



Naziv akta: Odluka o izmjenama i dopunama Odluke o postavljanju oznaka, uređaja i urbane opreme na području kulturno povijesne cjeline

Razdoblje savjetovanja: od 15.03.2024 do 14.04.2024

Korisnik	Komentar	Datum	Status	Odgovor
Vijećnici GV SDP	Predlaže se u Odluci regulirati pitanje prilagođenih podesta isključivo na sjevernoj strani Kačićevog trga obzirom na postizanje sporazuma s ugostiteljima, uz omogućavanje korištenja JPP. Vijećnici GV SDP-a	12.04.2024	-Prihvaćen	U prijedlogu Odluke u članku 20. stavak 5. mijenja se i glasi: „Ne dozvoljava se na javnoprometnim površinama (trgovima, šetnicama, ulicama i dr.) postavljanje štekata na drvenim podlogama ili podlogama od drugog materijala (podestima). Iznimno, podesti se mogu postavljati samo uz jugoistočnu fasadu Trga Fra Andrije Kačića Miošića, između Dalmatinske ulice i Ulice Stjepana Ivičevića, na način da maksimalna visina kaskade na kosom terenu može biti do 30 cm.“
Igor Joskić	Smatram da prijedlog kojim se uvjetuje da sve reklame na pročeljima poslovnih jedinica budu iste boje (antracit) i iste izvedbe dugoročno stvara sterilnu i bezličnu sliku samih objekata pa tako i grada . Na ovaj način objektima koji su godinama radili na poboljšanju ponude i stvaranju prepoznatljivog identiteta a sve u svrhu da bi se turistima ponudila različitost, onemogućava se izražavanje i daljnji rad na stvaranju vizualnog identiteta . Mislim da je uredba od 14.04.2022. godine kojom su uz materijale, dužinu reklame u širini ulaza, max. visine 50 cm i visine slova od 25 cm i odobrenje vizualnog rješenja od strane grada, omogućavala poduzetnicima da kroz samu reklamu približe svoju priču i karakter krajnjem korisniku . Uostalom to bi i trebao biti	12.04.2024	-Primljeno na znanje	Predloženim člankom 11. definirano je više načina izvedbe reklama, pa je tako propisano da se reklame mogu postavljati neposredno iznad ulaznih vrata i/ili izloga, maksimalnih dimenzija 150 x 30 cm ili 100 x 50 cm (ovisno o širina otvora), ili se mogu postavljati bočno, pored vrata, maksimalnih dimenzija 50 x 50 cm ili 70 x 20 cm. Preferira se postavljanje pojedinačnih slova i/ili znakova, izrađenih od metalnog lima, plastificiranog u antracit boju, RAL 7016, a ukoliko takva izvedba nije moguća dozvoljeno je postavljanje reklame od stakla ili

smisao reklame, da osim što informira i privuče potrošača . Živimo na Mediteranu i njegovim bojama bi trebali oživjeti grad a ne bježati od njih i na taj način još više pasti pod sjenu jednoličnosti i sivila betona koji nas je okružio. Decentna reklama ne znači da ista mora nužno biti sterilna i neinventivna .

Igor Joskić

pleksiglasa (prozirnog, ne u boji), a natpis mora biti antracit boje.

Ukoliko se reklama radi od pojedinačnih slova i/ili znakova logotip mora biti laserski rezan prema obliku i na njega vareni pinovi za montažu direktno u zid (udarna tipla). Slova i/ili znakovi moraju biti povezani u jednu cjelinu ili dodavanjem vodoravne linije ispod njih ili se slova i/ili znakovi moraju dodirivati. Kod otvora na luk reklama se može postaviti isključivo bočno, pored vrata. Na staklenoj površini otvora moguće je postavljanje i decentne, bezbojne naljepnice s logotipom poslovnog prostora.

Za svaku pojedinu građevinu odnosno poslovni prostor ne moraju biti prihvatljivi svi načini postavljanja reklama propisani ovim člankom te upravni odjel može zatražiti i mišljenje nadležnog konzervatorskog odjela.

Dakle, predložena odredba ne isključuje mogućnost slobode poduzetnika u kreiranju vizualnog identiteta svog poslovnog prostora u smislu predlaganja vizuala logotipa svog objekta, koji i uz poštivanje odredbi gradske odluke mogu biti inovativni.