

OPOZORILO: Neuradno prečiščeno besedilo predstavlja zgolj informativni delovni pripomoček, glede katerega občina ne jamči odškodninsko ali kako drugače (peti odstavek 8. člena Uredbe o posredovanju in ponovni uporabi informacij javnega značaja (Uradni list RS, št. 76/05, 119/07 in 95/11)).

Neuradno prečiščeno besedilo Odloka o oglaševanju v Mestni občini Celje, obsega:

- Odlok o oglaševanju v Mestni občini Celje (Uradni list RS, št. 56/08) in
- Odlok o spremembah in dopolnitvah Odloka o oglaševanju v Mestni občini Celje (Uradni list RS, št. 32/14).

O D L O K

o oglaševanju v Mestni občini Celje (neuradno prečiščeno besedilo)

I. SPLOŠNE DOLOČBE

1. člen

(1) S tem odlokom se za območje Mestne občine Celje (v nadaljevanju MOC) ureja uporaba lokacij za postavitve objektov ali naprav za oglaševanje v komercialne namene, oglaševanje za lastne potrebe, oglaševanje za potrebe volitev in promocijo mesta.

(2) Z njim se določajo pogoji, načini in obveznosti za postavitve objektov in naprav (v nadaljevanju: objektov) za oglaševanje ter izvajanje dejavnosti oglaševanja in obveščanja na območju MOC.

2. člen

(1) Oglaševanje in obveščanje obsega vse vrste posredovanja obvestil in sporočil z glasnimi sredstvi za slikovno in zvočno oglaševanje širši javnosti.

(2) Oglasno sredstvo je namenjeno širši javnosti takrat, kadar je nameščeno tako, da je usmerjeno navzven in vizualno oziroma zvočno zaznavno iz odprtega javnega prostora. Na oglasnih mestih se postavljajo stalni aličasni oglasni objekti, to so vse table, napisi in drugi objekti ali naprave za slikovno oglaševanje s katerim se promovirajo izdelki, storitve, akcije ipd.

(3) Oglaševanje v komercialne namene lahko opravljajo le pravne osebe in samostojni podjetniki posamezniki, ki so registrirani za gospodarsko dejavnost oglaševanja (v nadaljevanju: oglaševalci).

(4) Oglaševanje za lastne potrebe obsega predstavitev dejavnosti oziroma blaga pravnih oseb in samostojnih podjetnikov posameznikov na lokaciji, kjer se izvaja ta dejavnost.

(5) Oglaševanje za promocijo mesta obsega informiranje o prireditvah in projektih, ki se izvajajo pod pokroviteljstvom Mestne občine Celje in EU.

3. člen

Lokacije za postavitve objektov za oglaševanje, ki se uresničuje v komercialne namene, za plakatiranje ob volilni kampanji in lokacije oglaševanja za namen promocije mesta in projektov EU, se določijo na podlagi meril za določitev lokacij po določitih tega odloka v skladu s prostorskimi akti MOC.

II. TIPOLOŠKA IN OBLIKOVNA DEFINICIJA OBJEKTOV IN NAPRAV OGLAŠEVANJA

4. člen

Objekte in naprave oglaševanja delimo na naslednje tipološke skupine:

(1) Nepremični objekti in naprave oglaševanja

1. Veliki ploskovni objekti in naprave oglaševanja

Določa jih površina- min. 12 m², maks. 90 m² (obojestranski ali enostranski).

Lahko so v različnih izvedbah:

- Veliki pano (mega board, giga board ...): lahko so dvonožni ali enonožni, glede na vrsto pa enostranski ali dvostranski. So površine nad 18 m².

- Jumbo pano: lahko so samostojni enonožni ali dvonožni, stenski ali obešeni, glede na vrsto pa enostranski ali dvostranski. So površine do 12 m².

- Rollo pano je tehnološka nadgraditev jumbo panojev z izmenljivo vsebino; osvetljen je z notranje strani. So površine do 12 m².

- Roto pano je objekt za obveščanje in oglaševanje, običajno dimenzije 6 x 3 m. Na njem se s pomočjo prizem vsebine izmenično pojavljajo.

- Elektronski displeji oziroma prikazovalniki: s tehnične plati predstavlja v bistvu televizijo na prostem, ki jo je moč upravljati na daljavo.

Vsi se obravnavajo zgolj kot veliki objekti in naprave oglaševanja.

2. Mali ploskovni objekti in naprave oglaševanja

Določa jih površina - min. 0,7 m², maks. 4,2 m² (obojestranski ali enostranski). Pojavljajo se v okviru elementov mestne opreme (postajališča za avtobus, kioski in podobno) ali samostojno. Lahko so v različnih izvedbah: enonožni ali dvonožni, glede na vrsto pa enostranski, dvostranski ali stenski (stenski ali obešeni plakatni panoji, rotopanoji, svetlobni panoji, elektronski, svetlobni prikazovalniki in drugo).

Vsi zgoraj naštetih objekti in naprave oglaševanja se obravnavajo zgolj kot mali ploskovni objekti in naprave oglaševanja.

3. Svetlobne vitrine (city light)

Določa jih površina - min. 0,7 m², maks. 2,1 m² (obojestranski ali enostranski).

4. Volumski objekti in naprave oglaševanja

Določa jih širina projekcije - min. 1,1 m in maks. 1,8 m in višino maks. 3,5 m. Gre za plakatni steber v starem mestnem jedru in sodobnem okolju. Lahko so v različnih izvedbah (plakatni stebri, svetlobni stebri, elektronski prikazovalniki in podobno) in različnih oblikah (okrogli, tristrani in drugi).

5. Ulični transparent

Določa jih največja možna dimenzija 8 m (širina) in 1 m (višina).

Obeša se pravokotno na cestišče na obstoječo konstrukcijo, zid oziroma steber, z dvojno varovanimi jeklenimi vrvmi ali s posebno nosilno konstrukcijo, lahko pa je tudi pritrjen na konstrukcijske elemente nadvoza preko javne ceste.

6. Obešanke na drogovi javne razsvetljave

So objekti za obveščanje in oglaševanje, ki se nameščajo na droge javne razsvetljave, velikosti največ 1,5 m².

7. Slikovno ali pisno obdelane stene zgradb, površine gradbenih odrov, svetlobne projekcije na stene zgradb ali talne površine.

8. Slikovna oprema talnih javnih površin, konstrukcijskih elementov javne infrastrukture (pokrovi jaškov).

9. Prenosljivi ulični panoji

Določa jih površina - min. 0,7 m², maks. 1,4 m² (obojestranski ali enostranski).

10. Zastave so maksimalne širine 2,8 m, vrh droga ne sme biti višji od drogovi javne razsvetljave, spodnji rob zastave mora biti na višini najmanj 4,5 m.

11. Totem ali končna tabla je objekt za obveščanje in oglaševanje, ki je namenjen obeleževanju poslovnih, gostinskih in trgovskih stavb in dejavnosti (za lastno oglaševanje). Postavlja se jih izključno v neposredni bližini stavbe, o kateri obvešča znotraj lastnega funkcionalnega zemljišča.

12. Usmerjevalne table so tipizirane, postavljajo se v skladu z veljavnimi predpisi o prometni signalizaciji in prometni opremi na javnih cestah.

13. napisi - označujejo lokale.

14. napisne table - označujejo poslovne dejavnosti v stavbi, na katere so pritrjene.

15. izveski - označujejo lokale.

16. izložba, izložbeno okno - izložbeno okno je zastekljena odprtina, običajno v pritličju stavbe; izložba pa je notranji del izložbenega okna, namenjen promociji prodajnih izdelkov v pripadajočem lokalu.

(2) Premični objekti in naprave oglaševanja

1. Slikovno ali pisno obdelana vozila, ulični panoji, ki jih prenašajo ljudje

V to skupino spadajo avtobusi mestnega prometa, taksi vozila, vozila avtošole in ostala cestna ter železniška vozila, zračna in vodna plovila ter ljudje kot nosilci sporočil površine maks. 1,4 m².

2. Zvočne naprave

Oglaševanje z zvočnimi napravami v MOC je dovoljeno za javne prireditve, in sicer samo na lokaciji prireditve v skladu z Uredbo o hrupu v naravnem in življenjskem okolju (Uradni list RS, št. 105/05).

III. MERILA ZA POSTAVITEV IN OBLIKO OBJEKTOV IN NAPRAV ZA OGLAŠEVANJE

5. člen

V prostoru MOC veljajo splošna in posebna merila za postavitev in obliko objektov in naprav za oglaševanje. Poleg teh meril je potrebno upoštevati tudi določbe 20. člena tega odloka, ki urejajo postavitev objektov oglaševanja na območju starega mestnega jedra.

1. Splošna merila

6. člen

(1) Objektov in naprav za oglaševanje ni dovoljeno postavljati:

- v staro mestno jedro, z izjemo prenosljivih uličnih panojev. Postavitev vseh drugih objektov oziroma naprav za oglaševanje je dovoljena izključno na podlagi predhodno izdelanega projekta prenove odprtih javnih površin starega mestnega jedra,
- v javne parke, parkovne ureditve in pokopališča, razen okroglih oglaševalskih stebrov,
- na zelenice, ki so funkcionalni del stanovanjskih sosesk in območij,
- ob vodotoke,
- na lokacijah, kjer ovirajo vedutne poglede na naselje, naravna okolja, kvalitetne mestne ureditve, arhitekturo objektov in na elemente naravne in kulturne dediščine,
- na lokacije, ki niso v skladu z veljavnimi cestnoprometnimi predpisi in predstavljajo oviro prometne varnosti, kar velja tudi za čas postavljanja oglaševalskih sporočil.

(2) Vsi objekti in naprave oglaševanja morajo biti postavljeni skladno s prostorskimi akti.

7. člen

(1) Objekti in naprave oglaševanja morajo biti:

- oblikovani enotno v isti oglaševalski coni (oglaševalska cona je celotno vidno polje med dvema križiščema ali dvema cestnima odcepoma),
- postavljeni v sklenjene celote v okviru mestnih ureditev,
- barve konstrukcije oziroma okvirjev naj bodo v sivem tonu (RAL 9006 ali 9007) ali v modri barvi, ki je podlaga grbu mesta Celje (RAL 5017) oziroma enake tonu konstrukcije, na katero so objekti in naprave pritrjeni (konstrukcija obešank na drogovi javne razsvetljave). Objekti in naprave oglaševanja so lahko opremljeni s simbolom MOC. Na objektu oziroma napravi mora biti vidna oznaka oglaševalca in podatki o dovoljenju,

- postavljeni tako, da so v istem vidnem polju horizontalno poravnani,
- sorazmerno usklajeni z okoljem, v katerega so umeščeni,
- postavljeni tako, da ne povzročajo sporočilne zasičenosti posameznih ambientov ali območij,
- tehnično neoporečni in varni, kar oglaševalec dokaže z izvedbeno tehnično dokumentacijo.

(2) Postavljen objekt za obveščanje in oglaševanje mora zagotavljati varen in nemoten:

- promet vseh udeležencev cestnega prometa,
- dostop za uporabnike sosednjih površin oziroma zemljišč,
- dostop do komunalnih objektov in naprav,
- vzdrževanje ceste in komunalnih vodov.

8. člen

Za vse objekte in naprave oglaševanja in njihovo postavitve mora oglaševalec pridobiti ustrezna dovoljenja in soglasja za postavitve na podlagi veljavne prostorske in prometne zakonodaje.

2. Posebna merila

9. člen

2.1. Veliki ploskovni objekti in naprave za oglaševanje

(1) Praviloma se jih postavlja ob mestnih vpadnicah, na oporne zidove, na slepe fasade objektov - praviloma degradiranih, na stene konstrukcij podvozov in nadvozov, v območjih večjih trgovskih in športnih centrov, razen velikih panojev, ki se jih postavlja izključno v pasu ob hitrih cestah ali avtocestah.

(2) Postavlja se jih glede na podlago navpično, glede na cestišče pravokotno ali vzporedno. Postavitve ne sme ovirati prometnih ureditev oziroma ogroziti prometne varnosti.

(3) Pri postavitvah več objektov in naprav oglaševanja vzporedno na cestišče mora biti razmak med njimi od 0,1 m do 1,5 m. Vzporedna postavitve večjih objektov in naprav pravokotno na cestišče ni dovoljena.

(4) Zaporedna postavitve objektov in naprav oglaševanja pravokotno na cestišče se ureja po parih. Razmak med objektoma oglaševanja mora biti enak dvakratni širini le-tega. Razmak med paroma v zaporedni postavitvi mora biti enak štirikratni širini objektov in naprav, razen v conah, kjer je prostor opremljen z ulično razsvetljavo. V tem primeru se razmaki med pari urejajo v ritmu drogov javne razsvetljave.

(5) Velikost sporočil na objektih in napravah oglaševanja je praviloma omejena z velikostjo oglaševalne površine naprave za oglaševanje.

(6) Velikih ploskovnih objektov in naprav za oglaševanje ni dovoljeno nameščati na stanovanjske stavbe v območju stanovanjskih sosesk, na vrtne ograje stanovanjskih hiš in javnih zgradb. Izjemoma se jih lahko postavi na slepe fasade, ki niso del oblikovane fasade objekta in degradirane fasade, če predlog podaja rešitev za kvalitetnejšo zasnovo fasade.

(7) Za osvetljevanje velikih ploskovnih objektov in naprav oglaševanja mora oglaševalec pridobiti posebno soglasje pristojnih služb za urbanizem in komunalo.

10. člen

2.2. Mali ploskovni objekti in naprave za oglaševanje

(1) Praviloma se nameščajo na degradirane slepe fasade, oporne zidove, konstrukcije podvozov in nadvozov, kot sestavni del elementov mestne opreme (postajališča javnega prometa, nadstrešnice), prostostoječe v območjih mestnih ureditev, na in ob površinah za pešce in površinah pred poslovnimi stavbami.

(2) Prostostoječa postavitve ne sme ovirati poti pešcev, prosta širina pločnika mora biti min. 2 m, oddaljenost od vozišča min. 3 m.

(3) Malih ploskovnih objektov ni dovoljeno postavljati v kombinaciji z velikimi objekti in napravami oglaševanja ter volumskimi objekti in napravami oglaševanja, na vrtne ograje stanovanjskih in poslovnih objektov, na oblikovane fasade objektov.

(4) Male ploskovne elemente se lahko postavlja v skupine tako, da je med posameznimi elementi v skupini enak presledek, ista orientacija, enotna velikost in oblika ter enoten višinski gabarit.

11. člen

2.3. Svetlobne vitrine

(1) Samostoječe svetlobne vitrine se praviloma postavljajo:

- v območja sodobnih urbanih ureditev,
- na in ob površine za pešce,
- na površine pred poslovnimi stavbami,
- na parkirišča poslovnih in trgovskih centrov.

(2) Svetlobnih vitrin ni dovoljeno postavljati v drevorede in v zelenice med voziščem in pločnikom ali kolesarsko stezo.

(3) Način postavitve samostoječe svetlobne vitrine:

- praviloma se postavlja najmanj v paru,
- postavitve ne sme ovirati poti pešcev, zagotovljena širina prostega pločnika je najmanj 2 m, zagotovljena oddaljenost od vozišča pa najmanj 3 m.

(4) Samostoječe svetlobne vitrine morajo biti oblikovane enotno v posameznem vidnem območju.

(5) Svetlobna vitrina v avtobusnih postajališčih mestnega prometa je vgrajena v objekt avtobusnega postajališča tako, da je njena oglaševalna stran pravokotna na os vozišča.

12. člen

2.4. Volumski objekti in naprave oglaševanja

(1) Praviloma se nameščajo v območjih mestnih ureditev na površinah za pešce. Postavljata se dva tipa - zgodovinski in sodobni.

(2) Postavitve ne sme ovirati poti pešcev, prosta širina pločnika mora biti min. 2 m, oddaljenost od vozišča min. 3 m. Ne sme se jih nameščati v kombinaciji z velikimi in malimi objekti in napravami oglaševanja.

13. člen

2.5. Ulični transparenti

(1) Ulični transparent mora biti obešen pravokotno na cestišče na obstoječo konstrukcijo, zid oziroma steber, z dvojno varovanimi jeklenimi vrvmi ali s posebno nosilno konstrukcijo, lahko pa je tudi pritrjen na konstrukcijske elemente nadvoza preko javne ceste. Spodnji rob transparenta je najmanj 5,5 m nad voznim pasom ceste. Transparent je lahko največje možne dimenzije 8 m (širina) in 1 m (višina). Izdelani morajo biti iz neodsevnega materiala.

(2) Obešanje transparentov mora oglaševalec naročiti podjetju, ki je registriran za takšno dejavnost.

(3) Postavitev transparenta je dopustna za vsebine z namenom promocije mesta, drugo oglaševanje (promocija gospodarskih subjektov, obveščanje o otvoritvah komercialnih objektov, popustih, akcijah ipd.) na transparentih ni dovoljeno.

14. člen

2.6. Obešanke na drogovi javne razsvetljave

Nosilci (obešanke) na drogovi javne razsvetljave so lahko nameščeni na zunanjem robu ceste in v sredini ceste med voznima pasovima, montirani pa morajo biti tako, da je spodnji rob oddaljen od tal najmanj 4,5 m. V primeru posebnih prevozov mora izvajalec oglaševanja pravočasno in na lastne stroške začasno odstraniti obešanke, ki bi lahko ovirale ta prevoz.

15. člen

2.7. Slikovno ali pisno obdelane stene zgradb, površine gradbenih odrov, svetlobne projekcije na stene zgradb ali talne površine

(1) Slikovno ali pisno obdelane stene zgradb niso dovoljene:

- v območju mestnega središča, razen če so poslikane umetniško ali podobno umetniško obdelane in so del celostne podobe objekta,
- na stanovanjskih zgradbah v stanovanjskih soseskah, razen pri oglaševanju za lastne potrebe.

(2) Slikovno ali pisno se lahko obdelajo:

- slepe fasade, ki niso del oblikovane fasade objekta,
- oblikovane fasade poslovnih objektov, če predlog podaja rešitev za kvalitetnejšo zasnovo fasade.

(3) Dimenzije in oblika morajo spoštovati razmerja in arhitekturne kvalitete obstoječih stavb. Tovrstni posegi niso dovoljeni na arhitekturno členjenih elementih fasad in oblikovanih talnih vzorcih. Dimenzije in oblika sporočila se obravnava in o njej odloči na pristojni občinski službi MOC. Ne smejo vsebovati prometnih shem.

16. člen

2.8. Slikovna oprema talnih javnih površin, konstrukcijskih elementov javne infrastrukture

(1) Dovoljeno je oglaševanje samo za namen kulturnih in ostalih javnih prireditev širšega pomena. Oglaševanje je dovoljeno samo do zaključka prireditve. V 24 urah po zaključku prireditve, mora oglaševalec oglaševalne površine vrniti v prvotno stanje.

(2) Dimenzije in oblika morajo spoštovati razmerja in arhitekturne kvalitete obstoječih stavb. Tovrstni posegi niso dovoljeni na arhitekturno oblikovanih talnih vzorcih. Dimenzije

in oblika sporočila se obravnava in o njej odloči na pristojni občinski službi MOC v postopku na osnovi predloga oglaševalca.

17. člen

2.9. Prenosljivi ulični panoji

(1) Prenosljivi ulični panoji se uporabljajo za oglaševanje kulturnih prireditev, humanitarnih akcij in drugih prireditev, pomembnih za MOC ter za oglaševanje ob volilni kampanji.

(2) Oglaševanje s prenosljivimi uličnimi panoji za gospodarske dejavnosti (trgovine, gostinski lokali, banke ipd.) se ureja v Odloku o rabi javnih površin.

18. člen

2.10. Zastave

Uporablja se jih lahko samo za oglaševanje za lastne potrebe. Postavlja se jih samo na zemljišču v lasti ali najemu podjetja, ki oglašuje za lastne potrebe in le izjemoma na javni površini s soglasjem pristojne službe MOC.

19. člen

2.11. Slikovno ali pisno obdelana vozila in panoji, ki jih prenašajo ljudje

V to skupino spadajo avtobusi mestnega prometa, taksi vozila, vozila avtošole in ostala cestna in železniška vozila, zračna in vodna plovila ter ljudje kot nosilci sporočil površine maks. 1,4 m².

19.a člen

2.12. Napisi

Napisi morajo biti primerno umeščeni na fasado. Po možnosti naj bodo sestavljeni iz posameznih izrezanih črk, pritrjenih na fasado in naj ne segajo čez venec, ki ločuje pritličje od prvega nadstropja, razen v primerih, ko je bilo prvotno drugače načrtovano. Napisi naj bodo slovenski, vsaj kar zadeva prevedljiv del naslova trgovine oziroma lokala, kot je npr. »trgovina, pivnica, kavarna«. Napisi naj se oblikovno in barvno prilagajajo značaju stavbe.

19.b člen

2.13. Napisne table

Napisne table ne smejo biti pritrjene direktno na fasado, pač pa na za ta namen izdelane nosilce, ki omogočajo namestitev več tabel in hkrati tudi menjavo brez poškodovanja fasade.

19.c člen

2.14. Izveski

Izveski morajo biti obešeni na konzolo na eni ali drugi strani trgovske fasade, ne smejo segati nad venec, ki ločuje pritličje od prvega nadstropja in ne smejo ovirati pešcev pri hoji po pločniku. Izveski naj se oblikovno in barvno prilagajajo značaju stavbe in barvi fasade. Izveski (brez konzole) ne smejo presegati velikosti 70 cm × 70 cm.

19.č člen

2.15. Izložba, izložbeno okno

(1) Ureditev izložbe je namenjena za predstavitev dejavnosti in blaga pripadajočega lokala.

(2) V primeru, da izložbeno okno ni urejeno kot izložba, naj omogoča pogled v notranjost lokala.

(3) Uporabniki poslovnih prostorov morajo skrbeti za estetsko ureditev in redno vzdrževanje izložb in izložbenih oken. Izložbena okna ne smejo biti zakrita, razen v času, ko se jih ureja. Če se izložbeno okno zavaruje proti sončni svetlobi, je treba zavarovanje izvesti tako, da se ne zakrije pogleda vanj. Zaželeno je, da so v nočnem času izložbena okna razsvetljena.

(4) V primeru, da lokal ne obratuje, mora lastnik iz izložbe odstraniti vse predmete in izložbeno okno zastreti.

3. Oglaševanje v starem mestnem jedru

20. člen

(1) Območje starega mestnega jedra določa obroč ulic: Ulica XIV. divizije, Aškerčeva, Levstikova, Gregorčičeva, Jurčičeva in reka Savinja kot naravna meja. V to cono sodijo tudi parcele, ki mejijo na zunanji rob uličnega telesa omenjenih ulic.

(2) V območju starega mestnega jedra je mogoče oglaševati v komercialne namene ali za lastne potrebe z naslednjimi objekti in napravami oglaševanja:

- mali ploskovni objekti in volumski objekti (plakadni steber v starem okolju) - lokacije določene izključno na podlagi predhodno izdelanega projekta prenove odprtih javnih površin starega mestnega jedra;

- prenosljivi ulični panoji - oglašuje se samo za lastne potrebe po en pano na gostinski lokal za predstavitev ponudbe;

- slikovno ali pisno obdelane stene zgradb in svetlobne projekcije na stene zgradb;

- slikovna oprema talnih javnih površin, konstrukcijskih elementov javne infrastrukture.

Dovoljeno je oglaševanje samo za namen kulturnih in ostalih javnih prireditev. Oglaševanje je dovoljeno samo do zaključka prireditve. V 24 urah po zaključku prireditve mora oglaševalec oglasne površine vrniti v prvotno stanje. Dimenzije in oblika sporočila se obravnava in o njej odloči pristojna občinska služba MOC v postopku na osnovi predloga oglaševalca. Dimenzije in oblika morajo spoštovati razmerja v prostoru. Tovrstni posegi niso dovoljeni na arhitekturno oblikovanih talnih vzorcih;

- napisi - po možnosti sestavljeni iz posameznih izrezanih črk, pritrjenih na fasado. V primeru lesene kulisne fasade je napis sestavni del le-te;

- napisne table;

- izveski - prvotne, stare izveske in druge prvotne znake, grbe, simbole se ohranja in redno vzdržuje, novi izveski pa naj ohranjajo obliko starih izveskov, da se zagotovi ustrezen videz starega mestnega jedra in značajsko ujemanje s stavbo, na kateri so nameščeni;

- izložbe, izložbena okna - mogoča je izvedba steklenega izložbenega okna ali lesene kulisne fasade, ki prekrije celotno pritlično zunanjščino lokala.

(3) Pri oglaševanju, ki trajno posega v objekt, je potrebno predhodno pridobiti kulturnovarstveno soglasje pristojne enote službe za varstvo kulturne dediščine.

IV. PRIDOBIVANJE PRAVICE UPORABE LOKACIJ

1. Splošne določbe

21. člen

(1) Pravico za postavitve objektov in naprav se lahko pridobi:

- na podlagi javnega razpisa, kadar gre za oglaševanje na velikih ploskovnih objektih in napravah ali svetlobnih vitrinah, kolikor ima MOC na zemljiščih in objektih (v nadaljnjem besedilu: nepremičnine), kjer se postavljajo, lastninsko, stvarno ali katero drugo pravico;
- na predlog oglaševalca, kadar gre za nepremičnine na katerih MOC nima lastninske ali katere druge pravice, in so vidne z javnih površin ali kadar gre za oglaševanje na objektih in napravah za oglaševanje, ki niso veliki ploskovni objekti in naprave ali svetlobne vitrine na nepremičninah na katerih ima MOC lastninsko, stvarno ali katero drugo pravico.

(2) V obeh primerih iz prvega odstavka tega člena je za postavitve objekta ali naprave za oglaševanje potrebno pridobiti:

- ustrezno dovoljenje v skladu z veljavno prostorsko zakonodajo in zakonodajo s področja graditve objektov,
- ustrezna soglasja v skladu z veljavno prostorsko in prometno zakonodajo,
- dovoljenje pristojne občinske službe.

(3) Če leži zemljišče, na katerem naj bi bil postavljen objekt za oglaševanje, ki izpolnjuje pogoje in zahteve določene s tem odlokom, v območju, ki je s posebnimi predpisi opredeljeno kot varovalni pas objekta gospodarske javne infrastrukture ali v območju, ki je s posebnimi predpisi opredeljeno kot varovano območje, mora investitor pred začetkom gradnje takšnega objekta za oglaševanje pridobiti soglasje pristojnega organa oziroma službe.

2. Pridobivanje pravice uporabe lokacij na osnovi javnega razpisa

22. člen

(1) Pravico uporabe lokacije za oglaševanje na nepremičninah, na katerih ima MOC lastninsko, stvarno ali katero drugo pravico, pridobi oglaševalec na podlagi javnega razpisa praviloma za dobo treh let za velike ploskovne objekte in naprave za oglaševanje ali svetlobne vitrine.

(2) Odločbo izda pristojna občinska služba. S to odločbo se določijo pogoji za izvajanje oglaševanja, višina in način plačevanja takse. Če oglaševalec izpolnjuje do MOC vse obveznosti iz tega odloka, se obdobje iz prvega odstavka tega člena lahko podaljša za enako obdobje z odločbo pristojnega organa, izdano na vlogo oglaševalca. Vse proste lokacije se lahko po preteku obdobja, za katerega je bila izdana odločba, ponovno oddajo z javnim razpisom.

(3) Če se pokaže drugačna potreba izrabe prostora, mora oglaševalec po prejemu obvestilu pristojnega organa MOC oziroma pod pogoji določenimi z javnim razpisom, odstraniti objekte na lastne stroške.

23. člen

(1) Javni razpis mora vsebovati:

- število lokacij za postavitev posamezne vrste objektov ali naprav za oglaševanje,
- pogoje, ki jih morajo izpolnjevati ponudniki,
- morebitne dodatne pogoje, ki se jih opredeli na lokacijo in način rabe javne površine,
- višino nadomestila v evrih,
- naslov pristojnega oddelka, ki zbira ponudbe,
- rok za oddajo ponudb,
- čas in kraj odpiranja ponudb,
- rok v katerem bodo ponudniki obveščeni o izbiri.

(2) Na javnem razpisu se izločijo tisti, ki:

- niso poravnali zapadlih obveznosti do MOC,
- niso odstranili objektov ali naprav za oglaševanje skladno s tem odlokom,
- niso odstopili MOC plakatnih mest za potrebe volilne kampanje.

(3) Javni razpis pripravi pristojna občinska služba skladno z veljavno zakonodajo.

24. člen

MOC in oglaševalci, ki se jih izbere na javnem razpisu, sklenejo pogodbo, s katero uredijo vse medsebojne obveznosti in pravice. Pogodba ne sme vsebovati določb, ki bi bile v nasprotju s tem odlokom.

3. Pridobivanje pravice uporabe lokacij na predlog oglaševalca

25. člen

Pravico uporabe lokacije za oglaševanje na nepremičninah, na katerih MOC nima lastninske, stvarne ali katere druge pravice in so vidne z javnih površin, ali kadar gre za oglaševanje na objektih in napravah za oglaševanje, ki niso veliki ploskovni objekti in naprave ali svetlobne vitrine, pridobi oglaševalec s pridobitvijo ustreznih dovoljenj v skladu z določbo drugega odstavka 21. člena.

26. člen

(1) Pogoj za pridobitev dovoljenja je skladnost s tipološko definicijo (4. člen tega odloka) in z merili za določitev lokacij oglaševanja (5. do 20. člen tega odloka).

(2) Predlog mora vsebovati:

- navedbo lokacije za posamezno vrsto objekta ali naprave za oglaševanje,
- podatke o oglaševalskem podjetju - dokument iz tretjega odstavka 2. člena tega odloka,
- vrisano lokacijo na geodetski podlagi (posnetku dejanskega stanja) v merilu 1 : 500 ali 1 : 1000,
- podatke o objektu in napravi oglaševanja (načrt z definicijo gabaritov in finalnih obdelav, tehnične karakteristike, varnost),
- zemljiškoknjižni izpisek, star največ tri mesece,
- fotografijo obstoječega stanja oziroma fotomontažo iz smeri, kamor bo usmerjeno reklamno sporočilo (če je objekt dvostranski ali večstranski, fotografijo iz vseh smeri),
- prometno soglasje,
- soglasje pristojnih služb za urbanizem in komunalo za osvetlitev velikih ploskovnih objektov in naprav (v primeru, da oglaševalec predlaga osvetlitev le-teh),
- soglasje pristojne službe za varstvo kulturne dediščine (v primeru, da gre za oglaševanje na objektih, ki imajo status kulturne dediščine, kulturnega spomenika oziroma ležijo znotraj varovanih območij).

4. Obveznosti oglaševalcev

27. člen

(1) Oglaševalec mora objekt ali napravo za oglaševanje označiti z imenom firme. Oglaševalec je dolžan redno vzdrževati in obnavljati objekte in naprave za oglaševanje ter skrbeti za urejenost njihove neposredne okolice in sam skrbeti za oglaševanje.

(2) Poškodovane plakate mora oglaševalec takoj zamenjati za nove, oziroma prazna mesta prelepiti z belim papirjem, ter skrbeti za urejen videz. Oglaševalec mora poskrbeti, da je vsebina sporočil v slovenskem jeziku ter v skladu z veljavnimi predpisi Republike Slovenije.

28. člen

(1) Oglaševalci, ki so pridobili dovoljenje za oglaševanje morajo po preteku obdobja, določenega v dovoljenju, odstraniti objekte ali naprave za oglaševanje v najkrajšem možnem roku, ki ne sme biti daljši od 30 dni.

(2) Določba iz prejšnjega odstavka tega člena se za potrebe oglaševanja slikovno, pisno ali kako drugače obdelanih fasad, zgradb in ostalih gradbenih objektov (mostov, nadvozov) smiselno uporabi tako, da se pri tem ne povzroči škoda na objektu.

5. Prepovedi

29. člen

(1) Uporaba lokacij brez odločb oziroma ustreznih dovoljenj iz 21. člena tega odloka je prepovedana. Lepljenje plakatov je prepovedano na zunanjih površinah izložb, oken, sten, inštalacijskih omaric, vrat, zidov, ograj, dreves, drogov in gradbiščnih ograj.

(2) Prepovedano je trositi propagandni material, ga zatikati ali lepiti na avtomobile.

(3) Prepovedana je nenamenska uporaba in poškodovanje ter uničenje objektov in naprav za oglaševanje ter poškodovanje in zakrivanje vsebine oglaševanja.

V. OGLAŠEVANJE ZA LASTNE POTREBE

30. člen

(1) Omejeno je na sporočila o dejavnosti in blagu, ki izhaja iz te dejavnosti in obsega oglaševanje pravnih oseb na njihovih poslovnih stavbah in prostorih ter pripadajočih funkcionalnih zemljiščih, kjer je sedež le-teh in je vidno z javne površine:

- z napisom firme,
- z napisi, napisnimi tablam, izveski, znaki, totemi, nalepkami, zastavami oziroma drugimi simboli firme, izdelka, storitve in podobno, ki so lahko nesvetlobni ali svetlobni, nevrtiljivi ali vrtiljivi,
- z izložbami, izložbenimi okni,
- oglaševalnimi vitrinami, v katerih sta blago ali dejavnost predstavljena zunaj poslovnega prostora,
- »laser« prikazi.

(2) Kot oglaševanje za lastne potrebe se šteje tudi oglaševanje MOC in oglaševanje humanitarnih in neprofitnih dejavnosti (v nadaljevanju: za potrebe MOC). Pobudnik oglaševanja v humanitarne in neprofitne namene je dolžan pristojni občinski službi prijaviti oglaševanje na objektih in napravah za oglaševanje v lasti MOC.

(3) Prijava novih objektov in naprav oglaševanja za lastne potrebe mora vsebovati podatke o:

- pravni osebi, ki oglašuje za lastne potrebe (izpisek o registraciji pravne osebe),
- vrisano lokacijo na geodetski podlogi (posnetku dejanskega stanja) v merilu 1 : 500,
- podatke o objektih in napravah oglaševanja (načrt z definicijo gabaritov in finalnih obdelav, tehnične karakteristike, varnost),
- dokazilo o lastništvu zemljišča oziroma soglasje lastnika,
- fotografijo obstoječega stanja iz smeri, kamor bo usmerjeno sporočilo (če je sporočilo obojestransko, fotografija iz obeh smeri),
- ustrezno dovoljenje v skladu z veljavno prostorsko zakonodajo.

(4) Dimenzije in obliko sporočila se obravnava in o njej odloči na pristojni urbanistični občinski službi MOC v postopku na podlagi podanega predloga. Za oglaševanje za lastne potrebe na objektih, ki imajo status kulturne dediščine ali kulturnega spomenika oziroma ležijo znotraj varovanih območij, je potrebno pridobiti soglasje pristojne službe za varstvo kulturne dediščine. Pristojni oddelek izda dovoljenje za namestitvev elementa za oglaševanje ter odločbo o morebitni odmeri komunalne takse.

31. člen

(1) Stranka lahko oglašuje za lastne potrebe na zunanjih stenah avtobusov mestnega prometa z nalepkami, napisi in podobno.

(2) Stranka z vlogo zaprosi pooblaščenega izvajalca mestnega prometa za dovoljenje za oglaševanje iz prvega odstavka tega člena in z njim sklene pogodbo.

(3) Izvajalec mestnega prometa je dolžan pristojnemu oddelku v petnajstih dneh prijaviti oglaševanje na zunanjih stenah avtobusov mestnega prometa. Prijava mora vsebovati podatke o stranki, obdobju oglaševanja in velikosti nalepke, napisa in podobno. Prijavi mora izvajalec mestnega prometa predložiti tudi fotokopijo pogodbe. Pristojni oddelek izda odločbo o odmeri takse.

VI. OGLAŠEVANJE ZA POTREBE VOLITEV

32. člen

(1) Oglaševanje za potrebe volitev se izvaja na objektih in napravah, ki so namenjene oglaševanju v komercialne namene.

(2) Za potrebe volilne kampanje mora MOC brezplačno zagotoviti vsem organizatorjem volilne kampanje osnovno informiranje volivcev v MOC o listi kandidatov oziroma kandidatu.

(3) Za osnovno informiranje iz prejšnjega odstavka tega člena se šteje predstavitev na desetih plakatnih mestih za klasično (drobno) plakatiranje in enem jumbo panoju.

(4) Vrste in število objektov in naprav za oglaševanje, ki pomenijo zadosten obseg osnovnega informiranja, določi MOC.

33. člen

(1) Oglaševalcem v MOC, ki za potrebe volilne kampanje odstopijo potrebno število oglasnih mest, je MOC dolžna povrniti izpadli dohodek.

(2) Višina izpadlega dohodka se določi na podlagi ustrezne dokumentacije za obdobje zadnjih treh mesecev pred odstopom oglasnega mesta. Če oglaševalec ne predloži ustrezne

dokumentacije v roku enega meseca od končane volilne kampanje pristojni občinski službi, potem mu MOC ni dolžna povrniti izpadlega dohodka.

34. člen

Organizatorji volilne kampanje pridobijo prostor na objektih in napravah za oglaševanje na podlagi javne objave pogojev za pridobitev pravice uporabe brezplačnih oglasnih mest. Mesta za oglaševanje se razdelijo med organizatorje volilnih kampanj z žrebanjem lokacij.

35. člen

Pristojna občinska služba za izvedbo volitev mora vsaj 60 dni pred dnevom volitev z javno objavo določiti pogoje za pridobitev pravice do uporabe brezplačnih oglasnih mest. Postopek vodi tričlanska komisija, ki jo imenuje direktor občinske uprave med delavci MOC.

36. člen

Oglaševalci, ki so pridobili lokacije za postavitve objektov in naprav za oglaševanje z javnim razpisom, morajo za potrebe volilne kampanje odstopiti plakata mesta za prvi krog volitev za 30 dni, v primeru drugega kroga volitev pa še za 30 dni.

37. člen

(1) Na javno objavo se mora organizator volilne kampanje, ki si je vsaj 45 dni pred dnevom glasovanja odprl tudi poseben žiro račun z oznako »za volilno kampanjo«, priglasiti pisno v roku, ki je v objavi določen, sicer se pri dodelitvi oglasnih mest ne upošteva.

(2) Rok za priglasitev ne sme biti krajši od 15 dni.

38. člen

(1) Organizator volilne kampanje dodeljenih oglasnih mest ne sme odstopiti drugim organizatorjem volilne kampanje.

(2) V primeru, da organizator volilne kampanje vseh dodeljenih oglasnih mest ne začne uporabljati, mora o tem v 24 urah pisno obvestiti pristojno občinsko službo. Komisija teh oglasnih mest ne sme dodeliti ostalim organizatorjem volilne kampanje.

39. člen

(1) Prelepljenje ali uničevanje propagandnih sporočil drugih organizatorjev volilne kampanje je prepovedano.

(2) Organizatorji volilne kampanje morajo takoj, najkasneje pa v 15 dneh po dnevu glasovanja, odstraniti vsa propagandna sporočila in očistiti objekte in naprave za oglaševanje in njihovo neposredno okolico.

VII. TAKSE

40. člen

Komunalno takso po tem odloku plačujejo oglaševalci, ki izvajajo oglaševanje v komercialne namene (v nadaljevanju: taksni zavezanci) na objektih in napravah, ki so postavljeni oziroma pritrjeni na nepremičninah, kjer ima MOC lastninsko, stvarno ali katero drugo pravico.

41. člen

Komunalne takse po tem odloku ne plačujejo:

- oglaševalci, ki v imenu humanitarnih organizacij, dobrodelnih društev ali za potrebe MOC, skladno z dovoljenjem iz 30. člena tega odloka, oglašujejo posamezne tovrstne akcije na lastnih objektih in napravah za oglaševanje, skladno s pogodbo, ki jo sklenejo z MOC,
- vojaške enote in zavodi, ko gre za oglaševanje v zvezi z njihovo redno dejavnostjo, če z dovoljenjem iz 30. člena tega odloka oglašujejo na lastnih objektih in napravah za oglaševanje,
- podjetja za napis imena, ki je skladen z zakonom in ne presega velikosti površine 1 m², vendar le za eno označbo na zgradbi, ne glede na površino, na kateri se napis nahaja, če pa je označb več, se štejejo kot reklamni napis,
- MOC za akcije turističnega, športnega ali kulturnega pomena, ki jih sama organizira ali javnega značaja.

42. člen

Taksna obveznost nastane z dnem namestitve taksnega predmeta oziroma z dnem pričetka uporabe, preneha pa s potekom meseca, v katerem je taksni zavezanec obvestil pristojno občinsko službo o odstranitvi taksnega predmeta in ga tudi fizično odstranil oziroma v primeru tretjega odstavka 22. člena.

43. člen

(1) Taksni zavezanec je dolžan najkasneje v 15 dneh od dneva nastanka taksne obveznosti nastanek taksne obveznosti prijaviti pristojni občinski službi MOC.

(2) Prijava mora vsebovati vse podatke, ki so potrebni za določitev višine komunalne takse.

44. člen

(1) Komunalne takse se plačujejo po tarifi komunalnih taks, ki je sestavni del tega odloka.

(2) Taksna tarifa določa taksne predmete in višino takse, določeno v točkah. Vrednost točke znaša 0,025 € in se lahko enkrat letno revalorizira skladno z rastjo cen življenjskih potrebščin.

45. člen

Vrednost takse je zmnožek vrednosti točke na dan zapadlosti plačila takse, števila točk na m² posameznega taksnega predmeta iz taksne tarife, kvadrature oglasne površine in števila dni trajanja taksne obveznosti.

46. člen

(1) Komunalne takse plačujejo taksni zavezanci na podlagi izdane odločbe, na način in v rokih, ki so v njej določeni.

(2) Dejstvo, da taksni zavezanec taksnega predmeta začasno ni uporabljal, pa o njegovi odstranitvi tudi ni obvestil pristojne občinske službe, ne vpliva na odmero taksne obveznosti.

47. člen

Če taksni zavezanec odmerjene takse ne plača v določenem roku, se taksa prisilno izterja skupaj z zamudnimi obrestmi.

48. člen

Za prisilno izterjavo komunalnih taks veljajo predpisi o prisilni izterjavi prispevkov in davkov občanov.

VIII. NADZOR

49. člen

Nadzor nad izvajanjem določb tega odloka in sankcioniranje v skladu s tem odlokom opravlja inšpektorat MOC.

50. člen

(1) Na podlagi odločbe inšpektorja MOC so oglaševalci dolžni odstraniti vse vrste oglaševanja in objekte, na katerih se oglašuje z javnih površin in površin, na katerih ima MOC lastninsko, stvarno ali katero drugo pravico, ki nimajo ustreznega dovoljenja, kot je določeno s tem odlokom. Če jih oglaševalec ne odstrani sam, jih na stroške oglaševalca odstrani pooblaščen podjetje.

(2) Kadar se oglaševalca iz prejšnjega odstavka ne da ugotoviti, se odstranitev naloži pooblaščenemu podjetju na stroške proračuna.

(3) Pritožba zoper odločbo izdano na podlagi tega člena ne zadrži njene izvršitve.

IX. KAZENSKÉ DOLOČBE

51. člen

(1) Z globo 1400 evrov se kaznuje za prekršek pravna oseba ali podjetnik posameznik, ki:

- ravna v nasprotju s 6. členom tega odloka,
- objektov ali naprav za oglaševanje ne označi z imenom podjetja,
- ravna v nasprotju s 7. členom tega odloka,
- ravna v nasprotju z 20. členom tega odloka,
- objektov ali naprav za oglaševanje ne vzdržuje redno oziroma ne skrbi za njihov urejen videz oziroma videz njihove neposredne okolice (prvi odstavek 27. člena tega odloka),
- namesti obvestilno sredstvo/a v nasprotju z 29. členom tega odloka. Kolikor le-ta ni znan, se kaznuje tistega, v čigar korist je izvršeno nameščanje obvestilnih sredstev,
- ravna v nasprotju s tretjim odstavkom 31. člena tega odloka,
- ne prijavi taksnih predmetov pristojni službi MOC (43. člen tega odloka).

(2) Z globo 400 evrov se kaznuje za prekršek iz prvega odstavka tega člena odgovorno osebo pravne osebe in posameznika.

(3) Pravni osebi ali samostojnem podjetniku posamezniku, ki krši prvi odstavek 29. člena tega odloka, se ne dovoli podaljšati obratovalnega časa. Do pravnomočne odločitve v prekrškovnem postopku pristojni organ o njegovi vlogi za podaljšanje obratovalnega časa ne more dokončno odločiti.

(4) Pristojna inšpekcijska služba MOC z odločbo odredi, da:

- se ugotovljene pomanjkljivosti odpravijo v določenem roku,

- je potrebno objekt in napravo oglaševanja odstraniti, če preneha pravica oglaševanja, če upravljavec objekta in naprave oglaševanja le-teh ne ureja ali vzdržuje skladno z določili tega odloka ali če sta objekt in naprava oglaševanja nameščeni brez ustreznega dovoljenja ali v nasprotju z izdanim dovoljenjem.

52. člen

Z globo 400 evrov lahko inšpektor ali občinski redar kaznuje posameznika, ki ga zaloti pri poškodovanju objektov in naprav za oglaševanje oziroma vsebine oglasov.

X. PREHODNE IN KONČNE DOLOČBE

53. člen

Z dnem uveljavitve tega odloka prenehajo veljati:

- Odlok o oglaševanju v Mestni občini Celje (Uradni list RS, št. 35/01),
- Odlok o spremembah in dopolnitvah odloka o javni snagi in videzu naselij v občini Celje (Uradni list RS, št. 54/94).

54. člen

Obstoječe pogodbe in dovoljenja za oglaševanje, pridobljene na podlagi določb Odloka o oglaševanju v Mestni občini Celje (Uradni list RS, št. 35/01), prenehajo veljati s potekom časa, za katerega so bile sklenjene.

55. člen

Ta odlok začne veljati osmi dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

Odlok o spremembah in dopolnitvah Odloka o oglaševanju v Mestni občini Celje (Uradni list RS, št. 32/14) vsebuje naslednjo končno določbo:

»15. člen

Ta odlok začne veljati petnajsti dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.«.

Priloga

Taksna tarifa

Številka tarife	Vrsta objekta ali naprave	Število točk na m2/dan
Tarifa 1	Veliki ploskovni objekti in naprave oglaševanja - plakatni panoji	4,5
	Mali ploskovni objekti in naprave oglaševanja - plakatni panoji	
	Mali ploskovni objekti in naprave oglaševanja - obešanke na drogovich javne razsvetljave	
	Volumski objekti in naprave oglaševanja - plakatni stebri	
	Slikovno ali pisno obdelane stene zgradb, površine gradbenih odrov, svetlobne projekcije na stene zgradb ali talne površine	
	Zastave	
Tarifa 2	Veliki ploskovni objekti in naprave oglaševanja - svetlobni panoji	6,5
	Mali ploskovni objekti in naprave oglaševanja - svetlobni panoji	
Tarifa 3	Veliki ploskovni objekti in naprave oglaševanja - rotopanoji	13,5
	Veliki ploskovni objekti in naprave oglaševanja - elektronski, svetlobni prikazovalniki	
	Mali ploskovni objekti in naprave oglaševanja - rotopanoji	
	Mali ploskovni objekti in naprave oglaševanja - elektronski, svetlobni prikazovalniki	
	Ulični transparenti	
	Slikovna oprema talnih javnih površin, konstrukcijskih elementov javne infrastrukture	
	Slikovno ali pisno obdelana vozila, ulični panoji, ki jih prenašajo ljudje	
Tarifa 4	Zvočne naprave	2500