteljskih objekata izvan I. zone, koji nemaju zakupljenu javnu površinu za stolove. Po postojećim pravilima nije moguće zatražiti rješenje Odjela za reklamiranje Grada Dubrovnika za postavljanje stalka ukoliko nije zakupljena javna površina za stolove.</p> <p>Nadamo se da ćete uvažiti naše prijedloge na opće zadovoljstvo i korist.</p>	<p>Ne prihvaća se prijedlog. Predložena Odluka ne sadrži ograničenja po broju stalaka.</p> <p>Ne prihvaća se prijedlog. U predloženoj Odluci je omogućeno postavljanje reklamnih ormarića u svim zonama osim u prvoj, te postavljanje stalaka na javnu površinu neposredno ispred ulaza u poslovni prostor.</p>
17.	Nikolina Farčić	Daje se načelna primjedba	<p>Poštovani,</p> <p>Već smo uputili primjedbu na radnom sastanku sto se tiče svjetlosnog i zvučnog onečišćenja i u kontekstu reklamiranja od strane bankomata u zaštićenim zonama, a isto se odnosi i na sve druge djelatnosti, dakle nemam svjetlosnih i zvučnih reklama u A zoni</p>	<p>Izvan roka.</p> <p>Ne prihvaća se. Postavljanje bankomata nije predmet ove Odluke. To je</p>

			<p>zaštite kako za ugostiteljstvo, pa tako očekujemo i za sve druge djelatnosti, posebno ovu bankarsku, odnosno djelatnost mjenjačnica.</p> <p>Postoji još jedna ključna argumentacija u tom kontekstu, a to su pješački koridori.</p> <p>Upravni odjel je već definirao te ulice kao pješačke koridore i u kontekstu plana korištenja javnim površinama i u kontekstu pravilnika o reklamiranju, stoga ne vidim problem da se argumentacija pješačkih koridora koristi od strane Grada Dubrovnika i u kontekstu zabrane bankomata.</p> <p>Utoliko se jednom rečenicom eliminira postojanje istih u :</p> <p>Ulica od Puca Miha Pracata Boškovićeve Široka Stradun (uz iznimku banaka Otp i Pbz kojima je to primarna, odnosno jedina djelatnost), a na način da se u ulicama deklariranim kao pješački koridori isti ne mogu postavljati u izloge prema ulici.</p>	<p>uređeno Odlukom o izmjenama i dopunama Odluke o komunalnom redu koja je upućena na sjednicu Gradskog vijeća Grada Dubrovnika.</p>
18.	GRAD DUBROVNIK Upravni odjel za turizam, gospodarstvo i more	Daje se načelni prijedlog na nacrt Odluke o reklamiranju	Ljubazno se moli da se u Odluku o reklamiranju na području Grada Dubrovnika izričito navede i mikrolokacija za postavljanje strata i to ispod prozora zamjenice Gradonačelnika gđe. Orlande Tokić ili iznad glavnog ulaza u kino Sloboda odnosno Lužu, dužine 2,20m, visine 1,60m koja bi služila isključivo u nekomercijalne svrhe i to za projekte od interesa Grada Dubrovnika kao i ustanova u (su)vlasništvu Grada Dubrovnika.	Izvan roka. Prihvata se prijedlog. Postavljanje strate na predloženu lokaciju bit će omogućeno isključivo u nekomercijalne svrhe i to za projekte od interesa Grada Dubrovnika kao i ustanova u (su)vlasništvu Grada Dubrovnika.

* STRUČNO OČITOVANJE KONZERVATORSKOG ODJELA NA NACRT ODLUKE O REKLAMIRANJU

Dostavlja se, kako slijedi:

Članak 9.

Stavak 4. (...) a postavljaju se **uz** ulaz u poslovni prostor (maks. dimenzija **50 x 70 cm**)

Članak 42.

Stavak 1. točka 4. informativne strate uz ulaz u poslovni prostor trgovačko – uslužnih i ugostiteljskih radnji osim turističkih agencija i to samo u zoni B

točka 6. **briše se**

točka 7. briše se : **turističkih agencija**

točka 8. **briše se**

točka 10. **tekst bi trebao glasiti:**

Pokretni reklamni panoi u obliku slova "V" (kantunali) na zidu do kamene igle (dovratnika) ulaza u poslovni prostor trgovačko – uslužnih radnji, osim ugostiteljskih objekata i galerija na način da kantunal može od zida izlaziti maksimalno 25,00 cm.

Pokretni reklamni panoi u obliku slova „V“ (kantunali) ovješeni su o najviše dva nosača koji se sidre u fugu (sljubnicu) zida od ulaza u poslovni prostor.

Pokretni reklamni panoi u obliku slova "V" (kantunali) ne mogu se postavljati u ulicama koje su Planom korištenja javnim površinama u Povijesnoj jezgri Grada određene kao pješački koridori (Brsalje, Vrata od Pila, Poljana Paska Miličevića, Placa, Pred Dvorom, Od Puča, Široka, Boškovićeve, Miha Pracata, Lučarica, Sv. Dominika, Vrata od Ploča).

Na pokretnim reklamnim panoima u obliku slova „V“ (kantunalima) na jednojnoj podlozi može se istaknuti ime tvrtke, poslovnog prostora i djelatnost;

Pokretni reklamni panoi u obliku slova „V“ (kantunali) uklanjaju se izvan trajanja radnog vremena ;

Svaki poslovni prostor može imati najviše jedan kantunal;

Dimenzije, materijal, oblikovanje i detalji postavljanja „kantunala“ su standardizirani i usklađeni s predloškom kojeg će odobriti Grad Dubrovnik.

Stavak 2. **na kraju teksta dodati rečenicu:** Površina stakla izloga koju ne zauzima sučelje bankomata mora biti prozirna

Stavak 3. **u tekstu dodati:** (...), te u sponzorske svrhe **kulturnih manifestacija** mogu se obavljati reklamiranja projekcijom (...)

Gore iznesenim korekcijama i nadopunama ukinula bi se mogućnost postavljanja reklamnih panoa u obliku slova „L“ (kantunala). Iz dosadašnje je prakse razvidno da ovakav način reklamiranja uzrokuje materijalnu štetu na kulturnim dobrima te narušava njihov izgled, kao i izgled zaštićene povijesne jezgre u cjelini. Naime, postavljanjem „L“ kantunala fizički se oštećuju i vizualno zaklanjaju dijelovi kamenih portala i vrata, a koji nerijetko predstavljaju najreprezentativniji element arhitektonske opreme dubrovačkih kuća i palača.

Troškovi provedenog savjetovanja	Provedba internetskog savjetovanja nije iskazivala dodatne financijske troškove.	
Tko je i kada izradio izvješće o provedenom savjetovanju?	<p>Ime i prezime:</p> <p>Kata Dugandžić, mag. oec. Viši stručni suradnik za javne površine</p> <p>Marita Daničić, dipl. iur. Viši savjetnik, specijalist</p>	<p>Datum:</p> <p>21. lipnja 2019.</p>