

О Д Л У К А
о рекламирању на територији Града Бањалуке
бр. 26/13, 06/14 и 04/17
(неспљивени пречишћени текст)

I – ОСНОВНЕ ОДРЕДБЕ

Члан 1.

Овом одлуком, утврђују се: зоне рекламирања, тип, величина, услови, начин и поступак за постављање рекламних медија - на јавним и другим површинама на територији града Бањалуке (у даљем тексту: Града), као и висина и начин плаћања накнада за самостојеће рекламне паное - поред магистралних и регионалних путева.

Члан 2.

(1) **Рекламирање**, у смислу ове одлуке, је свако представљање неког производа, услуге или дјелатности на посебно изграђеним објектима за рекламирање, постављеним на јавним и површинама - видљивим са јавних површина, као и на објектима који се могу користити за постављање осталих рекламних медија, под условима и на начин прописан овом одлуком.

(2) **Рекламна порука** је обавјештење - које садржи непосредну или посредну препоруку одређеног лица, у вези са активностима, производима, услугама, робом и сл. путем рекламирања.

(3) **Пословним именом** сматра се сваки истакнути назив или име правног или физичког лица - које је идентично називу или имену садржаном у одобрењу надлежног органа, и истакнуто на улазу у сваки пословни простор на одговарајућој табли, а у складу са посебним прописима.

Члан 3.

(1) За постављање самостојећих и осталих рекламних медија, територија града Бањалуке - подијељена је на четири зоне:

а) **Екстра зона**: обухвата простор ужег градског подручја, и то улице: Краља Петра I Карађорђевића (дио од улице Браће Мажар и мајке Марије до Алеје Светог Саве), Бана Милосављевића, Веселина Маслеше, Ивана - Фрање Јукића, Гајева, Иве - Лоле Рибара, Тржничка, Ђуре Даничића, Јеврејска (од Трга Крајине до улице Ђуре Даничића), Теодора Колокотрониса (дио уз сјеверну страну тврђаве Кастел) и дио улице Цара Душана - од улице Теодора Колокотрониса до улице Краља Петра I Карађорђевића, са објектима лоцираним са једне и са друге стране улице, осим задње фасаде.

Екстра зони припада и простор и објекти са обје стране магистралног пута, и везе тог пута - ако су са њих директно сагледиви; затим - аутобуска и железничка станица, стајалишта и терминали јавног градског превоза, трговински и тржни центри, спортски објекти и спортски комплекси и туристички објекти.

б) **I зона**: обухвата простор ужег градског подручја - омеђен улицама: Браће Мажар и мајке Марије (дио од улице Војводе Момчила), Војводе Момчила (дио од улице Браће Мажар и мајке Марије до Булевара Цара Душана), Книнска, Николе Тесле, Видовданска, Вука Караџића (дио од Видовданске), Алеја Светог Саве (дио до Гундулићеве), Гундулићева, Гавре Вучковића, Милана Ракића, Горана Радуловића - Бимбе - дио од улице Милана Ракића до ријеке Црквене, Теодора Колокотрониса од Црквене до улице

Патријарха Макарија Соколовића и већ поменута улица Патријарха Макарија - Соколовића.

I зони припада и простор и објекти са обје стране регионалног пута, и везе тог пута - ако су са њих директно сагледиви.

в) **II зона**: обухвата простор омеђен улицама: Омладинска (од улице Радоја Домановића), Крајишких бригада, Ивана - Горана Ковачића (дио од Западног до Источног транзита, Булевар Српске војске, Булевар Петра Бојовића, Булевар Десанке Максимовић, Југ Богдана (дио од улице Мајке Југовића), Стевана Булајића (дио од улице Југ Богдана до Крфске), Крфска, Патријарха Арсенија Чарнојевића (дио од Крфске до улице Бановић Страхиње), Бановић Страхиње, Гаврила Принципа (дио од улице Бановић Страхиње), Бранка Мораче и Радоја Домановића.

г) **III зона** обухвата преостали простор територије града Бањалуке.

(2) Објекти лоцирани са обје стране улице на граници двије зоне, осим задње фасаде, припадају вишој зони.

(3) Саставни дио Одлуке је графички прилог 1: – Прегледна карта зона (дио екстра зоне, I зона, II зона и дио III зоне).

графички прилог 1: – Прегледна карта зона (дио екстра зоне, I зона, II зона и дио III зоне).

II - ТИП, ВЕЛИЧИНА, УСЛОВИ И ПОСТУПАК ЗА ПОСТАВЉАЊЕ РЕКЛАМНИХ МЕДИЈА

Члан 4.

Под рекламним медијима, у смислу ове одлуке, подразумевају се:

- а) самостојећи, и
- б) остали рекламни медији.

Члан 5.

Постављање (изградња) самостојећих, као и осталих рекламних медија на јавним површинама и површинама видљивим са јавних површина, врши се под условима и на начин прописан Законом о уређењу простора и грађењу (Службени гласник Републике Српске, број 40/13), Законом о јавним путевима (Службени гласник Републике Српске, број 89/13), Законом о безбједности саобраћаја на путевима у Републици Српској (Службени гласник Републике Српске, број 63/11), Законом о ауторским и сродним правима (Службени гласник БиХ, број 63/10), и другим законским прописима и подзаконским актима - донесеним на основу тих закона, спроведеним документима просторног уређења, као и одредбама ове одлуке.

Члан 6.

(1) Постављање рекламних медија на фасаду или кров објекта - који представља културно-историјски споменик или се налази у зони заштите, врши се уз претходно испуњене услове из члана 5. ове одлуке, и уз сагласност републичког органа управе, надлежног за заштиту културно-историјског и природног наслеђа.

(2) Код санације или реконструкције објекта под заштитом - заштићеног добра, на платну може бити осликан само будући изглед фасаде тог објекта.

Члан 7.

На територији Града, рекламирање није дозвољено:

а) на јавним објектима - осим спортских, а истицање њиховог пословног имена и других њихових пословних

активности - не сматра се рекламирањем у смислу ове одлуке;

б) на гробљу и његовом припадајућем простору, вјерским објектима, спомен-обилежјима и спомен-комплексима, у заштитном појасу водотока.

в) на стубу или наличју саобраћајног знака, стубу или наличју семафора, стубу који носи ваздушну електро, ПТТ или другу мрежу, у троуглу прегледности раскрснице или укрштања пута са жељезничком пругом, односно на мјесту гдје би начином постављања, димензијама, обликом или изгледом била угрожена безбједност учесника у саобраћају, и/или заклоњена постојећа саобраћајна или путоказна сигнализација;

г) на дисплејима, макро-екранима - са филмском или ТВ сликом, и сличним уређајима који су усмјерени према саобраћајницама,

д) на мјестима гдје би - начином постављања, димензијама или обликом - било онемогућено одржавање објеката и уређаја комуналне инфраструктуре,

1. Самостојећи рекламни медији

Члан 8.

Под **самостојећим рекламним медијима**, у смислу ове одлуке, подразумевају се:

- а) самостојећи рекламни пано,
- б) јарбол,
- в) самостојећа рекламна витрина (city light, типа „тотем“)

Члан 9.

Самостојећи рекламни пано је намијењен истицању рекламне поруке, и може бити:

- а) самостојећи рекламни пано, површине до 6 m²;
- б) самостојећи рекламни пано, површине од 6 m² до 12 m²;
- в) самостојећи рекламни пано, површине од 12 m² до 50 m² (bigboard, megaboard и слични);
- г) самостојећи рекламни пано – типа „жирафа“;

(2) Изузетно, самостојећи рекламни пано може бити и површина - већих од 50 m², уколико то просторне могућности дозвољавају.

Члан 10.

Осим општих услова - прописаних у чл. 5. ове одлуке, за постављање самостојећег рекламног паноа, неопходно је водити рачуна и о испуњености посебних услова, односно, да се самостојећи рекламни пано:

- а) поставља у складу са просторним могућностима;
- б) не заклања и не умањује видљивост вертикалне саобраћајне сигнализације;
- в) својим обликом, изгледом, текстом и бојом не личе на неки саобраћајни знак или путоказну таблу, односно таблу обавјештења;

г) се поставља изван зоне раскрснице, а у складу са троуглом прегледности, и то прије и после раскрснице;

д) не рефлектује свјетлост (катадиоптери, огледала, сјајне површине и сл.),

ђ) не емитује директну свјетлост - у правцу кретања учесника у саобраћају, а могу бити просвјетљени (расвјетна тијела унутар рекламног паноа) или освјетљени (расвјетна тијела изван рекламних паноа - са горње или доње стране), с тим да свјетлост не може бити трепћућа;

е) се материјалом, величином и бојом - уклапа у постојеће окружење;

ж) се израђује од висококвалитетних и постојаних материјала - отпорних на временске утицаје, хемијске супстанце, насилна оштећења и сл;

з) конструктивни елементи, носиви стубови и расвјетна тијела, не могу се истицати обликовањем, бојом и материјалом;

и) се поставља окомито, под углом и паралелно - у односу на осовину саобраћајнице, с тим да панои који се постављају у низу, тј. паралелно у односу на осу саобраћајнице, треба да буду у истој линији, те међусобно услађени величином и обликом, и на минималном растојању од једне дужине рекламног паноа.

Члан 11.

(1) **Самостојећи рекламни пано, површине до 6 m²** је рекламни медиј-намијењен истицању рекламне поруке.

(2) Осим услова - прописаних у чл. 5. и 10. ове одлуке, самостојећи рекламни медиј из става 1. овог члана, може се постављати:

а) на једном носивом стубу, без косника, укупне висине паноа (стуб + рекламна површина) - не веће од 5 m, рачунајући од коте коловоза;

б) тако да крајња ивица паноа према саобраћајници не може бити на удаљености мањој од 1 m од задњег елемента постојеће саобраћајнице, под условом да не заклања и не умањује видљивост вертикалне саобраћајне сигнализације, и да је удаљен од најближег саобраћајног знака минимално 5 m;

в) тако да размак између рекламних паноа износи минимално 30 m, - а изузетно, размак између ових рекламних паноа може бити и мањи - уколико су дистанце у односу на саобраћајницу различите, односно рекламни панои не заклањају један другог;

г) прије саобраћајне траке за скретање, и аутобуског стајалишта јавног градског и приградског превоза, минимално 5 m.

Члан 12.

(1) **Самостојећи рекламни пано, површине од 6 m² до 12 m²**, је рекламни медиј намијењен истицању рекламне поруке.

(2) Осим услова - прописаних у чл. 5. и 10. ове одлуке, самостојећи рекламни медиј из става 1. овог члана, може се постављати:

а) искључиво на једном носивом стубу, без косника, укупне висине паноа (стуб + рекламна површина) - не веће од 6 m, рачунајући од коте коловоза;

б) тако да крајња ивица паноа према саобраћајници не може бити на удаљености мањој од 2 m - од задњег елемента постојеће саобраћајнице, под условом да не заклања и не умањује видљивост вертикалне саобраћајне сигнализације, и да је удаљен од најближег саобраћајног знака - минимално 5 m;

в) тако да размак између рекламних паноа износи минимално 60 m, с тим – да, изузетно, размак између ових рекламних паноа може бити и мањи - уколико су дистанце, у односу на саобраћајницу, различите, односно рекламни панои не заклањају један другог,

г) прије саобраћајне траке за скретање и аутобуског стајалишта јавног градског и приградског превоза, минимално 10 m.

Члан 13.

(1) **Самостојећи рекламни пано, површине од 12 m² до 50 m²** (bigboard, megaboard и слични), је рекламни објекат - намијењен истицању рекламне поруке.

(2) Осим услова - прописаних у чл. 5. и 10. ове одлуке, самостојећи рекламни објекат из става 1. овог члана, може се постављати:

а) на једном носивом стубу, без косника, укупне висине паноа (стуб + рекламна површина) - не веће од 17 м рачунајући од коте коловоза;

б) тако да крајња ивица паноа према саобраћајници не може бити на удаљености мањој од 12 м од задњег елемента постојеће саобраћајнице, под условом да не заклања и не умањује видљивост вертикалне саобраћајне сигнализације;

в) тако да размак између рекламних паноа износи минимално 100 м, с тим - да изузетно, размак између ових рекламних паноа може бити и мањи уколико су дистанце у односу на саобраћајницу различите, односно рекламни панои не заклањају један другог;

г) прије саобраћајне траке за скретање и аутобуског стајалишта јавног градског и приградског превоза, минимално 20 м.

Члан 14.

(1) Самостојећи рекламни пано, типа „жирафа“, је рекламни медиј намијењен истицању рекламне поруке.

(2) Осим услова - прописаних у чл. 5. и 10. ове одлуке, самостојећи рекламни медиј из става 1. овог члана, може се постављати:

а) на једном носивом стубу, без косника, укупне висине паноа (стуб + рекламна површина) - не веће од 12 м, рачунајући од коте коловоза,

б) тако да крајња ивица паноа према саобраћајници не може бити на удаљености мањој од 1 м - од задњег елемента постојеће саобраћајнице, под условом - да не заклања и не умањује видљивост вертикалне саобраћајне сигнализације, и да је удаљен од најближег саобраћајног знака - минимално 5 м;

в) тако да размак између рекламних паноа износи минимално 30 м, с тим - да, изузетно, размак између ових рекламних паноа може бити и мањи - уколико су дистанце у односу на саобраћајницу различите, односно рекламни панои не заклањају један другог,

г) прије саобраћајне траке за скретање, и аутобуског стајалишта јавног градског и приградског превоза, минимално 5 м.

Члан 15.

(1) Самостојећа рекламна витрина – типа тотем (разних облика), је рекламни медиј - намијењен истицању рекламне поруке.

(2) Осим услова - прописаних у чл. 5. ове одлуке, самостојећи рекламни медиј - из става 1. овог члана, може се постављати:

а) на парцели објекта - на којем се налази пословни простор, и на јавној површини уколико не угрожава кретање пјешака (само за бензинске пумпе);

б) тако да крајња ивица тотема према саобраћајници не може бити на удаљености мањој од 1 м, од задњег елемента постојеће саобраћајнице, с тим да не заклања и не умањује видљивост вертикалне саобраћајне сигнализације, и да је удаљен од најближег саобраћајног знака минимално 5 м;

в) размак између рекламних витрина - типа тотем мора износити најмање 30 м, с тим да изузетно размак између ових рекламних витрина може бити и мањи уколико су дистанце у односу на саобраћајницу различите, односно рекламне витрине не заклањају једна другу,

г) прије саобраћајне траке за скретање, и аутобуског стајалишта јавног градског и приградског превоза, минимално 5 м;

д) да не емитује директну свјетлост у правцу кретања учесника у саобраћају, а могу бити неосвијетљене или

просвјетљене (расвјетна тијела унутар рекламне витрине), с тим да свјетлост не може бити трепћућа.

Члан 16.

(1) Самостојећа рекламна витрина – типа city light, је рекламни медиј намијењен истицању рекламне поруке.

(2) Осим услова - прописаних у чл. 5. и 10. ове одлуке, самостојећи рекламни медиј - из става 1. овог члана, може се постављати:

а) на парцели објекта - на којем се налази пословни простор, тако да крајња ивица „city light“ - а према саобраћајници не може бити на удаљености мањој од 1 м - од задњег елемента постојеће саобраћајнице;

б) на јавним површинама, и то на раздјелним острвима између коловозних трака, ако је ширина раздјелног острва минимално 4 м, и у зеленим појасевима између коловоза и пјешачких површина, ако је ширина зеленог појаса минимално 3 м, с тим да не заклања и не умањује видљивост вертикалне саобраћајне сигнализације, и да је удаљен од најближег саобраћајног знака - минимално 5 м;

в) размак између рекламних витрина - типа city light мора износити најмање 30 м, с тим да изузетно размак између ових рекламних витрина може бити и мањи уколико су дистанце у односу на саобраћајницу различите, односно рекламне витрине не заклањају једна другу;

г) прије саобраћајне траке за скретање, и аутобуског стајалишта јавног градског и приградског превоза, минимално 5 м, осим за рекламну витрину – „city light“- која је саставни дио надстрешнице аутобуског стајалишта јавног градског и приградског превоза;

д) да не емитује директну свјетлост у правцу кретања учесника у саобраћају, а могу бити неосвјетљене или просвјетљене (расвјетна тијела унутар рекламне витрине), с тим да свјетлост не може бити трепћућа.

Члан 17.

(1) Јарбол је рекламни медиј - намијењен истицању рекламне поруке.

(2) Осим услова прописаних у чл. 5. и 10. ове одлуке, јарбол - из става 1. овог члана, може се постављати:

а) на парцели објекта на којем се налази пословни простор, и на јавној површини -уколико не угрожава кретање пјешака;

б) на удаљености од ивице постојећег коловоза - тако да ивица рекламне заставе према саобраћајници не може бити на удаљености мањој од 1 м - од задњег елемента постојеће саобраћајнице;

в) прије саобраћајне траке за скретање и аутобуског стајалишта јавног градског и приградског превоза минимално 5 м;

г) тако да максимална висина јарбола износи 9м;

д) тако да међусобна удаљеност јарбола износи минимално 2,5 м, а изузетно, може и на мањој међусобној удаљености, али не мањој од 1 м, у случајевима кад се ради о јарболима са фиксном заставом - који се не смију додиривати;

ђ) у случају да се јарбол поставља испред колективних стамбено-пословних зграда, неопходно је обезбиједити дистанцу између објекта и јарбола - у дужини од најмање једне висине јарбола, уз поштовање осталих услова, прописаних овом одлуком.

Члан 18.

(1) Извођење радова на постављању самостојећих рекламних медија - на територији Града, врши се на основу локацијских услова, идејног пројекта, записника о

исколчењу објекта и темељењу самостојећег рекламног медија.

(2) Локацијске услове из става 1. овог члана, издаје Одјељење за просторно уређење Градске управе Града, а саставни дио истих - чине урбанистичко-технички услови, са идејним пројектом, односно - стручно мишљење са урбанистичко-техничким условима и идејним пројектом, уколико не постоји спроведбена планска документација.

(3) Уз захтјев за издавање локацијских услова за самостојеће рекламне медије, подносилац је дужан приложити: копију катастарског плана - са идентификацијом, посједовни лист, идејни пројекат - са рјешењем носиве конструкције, темељне стопе и анкера, а - за све освјетљене и просвијетљене рекламне медије, идејни пројекат мора да садржи и рјешење начина прикључења на извор електричне енергије, доказ о власништву или праву грађења над земљиштем, и доказ о уплати административне таксе.

(4) Коришћењу постављеног самостојећег рекламног медија - може се приступити након прибављања рјешења о обрачуну комуналне таксе - за истицање рекламне поруке, односно рјешења о обрачуну накнаде за самостојеће рекламне паное поред магистралног и регионалног пута.

(5) Уз захтјев из става 4. овог члана, инвеститор је дужан приложити: копију локацијских услова, копију рјешења о одобреној дјелатности, записник о исколчењу и темељењу самостојећег рекламног медија, и доказ о уплати административне таксе.

2. Остали рекламни медији

Члан 19.

Под осталим рекламним медијима, у смислу ове одлуке, подразумевају се:

- а) рекламни пано на крову објекта,
- б) рекламни пано на фасади објекта, у оквиру балконске оgrade објекта, и у оквиру оgrade око објекта,
- в) рекламна фолија и мурал на фасади, рекламна фолија у оквиру заштитне оgrade градилишта, и рекламно платно на грађевинским скелама,
- г) транспарент изнад саобраћајнице,
- д) рекламе на стубовима јавне расвјете,
- ђ) рекламна фолија на површинама возила јавног градског и приградског превоза, и на привредним возилима,
- е) политичко рекламирање,
- ж) плакатирање,
- з) огласне табле.

Члан 20.

(1) Рекламни пано на крову објекта је рекламни медиј - намијењен истицању рекламне поруке.

(2) Рекламни медиј из става 1. овог члана - може се постављати на крову објекта, и то у облику: дисплеја, макете, фигуре, слова, заштитног знака, друге кутијасте фигуре, макро-екрана са филмском или ТВ сликом, и сличних уређаја.

(3) Осим општих услова прописаних у члану 5. и члану 10. ове одлуке, за постављање рекламног панона на крову објекта, неопходно је водити рачуна и о испуњености посебних услова, односно да се рекламни пано на крову објекта поставља искључиво на властитој конструкцији.

Члан 21.

(1) Извођење радова на постављању рекламног медија - из члана 20, врши се на основу локацијских услова и идејног пројекта.

(2) Локацијске услове из става 1. овог члана - издаје Одјељење за просторно уређење Градске управе Града, а саставни дио истих чине урбанистичко-технички услови, односно стручно - мишљење са урбанистичко-техничким условима, уколико не постоји спроведбена планска документација.

(3) Уз захтјев за издавање локацијских услова - за рекламни медиј из члана 20, подносилац је дужан приложити: копију катастарског плана - са идентификацијом, посједовни лист, идејни пројекат - са рјешењем носиве конструкције, а за све освјетљене и просвијетљене рекламне медије, потребно је приложити и извјештај о контроли начина прикључења на извор електричне енергије (идејни пројекат мора бити урађен од овлашћеног правног лица), доказ о власништву или закупу, односно писмену сагласност власника објекта, и доказ о уплати административне таксе.

(4) Коришћењу постављеног рекламног медија може се приступити након прибављања рјешења о обрачуну комуналне таксе за истицање рекламне поруке, односно рјешења о обрачуну накнаде за рекламне паное - поред магистралног и регионалног пута.

(5) Уз захтјев из става 4. овог члана, инвеститор је дужан приложити: копију локацијских услова, копију рјешења о одобреној дјелатности, доказ о уплати административне таксе.

Члан 22.

(1) Рекламни пано на фасади објекта, у оквиру балконске оgrade објекта и у оквиру оgrade око објекта, је рекламни медиј намијењен истицању рекламне поруке.

(2) Осим општих услова - прописаних у члану 5. ове одлуке, за постављање рекламних медија из става 1. овог члана, неопходно је водити рачуна и о испуњености посебних услова, односно да се овај рекламни пано:

- а) уклапа у слободни простор фасаде/балконске оgrade/оgrade око објекта;
- б) не затвара отворе који служе освјетљењу и провјетравању простора;
- в) у оквиру балконске оgrade и оgrade око објекта, уклапа у димензије оgrade, и да се не може надограђивати изнад, нити дограђивати;
- г) може надограђивати на зид-ограду, изграђен на међи између двије парцеле, у складу са просторним могућностима, под условом да прати правац пружања зида-оgrade, и уз сагласност сусједа;
- д) поставља тако да не рефлектује свјетлост (катадиоптери, огледала, сјајне површине и сл.);
- ђ) поставља тако да не емитује директну, или трепћућу свјетлост у правцу кретања учесника у саобраћају;
- е) материјалом, величином и бојом уклапа у постојеће окружење, а може бити неосвјетљен и просвјетљен, а код заузимања површина на фасади - већих од 12 м², и освјетљен - што се дефинише урбанистичко-техничким условима, тако да својим освјетљењем не угрожава сусједне објекте;
- ж) израђује од висококвалитетних и постојаних материјала, отпорних на временске утицаје, хемијске супстанце, насилна оштећења и сл.;
- з) може појавити у облику: дисплеја, макро-екрана - са филмском или ТВ сликом, и сл. уређаја, а поставља се тако да буде усмјерен на тргове и пјешачке зоне.

Члан 23.

(1) Постављање рекламних медија - из члана 22. ове одлуке, врши се на основу локацијских услова.

(2) Локацијске услове из става 1. овог члана, издаје Одјељење за просторно уређење Градске управе Града.

(3) Уз захтјев за издавање локацијских услова за рекламни медиј - из става 22, подносилац је дужан приложити: идејни пројекат - са рјешењем носиве конструкције, а за освијетљене и просвијетљене паное, и начин прикључења на извор електричне енергије (идејни пројекат урађен од овлашћеног правног лица), доказ о власништву или уговор о закупу, односно писмену сагласност власника објекта/ограде, и доказ о уплати административне таксе.

(4) Коришћењу постављеног рекламног медија из члана 22. ове одлуке - може се приступити након прибављања рјешења о обрачуна комуналне таксе - за истицање рекламне поруке. Рекламни пано на заштитној огради градилишта - поставља се са роком привремености, у складу са временом трајања извођења радова.

(5) Уз захтјев из става 4. овог члана, инвеститор је дужан приложити: копију локацијских услова, копију рјешења о одобреној дјелатности, и доказ о уплати административне таксе.

(6) За рекламне паное из члана 22, а који би - постављањем, заузео површину већу од 10 м² фасаде, за издавање локацијских услова и рјешења о комуналној такси, примјењују се одредбе из члана 21. ове одлуке.

Члан 24.

(1) **Рекламна фолија на излогу и на фасади, и у оквиру заштитне ограде градилишта, и рекламни мурал на фасади** - су рекламни медији - намијењени истицању рекламне поруке.

(2) Постављање рекламне фолије из става 1. овог члана - врши се на основу рјешења о обрачуна комуналне таксе, а може се поставити на цијелу површину излога пословног простора, или на фасаду пословног објекта, и на површину заштитне ограде градилишта.

(3) Рекламна фолија у оквиру заштитне ограде градилишта - поставља се на оградама које су изграђене у складу са шемом градилишта, и које имају равне глатке плохе, а рекламирање се врши лепљењем.

(4) Уз захтјев за издавање рјешења - из става 2. овог члана, прилаже се: фотографија излога пословног простора или објекта, нацрт са - димензијама и текстом рекламне поруке, рјешење о одобреној дјелатности подносиоца захтјева, сагласност власника пословног простора / ограде / објекта или уговор о закупу, доказ о уплати административне таксе, а за рекламну фолију - у оквиру заштитне ограде градилишта, и копију грађевинске дозволе и пријаву почетка извођења радова - са шемом градилишта.

(5) Рекламна фолија на заштитној огради градилишта поставља се са роком привремености - у складу са временом трајања извођења радова.

(6) На грађевинским скелама, могу се поставити заштитна платна - са отиснутом или осликаном рекламном поруком, а платно на грађевинској скели, постављено за вријеме трајања радова на изградњи, реконструкцији, санацији или адаптацији објекта, са осликаним или оцртаним изгледом фасаде тог објекта, а без истицања било какве друге рекламне поруке, не сматра се рекламним медијем - у смислу ове одлуке.

Члан 25.

(1) **Транспарент изнад саобраћајнице** је рекламни медиј - израђен од тканине, пластифицираног платна и сличног материјала - са исписаном рекламном поруком, односно информацијом.

(2) Осим општих услова прописаних у члану 5. ове одлуке, за постављање транспарента изнад саобраћајнице,

неопходно је водити рачуна и о испуњености посебних услова, односно да се ова реклама може постављати на за то предвиђеним носачима, тако да слободни простор испод транспарента буде најмање 4,5 м, да се може израђивати искључиво од материјала - постојаних на временске услове, при чему не може бити освијетљен.

Члан 26.

(1) Рјешење о обрачуна комуналне таксе за постављање транспарента - издаје Одјељење за комуналне послове, по захтјеву који се подноси најмање 7 дана прије одржавања планиране манифестације.

(2) Рјешење из става 1. овог члана - даје се на период од најмање 7 (седам), до највише 30 (тридесет) дана, без могућности продужења.

(3) Уз захтјев за издавање рјешења из става 1. овог члана, потребно је приложити: рјешење надлежног органа о одобреној дјелатности или манифестацији, приједлог изгледа транспарента - са димензијама и текстом садржаја, доказ о уплати административне таксе.

Члан 27.

(1) **Рекламе на стубовима јавне расвјете** су рекламни медији - намијењени истицању рекламне поруке.

(2) На стубовима јавне расвјете, могу се постављати неосвијетљени и освијетљени рекламни панои, димензија огласног простора - 0,7 m x 0,9 m, односно - 1,0 x 1,40 m.

(3) Рекламни панои на стубовима јавне расвјете се постављају:

а) на стубове јавне расвјете - у власништву Града, са лијеве и десне стране саобраћајнице, или на раздјелном острву саобраћајнице,

б) на једном стубу јавне расвјете - као један или два двострана паноя, на истој висини (у раздјелном појасу),

в) на висину од најмање 3 m мјерено од коловоза до доњег руба паноя,

г) ближом страном паноя удаљено од коловоза минимално 0,5 m,

д) на удаљености од раскршћа - минимално 30 m - код градских и осталих саобраћајница, а 60 m - код главних градских саобраћајница,

ђ) прије саобраћајне траке за скретање, и стајалишта јавног градског превоза, минимално 5 m.

Члан 28.

(1) **Рекламне фолије на површинама возила јавног градског и приградског превоза, и привредним возилима** - су рекламни медији, намијењени истицању рекламне поруке.

(2) Возила јавног градског и приградског превоза, као и привредна возила - могу се користити за рекламирање, у складу са законским и подзаконским актима - који регулишу безбједност саобраћаја на путевима, уз претходно прибављено рјешење о обрачуна комуналне таксе за истицање рекламне поруке - од стране Одјељења за комуналне послове.

(3) Осим услова - прописаних Одлуком о јавном превозу лица и ствари на подручју града Бањалукe, за постављање рекламног медија - из става 1. овог члана, неопходно је водити рачуна и о испуњености посебних услова.

Члан 29.

Уз захтјев за издавање рјешења - из члана 35. став 1. ове одлуке, потребно је приложити: рјешење надлежног органа

о одобреној дјелатности, доказ о власништву возила, доказ о уплаћеној административној такси.

Члан 30.

(1) **Политичко рекламирање** се проводи у складу са Изборним законом Републике Српске и Изборним законом Босне и Херцеговине, Кодексом понашања за политичке странке, коалиције, кандидате и изборне раднике.

(2) Све регистроване политичке странке, коалиције и независни кандидати - којима је дозвољено учествовање на изборима, су равноправни у кориштењу рекламирања - у периоду проглашене предизборне кампање.

(3) Политичко рекламирање, којим се промовишу политичке странке, коалиције и њихови програми и кандидати, и воде предизборне кампање, може се вршити само у периоду проглашене предизборне кампање, на само за то предвиђеним просторима и закупљеним рекламним површинама.

(4) Постављању рекламе у вријеме предизборне кампање – политичко рекламирање, може се приступити након прибављања рјешења о обрачуна комуналне таксе - од стране Одјељења за комуналне послове.

Члан 31.

(1) **Плакатирање** је облик рекламирања спортских, културних, привредних и других догађаја, а одобрава се на за то предвиђеним и изграђеним просторима за плакатирање.

(2) Плакатирање се врши у складу Одлуком о комуналном реду.

(3) Постављању плаката може се приступити након прибављања рјешења о обрачуна комуналне таксе за

истицање рекламне поруке, и овјере плаката - од стране Одјељења за комуналне послове.

Члан 32.

(1) **Огласна табла** је рекламни медиј некомерцијалне – јавне употребе, за тзв. „мало оглашавање“, која се поставља појединачно, или групно, око стубова градских колонада и аркада, на зидовима, и као самоносиве конструкције, уз важне пјешачке токове, у складу са Одлуком о комуналном реду.

(2) Огласне табле - из става 1. овог члана, постављају се на основу претходно прибављених локацијских услова.

III - НАКНАДА

Члан 33.

(1) За истицање рекламних порука на постављеним рекламним медијима на територији Града, плаћа се комунална такса, осим за самостојеће рекламне паное поред магистралних и регионалних путева.

(2) Врста, висина, рокови, начин плаћања и ослобађања од плаћања комуналне таксе из става 1. овог члана, одређени су Одлуком о комуналним таксама.

Члан 34.

(1) За истицање рекламних порука на постављеним рекламним медијима, који се налазе поред магистралних и регионалних путева, у насељеном мјесту, плаћа се накнада.

(2) Висина накнада - из става 1. овог члана, одређује се на годишњем нивоу, и утврђује у табели, како слиједи:

Ред. број	Рекламна површина (м2)	Зона рекламирања			
		екстра	I	II	III
а	Рекламна површина до 30 м ²	100 КМ/м ²	70 КМ/м ²	50 КМ/м ²	30 КМ/м ²
б	Рекламна површина од 31 м ² - 60 м ²	80 КМ/м ²	50 КМ/м ²	40 КМ/м ²	25 КМ/м ²
в	Рекламна површина од 61 м ² и више	70 КМ/м ²	40 КМ/м ²	30 КМ/м ²	20 КМ/м ²

(3) Привредним друштвима и предузетницима - који врше рекламирање своје производне дјелатности на рекламним медијима - постављеним на локацијама производње, накнада - утврђена у ставу 2. овог члана, умањује се за 50 %.

IV - ОБАВЕЗЕ ЛИЦА КОЈА ВРШЕ РЕКЛАМИРАЊЕ

Члан 35.

(1) Правно лице, или предузетник које врши рекламирање дужно је да:

а) рекламни медиј постави у складу са издатим локацијским условима, и рекламирање врши у складу са издатим рјешењем о обрачуна комуналне таксе, односно рјешењем о обрачуна накнаде, и означи на видном мјесту - издатом вишетом;

б) рекламни медиј означи пословним именом - са податком о сједишту предузећа, уколико се рекламирање врши ван сједишта предузећа/радње;

в) редовно одржава, и стара се о уредном изгледу рекламног медија;

г) рекламни медиј, по престанку важења локацијских услова, о свом трошку уклони, а коришћену површину локације - врати у првобитно стање, у року од седам дана;

д) рекламни медиј у вријеме важења локацијских услова, за који је протекао период плаћене комуналне таксе, односно накнаде, прекрије плакатом - бијеле боје;

ђ) рекламне фолије и рекламне заставе - а јарбола уклони, протеклом периода за који је плаћена комунална такса;

е) привремено неангажоване рекламне површине, у вријеме важења локацијских услова, прекрије плакатом бијеле боје;

ж) рекламни медиј - привремено уклони, када је то неопходно - због извођења неодложних радова на заштити и одржавању комуналних објеката или привремене измјене режима саобраћаја, док те околности трају.

V – ПРОМЈЕНА КОРИСНИКА РЕКЛАМНОГ МЕДИЈА

Члан 36.

Ако се у току важења локацијских услова промијени корисник рекламног медија, надлежни орган ће, на основу претходно поднесеног захтјева, уз овјерену писмену сагласност власника рекламног медија, новом кориснику - издати рјешење о обрачуну комуналне таксе/накнаде за истакнуту рекламну поруку.

VI – НАДЗОР

Члан 37.

(1) Надзор над примјеном одредаба ове одлуке – врши надлежна инспекција, и комунална полиција.

(2) У вршењу надзора, инспектор, односно комунални полицајац је овлашћен да:

а) нареди уклањање рекламног медија, и

б) предузме друге мјере и радње за које је овлашћен законом, овом одлуком и другим прописима.

(3) Рекламни медиј уклања се:

а) када је рекламни медиј постављен на мјесту гдје рекламирање није дозвољено,

б) када је рекламни медиј постављен без локацијских услова,

в) када је рекламни медиј постављен - супротно издатим локацијским условима,

г) када се рекламни медиј користи без рјешења о обрачуну комуналне таксе/накнаде,

д) када се рекламни медиј уредно не одржава,

ђ) када се промијени неки од услова - утврђен локацијским условима, односно рјешењем, а лице - које врши рекламирање, се не прилагоди у остављеном року,

е) када корисник, односно власник рекламног медија не доведе мјесто у исправно и уредно стање, у року који - рјешењем, утврди инспектор, комунални полицајац.

(4) О уклањању рекламног медија, инспектор, односно комунални полицајац обавјештава орган који је издао локацијске услове/рјешење о обрачуну комуналне таксе.

VII - КАЗНЕНЕ ОДРЕДБЕ

Члан 38.

(1) Новчаном казном - од 1.000,00 до 7.000,00 КМ, казниће се, за прекршај, правно лице ако:

а) рекламни медиј постави - на мјесту гдје рекламирање није дозвољено (члан 7. одлуке),

б) ако се не придржава обавеза из члана 35. ове одлуке,

(2) За прекршај из става 1. овог члана, казниће се одговорно лице - у правном лицу, новчаном казном - у износу од 300,00 до 1.800,00 КМ.

(3) За прекршај из става 1. овог члана, казниће се појединац -који самостално обавља пословну дјелатност (предузетник), новчаном казном - од 200,00 до 1.000,00 КМ.

(4) За прекршај из става 1. овог члана, казниће се физичко лице, новчаном казном - од 100,00 до 1.000,00 КМ.

VIII - ПРЕЛАЗНЕ И ЗАВРШНЕ ОДРЕДБЕ

Члан 39.

(1) Локацијски услови за постављање рекламних медија - издају се са роком важења до 5 година.

(2) Важност локацијских услова - из става 1. овог члана, може се продужити, под условом да није дошло до промјене планског акта, урбанистичко-техничких услова, односно

стручног мишљење - на основу којих су издати локацијски услови.

(3) Захтјев за продужење важења локацијских услова - подноси се Одјељењу за просторно уређење Градске управе Града Бањалука, најраније 15 дана прије истека рока важења.

Члан 40.

(1) Рјешење о обрачуну комуналне таксе/накнаде за истакнуту рекламну поруку - издаје се највише до 5 година.

(2) Важност издатог рјешења - из става 1. овог члана, може се продужити уколико је захтјев поднесен надлежном органу - најраније 15 дана прије истека рока важења, и уколико је унапријед, за тражени период, плаћена комунална такса/накнада.

Члан 41.

(1) Одјељење за комуналне послове ће у року од 30 дана од дана ступања на снагу ове одлуке, расписати јавни конкурс – лицитацију за постављање самостојећих рекламних паноа, површине од 6 м2 до 12 м2 (типа „bilbord“) на јавним површинама Града.

(2) Власник рекламног паноа који је постављен на јавну површину дужан је рекламни медиј уклонити у року од 15 дана од дана коначности одлуке о избору другог корисника мјеста и коришћену површину врати у пређашње стање, уколико у поступку лицитације не оствари право закупа.

(3) Ако власник рекламног паноа не уклони објекат у року прописаном у ставу 2. овог члана, надлежни инспектор/комунални полицајац наложиће уклањање рекламног медија на начин и у поступку прописаном посебним законом, подзаконским актима и овом одлуком.

Члан 42.

Поступци који су покренути прије ступања на снагу ове одлуке, а који нису окончани, водиће се у складу са одредбама ове одлуке, осим ако Одлука о типу, величини, условима и поступку за постављање рекламних медија на територији града Бањалуке (Службени гласник Града Бањалука, број 17/12) - није повољнија по подносиоца захтјева.

Члан 43.

Ступањем на снагу ове одлуке, престаје да важи Одлука о типу, величини, условима и поступку за постављање рекламних медија на територији града Бањалуке (Службени гласник Града Бањалука, број 17/12).

Члан 44.

Ова одлука ступа на снагу осмог дана од дана објављивања у Службеном гласнику Града Бањалука.



РЕПУБЛИКА СРПСКА ГРАД БАЉАЛУКА
ГРАДОНАЧЕЛНИКАДМИНИСТРАТИВНА СЛУЖБА
Одјељење за просторно уређење

ПРИЛОГ 1.
ПРЕГЛЕДНА КАРТА
ЗОНА ЗА ПОСТАВЉАЊЕ
РЕКЛАМНИХ МЕДИЈА

