

На основу чл. 65. став 3, чл. 134. став 2. и чл. 137. став 3. Закона о уређењу простора и грађењу („Службени гласник Републике Српске“, бр. 40/13, 106/15, 3/16 и 84/19), чл. 39. Закона о локалној самоуправи („Службени гласник Републике Српске“, бр. 97/16, 36/19, 61/21, 100/25 и 114/25) и чл. 38. и 82. Статута Града Бањалука („Службени гласник Града Бањалука“, бр. 14/18 и 9/19), Скупштина града Бањалука је, на \_\_\_\_ . сједници, одржаној дана \_\_\_\_ 2026. године, донијела

## **О Д Л У К У**

### **о рекламирању на територији града Бања Лука**

#### **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 Бања Лука (у даљем тексту: Града).

##### **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 другим површинама видљивим са јавне површине, 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 истакнути назив или име правног или физичког лица које је идентично називу или имену садржаном у одобрењу надлежног органа, и истакнуто на улазу у пословни простор или на моторном возилу на одговарајућој табли или фолији, а који је истакнут у складу са посебним прописима.

##### **Члан 3.**

(1) За постављање самостојећих и осталих рекламних медија, територија града Бања Лука - 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, ван заштитног појаса, са обје стране магистралног пута и везе тог пута, затим - аутобуска и жељезничка 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 до улице Војводе Момчила), Војводе Момчила (дио од улице Браће Мажар и мајке Марије до Булевара Цара Душана), Книнска, Николе Тесле, Видовданска, Вука Карацића (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, ван заштитног појаса, са обје стране регионалног пута и везе тог пута.

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).

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

### **Члан 4.**

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

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

### **Члан 5.**

(1) Постављање (изградња) самостојећих, као и осталих рекламних медија на јавним површинама и другим површинама видљивим са јавних површина, врши се под условима и на начин прописан Законом о уређењу простора и грађењу („Службени гласник Републике Српске“, бр. 40/13, 106/15, 3/16 и 84/19), Законом о јавним путевима („Службени гласник Републике Српске“, бр. 89/13 и 83/19), Законом о безбједности саобраћаја на путевима у Републици Српској („Службени гласник Републике Српске“, бр. 63/11 и 111/21), Законом о ауторским и сродним правима („Службени гласник Босне и Херцеговине“, број 63/10), и другим законским прописима и подзаконским актима донесеним на основу тих закона, спроведбеним документима просторног уређења, као и одредбама ове одлуке.

(2) Постављање рекламних медија мора бити усклађено са архитектонским обликовањем објекта, материјализацијом фасаде, урбаним амбијентом и визуелним идентитетом улице и ширег простора у којем се објект налази, уз сагласност Комисије за верификацију идејних рјешења.

(3) Није дозвољено накнадно мијењање материјализације, текстуре, боје, конструкције и обликовања фасаде или улазног портала пословног простора ради истицања рекламне поруке или визуелног издвајања појединачног пословног простора, уколико такве интервенције нису предвиђене изворним пројектом објекта или јединственим идејним/главним пројектом одобреним од стране надлежног органа.

(4) Није дозвољено постављање декоративних облога и елемената као што су алубонд, HPL панели, декоративни камен, дрвене ламеле, имитације мермера, LED облоге, свјетлећи портали и други декоративни фасадни системи ради наглашавања појединачног пословног простора, ако нису предвиђени оригиналним архитектонским рјешењем објекта.

#### **Члан 6.**

(1) Постављање рекламних медија на кров, фасаду објекта или ограду око 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 заштитном платну може бити осликан само будући изглед фасаде тог објекта без рекламних порука.

#### **Члан 7.**

На територији Града, рекламирање није дозвољено:

- а) на јавним објектима, осим спортских објеката, 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 обиљежјима 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 железничком 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 мјестима гдје би начином постављања, димензијама или обликом било онемогућено одржавање објеката и уређаја комуналне инфраструктуре;
- д) обавезницима који врше комерцијално оглашавање да истичу рекламне поруке којима се врши рекламирање привредних друштава из области игара на срећу;
- ђ) на предметима, уређајима или објектима који нису овом одлуком дефинисани као рекламни медији намјењени истицању рекламни порука, (А-сталак, самостојећи рекламни јарболи и панои са преносивом подлогом, жардињерама, и сл.);
- е) визуелним издвајањем појединачног пословног простора у оквиру јединственог објекта на начин којим се нарушава архитектонска, обликовна и амбијентална цјелина објекта;
- ж) постављањем рекламних медија, облога, свјетлосних ефеката, дигиталних дисплеја и других елемената којима се прекрива, мијења или нарушава оригинална фасада објекта;
- з) постављањем рекламних фолија на фасадним површинама објекта.

#### **1. Самостојећи рекламни медији**

#### **Члан 8.**

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



- а) самостојећи рекламни пано,
- б) јарбол (осим јарбола који служе за истицање државних и републичких застава, застава Града Бања Лука, те застава јавних институција),
- в) самостојећа рекламна витрина („тотем“ и „city light“).

#### Члан 9.

(1) **Самостојећи рекламни пано** је намијењен истицању рекламне поруке, и може бити једностран, двостран, тростран и вишестран, а према рекламној површини се дијели на:

- а) самостојећи рекламни пано, површине до  $6 \text{ m}^2$ ;
- б) самостојећи рекламни пано, површине од  $6 \text{ m}^2$  до  $12 \text{ m}^2$  („billboard“);
- в) самостојећи рекламни пано, површине од  $12 \text{ m}^2$  до  $50 \text{ m}^2$  („bigboard“);
- г) самостојећи рекламни пано типа „жирафа“;

(2) Изузетно, самостојећи рекламни пано може бити и површина већих од  $50 \text{ m}^2$  („megaboard“), 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 самостојећи рекламни пано:

- а) се 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.), а могу бити неосвјетљени, просвјетљени (расвјетна тијела унутар рекламног паноа), освјетљени (расвјетна тијела изван рекламних паноа са горње или доње стране) и у виду дисплеја;
- ђ) се материјалом, величином и бојом уклапа у постојеће окружење;
- е) се израђује од висококвалитетних и постојаних материјала отпорних на временске утицаје, хемијске супстанце, насилна оштећења и сл;
- ж) конструктивним елементима, носивим стубовима и расвјетним тијелима, се не истичу обликовањем, бојом и материјалом;
- з) 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 усклађени величином и обликом, и на минималном растојању од једне дужине рекламног паноа.

#### Члан 11.

(1) **Самостојећи рекламни пано, површине до  $6 \text{ m}^2$**  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 панова износи минимално 30 m, а изузетно, размак између ових рекламних панова може бити и мањи уколико су дистанце у односу на саобраћајницу различите, односно рекламни панови 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 m<sup>2</sup> до 12 m<sup>2</sup> („billboard“),** је рекламни медиј великог формата 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 панова (стуб + рекламна површина) не веће од 6 m, рачунајући од коте коловоза;

б) тако да крајња ивица панова 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 панова износи минимално 60 m, с тим да, изузетно, размак између ових рекламних панова може бити и мањи уколико су дистанце, у односу на саобраћајницу, различите, односно рекламни панови не заклањају један другог,

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

#### **Члан 13.**

(1) **Самостојећи рекламни пано, површине од 12 m<sup>2</sup> до 50 m<sup>2</sup> и преко 50 m<sup>2</sup> („bigboard“ и „megaboard“),** су рекламни медији изузетно великог формата намијењени истицању рекламне поруке.

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

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

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

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

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

#### **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 паноя (стуб + рекламна површина) не веће од 15 m, рачунајући од коте коловоза,
- б) тако да крајња ивица паноя 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 паноя износи минимално 30 m, с тим да, изузетно, размак између ових рекламних паноя 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 15.**

(1) **Самостојећа рекламна витрина, типа „тотем“** (разних облика), 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, 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 m, 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 m;
- в) тако да размак између рекламних витрина типа тотем мора износити најмање 30 m, 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 m;
- д) да не рефлектују свјетлост (катадиоптери, огледала, сјајне површине и сл.), а могу бити неосвијетљене, просвјетљене (расвјетна тијела унутар рекламне витрине) и у виду дисплеја;
- ђ) тако да максимална висина рекламне витрине износи 15 m, рачунајући од коте коловоза.

#### **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 m од задњег елемента постојеће саобраћајнице;
- б) на јавним површинама тако да крајња ивица „city light“-а према саобраћајници не може бити на удаљености мањој од 1 m од задњег елемента постојеће саобраћајнице и у зеленим појасевима између коловоза и пјешачких површина, ако је ширина зеленог појаса минимално 3 m, с тим 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 витрина типа „city light“ мора износити најмање 30 m, 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 m, осим за рекламну витрину „city light“ која је саставни дио надстрешнице аутобуског стајалишта јавног градског и приградског превоза;

д) да не рефлектује свјетлост (катадиоптери, огледала, сјајне површине и сл.), а могу бити неосвијетљене, просвјетљене (расвјетна тијела унутар рекламне витрине) и у виду дисплеја;

#### **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 m од задњег елемента постојеће саобраћајнице;

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

г) тако да максимална висина јарбола износи 9 m;

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

ђ) испред колективних стамбено-пословних зграда, на начин да се обезбиједи дистанца 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, односно стручно мишљење са урбанистичко-техничким условима ако нема спроведбеног документа просторног уређења, израђени од стране правног лица које има одговарајућу лиценцу за израду докумената просторног уређења и идејни пројекат израђен од стране правног лица које има одговарајућу лиценцу за израду техничке документације.

(3) Уз захтјев за издавање локацијских услова за самостојеће рекламне медије, подносилац је дужан приложити: урбанистичко-техничке услове, односно стручно мишљење са урбанистичко-техничким условима ако нема спроведбеног документа просторног уређења, идејни пројекат са рјешењем носиве конструкције, темељне стопе и анкера, а за све освјетљене и просвјетљене рекламне медије, идејни пројекат мора да садржи и рјешење начина прикључења на извор електричне енергије, копију

катастарског плана са идентификацијом, посједовни лист, доказ о власништву или праву грађења над земљиштем, односно овјерену писмену сагласност власника уколико подносилац захтјева није власник, са доказом о власништву (ЗК извадак) 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.

(5) Уз захтјев из става 4. овог члана, инвеститор је дужан приложити: копију локацијских услова, копију рјешења о одобреној дјелатности, записник о искомчењу и темељењу самостојећег рекламног медија, фотографије постављеног рекламног медија, доказ о уплати административне таксе, те друге доказе по захтјеву надлежног органа.

(6) У рјешење о обрачуну комуналне таксе обавезно се уноси број вињете која се издаје уз рјешење, а коју вињету је обвезник дужан одмах по преузимању налијепити на самостојећи рекламни медиј за који је издато конкретно рјешење о обрачуну комуналне таксе.

## **2. Остали рекламни медији**

### **Члан 19.**

(1) **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 ограде објекта, у оквиру ограде око објекта, у излогу пословног простора,
- в) рекламни пано и рекламна табла на комуналним објектима и уређајима, на киосцима и сличним привременим објектима,
- г) рекламна фолија на излогу пословног простора, мурал на фасади, рекламна табла и 3Д слова на фасади без потконструкције,
- д) рекламна фолија, заштитно платно у оквиру заштитне ограде градилишта, на грађевинским скелама и на привременим објектима постављеним за потребе градилишта,
- ђ) транспарент изнад саобраћајнице,
- е) рекламни панои на стубовима јавне расвјете,
- ж) рекламни пано на моторном возилу,
- з) рекламна фолија на површинама возила јавног градског и приградског превоза и на возилима привредних друштава и предузетника,
- и) политичко рекламирање,
- ј) плакатирање.

(2) Рекламни медији из става (1) тачке а), б), в) и г) овог члана, постављају се уз сагласност Комисије за верификацију идејних рјешења и морају бити естетски обликовани и усклађени са архитектонским карактеристикама објекта, материјалима, бојом фасаде и амбијенталним обиљежјама простора у којем се објекат налази, те не смију прекривати архитектонске и декоративне елементе фасаде нити нарушавати визуелни идентитет објекта, улице и ширег урбаног простора.

### **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 паноа 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, ако нема спроведбеног документа просторног уређења, израђени од стране правног лица које има одговарајућу лиценцу за израду докумената просторног уређења и идејни пројекат израђен од стране правног лица које има одговарајућу лиценцу за израду техничке документације.

(3) Уз захтјев за издавање локацијских услова за рекламни медиј из члана 20. подносилац је дужан приложити: урбанистичко-техничке услове, односно стручно мишљење са урбанистичко-техничким условима ако нема спроведбеног документа просторног уређења, идејни пројекат са рјешењем носиве конструкције, а за све освјетљене и просвијетљене рекламне медије, идејни пројекат мора да садржи и рјешење начина прикључења на извор електричне енергије, копију катастарског плана са идентификацијом, посједовни лист, доказ о власништву или уговор о закупу, односно овјерену писмену сагласност власника уколико подносилац захтјева није власник, са доказом о власништву (ЗК извадак) и доказ о уплати административне таксе.

(4) Коришћењу постављеног рекламног медија може се приступити након прибављања рјешења о обрачунању комуналне таксе за истицање рекламне поруке.

(5) Уз захтјев из става 4. овог члана, инвеститор је дужан приложити: копију локацијских услова, копију рјешења о одобреној дјелатности, фотографије постављеног рекламног медија, доказ о уплати административне таксе, те друге доказе по захтјеву надлежног органа.

#### **Члан 22.**

(1) Рекламни пано на фасади објекта, у оквиру балконске оgrade објекта, у оквиру оgrade око објекта, у излогу пословног простора, су рекламни медији намијењени 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 рекламни медиј:

- а) не може постављати на начин којим се мијења оригинална материјализација, боја, текстура или архитектонско обликовање фасаде објекта, нити на начин којим се појединачни пословни простор визуелно издваја из архитектонске цјелине објекта;
- б) уклапа у слободни простор фасаде/балконске оgrade/оgrade око објекта и излога пословног простора;
- в) не затвара отворе који служе освјетљењу и провјетравању простора;
- г) у оквиру балконске оgrade и оgrade око објекта, уклапа у димензије оgrade, и да се не може надограђивати изнад, нити дограђивати;
- д) 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;
- ђ) поставља тако да не рефлектује свјетлост (катадиоптери, огледала, сјајне површине и сл.);
- е) материјалом, величином и бојом уклапа у постојеће окружење, а може бити неосвјетљен и просвјетљен, а код заузимања површина на фасади већих од 12 m<sup>2</sup>, 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 се постављати у облику: дисплеја, макете, фигуре, слова, заштитног знака, друге кутијасте фигуре, макро-екрана са филмском или ТВ сликом, и сличних уређаја.

### **Члан 23.**

- (1) Постављање рекламних панова 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 рекламне панове из става 22. подносилац је дужан приложити: идејни пројекат са рјешењем носиве конструкције, а за све освјетљене и просвјетљене рекламне медије, идејни пројекат мора да садржи и рјешење начина прикључења на извор електричне енергије, израђен од стране правног лица које има одговарајућу лиценцу за израду техничке документације, копију катастарског плана са идентификацијом, посједовни лист, доказ о власништву или уговор о закупу, односно овјерену писмену сагласност власника објекта/оgrade уколико подносилац захтјева није власник, са доказом о власништву (ЗК извадак) и доказ о уплати административне таксе.
- (4) За рекламне панове из члана 22. а који би постављањем, заузели површину већу од 10 m<sup>2</sup> фасаде, за издавање локацијских услова и рјешења о комуналној такси, примјењују се одредбе из члана 21. ове одлуке.
- (5) Коришћењу постављеног рекламног медија из члана 22. ове одлуке, може се приступити након прибављања рјешења о обрачуну комуналне таксе за истицање рекламне поруке.
- (6) Уз захтјев из става 5. овог члана, подносилац је дужан приложити: копију локацијских услова, копију рјешења о одобреној дјелатности, фотографије постављеног

рекламног медија, доказ о уплати административне таксе, те друге доказе по захтјеву надлежног органа.

#### **Члан 24.**

(1) Рекламни пано и рекламна табла на комуналним објектима и уређајима, на киосцима и сличним привременим објектима, су рекламни медији намијењени истицању рекламне поруке.

(2) Рекламни медији из става 1. овог члана постављају се исључиво на површинама комуналних објеката и уређаја (соларне паметне сједеће клупе, надстрешнице на аутобуским стајалиштима, станице за бицикле, тротинете и сл.), киосцима и сличним привременим објектима на површине које су приликом пројектовања предвиђене за постављање рекламних медија, а могу бити само у облику који је пројектован и фабрички изграђен у складу са пројектом.

(3) Осим општих услова прописаних у члану 5. за постављање рекламних медија из става (1) овог члана, непоходно је водити рачуна и о испуњености посебних услова, прописаних чланом 22. ове одлуке.

#### **Члан 25.**

(1) Постављање рекламних паноа из члана 24. врши се на основу локацијских услова, које издаје Одјељење за просторно уређење Градске управе Града.

(2) Уз захтјев за издавање локацијских услова, подносилац је дужан да приложи: идејни пројекат са рјешењем носиве конструкције, а за све освијетљене и просвијетљене рекламне медије, идејни пројекат мора да садржи и рјешење начина прикључења на извор електричне енергије, израђен од стране правног лица које има одговарајућу лиценцу за израду техничке документације, копију катастарског плана са идентификацијом, посједовни лист, доказ о власништву или уговор о закупу, односно овјерену писмену сагласност власника објекта/ограде уколико подносилац захтјева није власник, са доказом о власништву (ЗК извадак) и доказ о уплати административне таксе.

(3) Коришћењу постављеног рекламног медија из члана 24. може се приступити након прибављања рјешења о обрачуну комуналне таксе за истицање рекламне поруке.

(4) Уз захтјев из става 3. овог члана, подносилац је дужан приложити: копију локацијских услова, копију рјешења о одобреној дјелатности, фотографије постављеног рекламног медија, доказ о уплати административне таксе, те друге доказе по захтјеву надлежног органа.

#### **Члан 26.**

(1) Рекламна фолија на излогу пословног простора, мурал на фасади, рекламна табла и 3Д слова на фасади без потконструкције, су рекламни медији намијењени истицању рекламне поруке.

(2) Постављање рекламног медија из става 1. овог члана врши се на основу рјешења о обрачуну комуналне таксе, под условом да се истим не нарушава архитектонска,



обликовна и визуелна цјелина објекта, те да су испуњени услови прописани овом Одлуком.

(3) Рекламна фолија може се постављати искључиво на стакленим површинама излога пословног простора. Постављање рекламне фолије на фасадним површинама објекта није дозвољено, што подразумева и постављање рекламних фолија на спољашњим површинама киоска и других привремених објеката.

(4) У екстра зони, рекламна фолија може заузимати највише 30% укупне стаклене површине излога пословног простора. У првој, другој и трећој зони, рекламна фолија може заузимати највише 50% укупне стаклене површине излога пословног простора. За постављање рекламне фолије која заузима више од 30%, односно 50% укупне стаклене површине излога, подносилац захтјева је дужан прибавити сагласност Комисије за верификацију идејних рјешења.

(5) Потпуно прекривање излога дозвољено је искључиво употребом транспарентне, пјескарене, неутралне или сигурносне фолије, без агресивних рекламних графика, интензивних боја и визуелних рјешења која нарушавају изглед објекта и амбијент улице, уз сагласност Комисије за верификацију идејних рјешења.

(6) Рекламна фолија не може се користити као средство потпуног визуелног затварања пословног простора, прикривања излога или стварања доминантне рекламне површине која нарушава архитектонски и амбијентални идентитет објекта.

(7) 3Д слова могу бити израђена од стиродура, стиропора и других материјала, а њихово постављање се врши лијепљењем и без потконструкције.

(8) Рекламне табле могу бити израђене од клирита, инокса, алубонда, алуминијума, плексигласа и сличних материјала, дебљине од 3mm до 12mm, а постављање се врши лијепљењем директно на зид.

(9) 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, објекта или уговор о закупу, доказ о уплати административне таксе, те друге доказе по захтјеву надлежног органа.

## **Члан 27.**

(1) Рекламна фолија, заштитно платно у оквиру заштитне ограде градилишта, на грађевинским скелама и на привременим објектима постављеним за потребе градилишта су рекламни медији намијењени истицању рекламне поруке.

(2) Постављање рекламних медија из става 1. овог члана врши се на основу рјешења о обрачуна комуналне таксе, а може се поставити на цијелу површину заштитне ограде градилишта, грађевинске скеле или привремених објеката.

(3) Постављање рекламних медија из става 1. овог члана врши се на основу рјешења о обрачуна комуналне таксе, а постављају се са роком привремености у складу са временом трајања извођења радова, а такса се обрачунава по површини и броју дана предвиђених за истицање рекламне поруке.

(4) Рекламна фолија у оквиру заштитне оgrade градилишта и на привременим објектима постављеним за потребе градилишта, поставља се на оградама и привременим објектима монтажно-демонтажног типа који су постављени у складу са шемом градилишта, и које имају равне глатке плохе, а рекламирање се врши љепљењем рекламне фолије.

(5) У оквиру заштитне оgrade градилишта и на грађевинским скелама, могу се поставити заштитна платна са отиснутом или осликаном рекламном поруком, а израђују се од висококвалитетних и постојаних материјала, отпорних на временске утицаје, хемијске супстанце, насилна оштећења и сл;

(6) Заштитно платно на грађевинској скели, постављено за вријеме трајања радова на изградњи, реконструкцији, санацији или адаптацији објекта, са осликаним или оцртаним изгледом фасаде тог објекта, транспарентно или једнобојно заштитно платно, без истакнуте било какве рекламне поруке, не сматра се рекламним медијем у смислу ове одлуке.

(7) Уз захтјев за издавање рјешења из става 2. овог члана, прилаже се: нацрт са димензијама и текстом рекламне поруке, рјешење о одобреној дјелатности подносиоца захтјева – инвеститора или извођача радова, копију грађевинске дозволе и пријаву почетка извођења радова са шемом градилишта, изјаву о броју дана предвиђених за истицање рекламне поруке, а уколико рекламне медије из става 1. овог члана, користи обвезник у сврху оглашавања, уговор о регулисању односа између оглашивача и инвеститора или извођача радова.

#### **Члан 28.**

(1) **Транспарент изнад саобраћајнице** је рекламни медиј израђен од тканине, пластифицираног или импрегнираног платна и сличног материјала са отиснутом или 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 m, да се може израђивати искључиво од материјала постојаних на временске услове, при чему не може бити освијетљен.

#### **Члан 29.**

(1) Рјешење о обрачуну 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 издаје 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, те друге доказе по захтјеву надлежног органа.

### **Члан 30.**

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

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

(3) Рекламни панони 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 паноа, на истој висини (у раздјелном појасу),

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

г) ближом страном паноа 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 31.**

(1) **Рекламни пано на моторном возилу** је рекламни медиј намијењен истицању рекламне поруке.

(2) Рекламни пано из става 1. овог члана може се поставити на моторна возила привредних друштава и предузетника, која се могу 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) Рекламни пано из става 1. овог члана се може поставити у облику дисплеја, макете, фигуре, слова, заштитног знака, друге кутијасте фигуре, макро-екрана са филмском или ТВ сликом и сличних уређаја.

(4) Моторна возила која обављају такси превоз лица у друмском саобраћају, који морају имати ознаку „ТАКСИ ИЛИ TAXI“ на крову возила, као и возила аутошкола којима се кандидати оспособљавају за управљање, који на крову возила морају имати ознаку „АУТОШКОЛА/ОБУКА“ и слово „L“ на лијевој страни табле, а које ознаке се истичу у складу са посебним прописима, не сматра се рекламним медијем у смислу ове Одлуке.

(5) Уз захтјев за издавање рјешења из става 2. овог члана, прилаже се рјешење надлежног органа о одобреној дјелатности, доказ о власништву возила, доказ о уплаћеној административној такси, те друге доказе по захтјеву надлежног органа.

### **Члан 32.**

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



(2) Возила јавног градског и приградског превоза, као и возила привредних друштава и предузетника, 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 Бањалуке, за постављање рекламног медија из става 1. овог члана, неопходно је водити рачуна и о испуњености посебних услова.

(4) Истакнуто пословно име на моторном возилу подразумијева истакнути назив или име правног лица или предузетника, које је идентично називу или имену садржаном у одобрењу надлежног органа, и истакнуто је у складу са посебним прописима на бочним странама моторног возила на одговарајућој фолији, и исто се не сматра рекламним медијем у смислу ове одлуке.

(5) Уз захтјев за издавање рјешења из става 2. овог члана, потребно је приложити: рјешење надлежног органа о одобреној дјелатности, доказ о власништву возила, доказ о уплаћеној административној такси, те друге доказе по захтјеву надлежног органа.

### **Члан 33.**

(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 34.**

(1) **Плакатирање** је облик рекламирања спортских, културних, привредних, политичких 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.

(4) Уз захтјев за издавање рјешења из става 3. овог члана, потребно је приложити: рјешење надлежног органа о регистрацији, изјаву о броју плаката и броју дана

предвиђених за плакатирање, пријављени број плаката на овјеру, доказ о уплати административне таксе, те друге доказе по захтјеву надлежног органа.

### **III – ОБРАЧУН КОМУНАЛНЕ ТАКСЕ**

#### **Члан 35.**

(1) За истицање рекламних порука на постављеним рекламним медијима на територији Града, плаћа се комунална такса, осим за истицање рекламних порука на рекламним медијима у заштитном појасу јавних путева.

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

(3) Рјешење о обрачуну комуналне таксе за истакнуту рекламну поруку издаје се највише до 5 година, осим у случају истека важења локацијских услова, а обрачун се врши на годишњем нивоу, осим плаката и заштитног платна којима се обрачун врши на дневном нивоу, а према изјави обвезника о броју дана предвиђених за рекламирање и плакатирање.

(4) Важност издатог рјешења из става 3. овог члана, може се продужити уколико је захтјев поднесен надлежном органу најраније 30 дана прије истека рока важења, и уколико је унапријед, за тражени период, плаћена комунална такса.

(5) За постављене рекламне фолије дефинисане овом Одлуком, комунална такса се обрачунава на укупну димензију постављене фолије (фотографија, фолија у боји, фолија са дезеном и сл.), независно од димензија истакнуте рекламне поруке на фолији, осим транспарентне и пјескарене фолије у боји стакла, код којих се комунална такса обрачунава само за димензије истакнуте поруке.

(6) Осим у случајевима из члана 27. став (6), за постављена заштитна платна у оквиру грађевинске оgrade и на грађевинским скелама, комунална такса се обрачунава на укупну димензију постављеног заштитног платна независно од димензија истакнуте рекламне поруке.

(7) Ознака апотекарске дјелатности (пано у облику крста), ознака адвокатске и нотарске дјелатности (адвокатска и нотарска табла), а која обавеза истицања је дефинисана посебним прописима, не сматрају се рекламним медијима у смислу ове Одлуке.

(8) За све друге рекламне медије дефинисане овом Одлуком, комунална такса се обрачунава на укупну димензију постављеног рекламног медија, осим рекламних јарбола, транспарената и плаката чија се такса утврђује по комаду, рекламних фолија на возилима чија се комунална такса утврђује по возилу и рекламних паноа мањег формата на возилима чија се комунална такса наплаћује по возилу.

### **IV - ОБАВЕЗЕ ЛИЦА КОЈА ВРШЕ РЕКЛАМИРАЊЕ**

#### **Члан 36.**

(1) Правним лицима и предузетницима није дозвољено постављање рекламних медија без претходно прибављених локацијских услова (за рекламне медије који се постављају на основу издатих локацијских услова), или испуњених услова из законских и

подзаконских аката који регулишу безбједност саобраћаја на путевима (за рекламне медије на моторним возилима).

(2) Правним лицима и предузетницима није дозвољено кориштење постављених рекламних медија без претходно прибављеног рјешења о обрачуну комуналне таксе које издаје Одјељење за комуналне послове.

(3) Физичким лицима није дозвољено постављање рекламних медија и истицање рекламних порука.

(4) 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 обрачуну комуналне таксе, те самостојећи рекламни медиј означити на видном мјесту издатом вињетом;

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

в) рекламни медиј одржава у уредном стању;

г) рекламни медиј, по престанку важења локацијских услова, о свом трошку уклони, а коришћену површину локације врати у првобитно стање, у року од 7 дана, осим ако прије истека важења локацијских услова није поднесен комплетиран захтјев за продужења рока привремености локацијских услова, а о свему је дужан писмено обавијестити Одјељење за комуналне послове;

д) рекламни медиј у вријеме важења локацијских услова, а за који је протекао период плаћене комуналне таксе, не користи и прекрије плакатом бијеле боје, те о томе обавијести писменим путем Одјељење за комуналне послове и Одјељење комуналне полиције;

ђ) уклони рекламне медије, у року од 7 дана по истеку рока важења рјешења о обрачуну комунална такса, те о томе обавијести Одјељење за комуналне послове и Одјељење за комуналну полицију;

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

ж) обавијести писменим путем Одјељење за комуналне послове и Одјељење за комуналну полицију, уколико дође до промјена чињеница од којих зависи обавеза плаћања комуналне таксе за истицање рекламних порука, и то у року од 7 дана од настанка промјена.

## **V – ПРОМЈЕНА КОРИСНИКА РЕКЛАМНОГ МЕДИЈА**

### **Члан 37.**

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 за истакнуту рекламну поруку.

## **VI – НАДЗОР**

### **Члан 38.**

(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 или рекламна порука уклања се:

- а) када је рекламни медиј постављен на мјесту гдје рекламирање није дозвољено или се врши истицање недозвољених рекламних порука,
- 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,
- 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 39.**

(1) Новчаном казном од 5.000,00 до 10.000,00 КМ, казниће се, за прекршај, правно лице ако:

- а) рекламни медиј постави на мјесту гдје рекламирање није дозвољено или врши рекламирање супротно одредбама члана 7. ове одлуке,
- б) ако поступи супротно или се не придржава обавеза из члана 35. и 36. ове одлуке,

(2) За прекршај из става 1. овог члана, казниће се одговорно лице у правном лицу, новчаном казном у износу од 500,00 до 5.000,00 КМ.

(3) За прекршај из става 1. овог члана, казниће се појединац који самостално обавља пословну дјелатност (предузетник), новчаном казном од 1.000,00 до 6.000,00 КМ.

(4) За прекршај из става 1. овог члана, казниће се физичко лице, новчаном казном од 1.000,00 до 3.000,00 КМ.

## **VIII - ПРЕЛАЗНЕ И ЗАВРШНЕ ОДРЕДБЕ**

### **Члан 40.**

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

(2) Рок привремености локацијских услова из става 1. овог члана, може се продужити, под условом да није дошло до промјене планског акта, урбанистичко-техничких услова, односно стручног мишљења на основу којих су издати локацијски услови.

(3) Захтјев са припадајућом документацијом (комплетан захтјев) за продужење рока привремености локацијских услова подноси се Одјељењу за просторно уређење Градске управе Града, најраније 30 дана прије истека рока привремености претходно издатих локацијских услова.

(4) Локацијски услови се издају у року од 15 дана од дана пријема комплетног захтјева.

#### **Члан 41.**

(1) Одјељење за комуналне послове ће након ступања на снагу ове одлуке, расписати јавни конкурс - лицитацију за постављање самостојећих рекламних паноа, површине од  $6\text{ m}^2$  до  $12\text{ m}^2$  (типа „billboard“) и самостојећих рекламних витрина (типа „city light“) на јавним површинама Града.

(2) Власник рекламног паноа или рекламне витрине 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 или витрине 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.**

(1) Власници и корисници постојећих рекламних медија, дужни су ускладити њихов изглед и начин постављања са одредбама ове Одлуке у року од 12 мјесеци од дана ступања на снагу ове Одлуке.

(2) По истеку рока из става 1. овог члана, надлежни инспектор, односно комунални полицајац, наложиће уклањање или усклађивање рекламних медија и других елемената који нису у складу са одредбама ове Одлуке.

#### **Члан 43.**

Ступањем на снагу ове одлуке, престаје да важи Одлука о рекламирању на територији града Бањалуке („Службени гласник Града Бањалука“, бр. 26/13, 6/14, 4/17, 24/19, 26/21).

#### **Члан 44.**

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

Број:

**ПРЕДСЈЕДНИК  
СКУПШТИНЕ ГРАДА**

Љубо Нинковић, дипл. правник за  
безбиједност и криминалистику

## **Образложење**

### **I - ПРАВНИ ОСНОВ**

Правни основ за доношење Одлуке о рекламирању на територији Града Бања Лука, садржан је у чл. 65. став 3, 134. став 2. и 137. став 3. Закона о уређењу простора и грађењу („Службени гласник Републике Српске“, бр. 40/13, 106/15, 3/16 и 84/19), члану 39. Закона о локалној самоуправи („Службени гласник Републике Српске“, бр. 97/16, 36/19 и 61/21) и чл. 38. и 82. Статута Града Бања Лука („Службени гласник Града Бања Лука“, бр. 14/18 и 9/19), којима је утврђена надлежност Скупштине Града да доноси одлуке којима уређује ову област.

### **II – РАЗЛОЗИ ЗА ДОНОШЕЊЕ ОДЛУКЕ**

Овом одлуком, утврђују се зоне рекламирања, тип, величина, услови, начин и поступак за постављање рекламних медија на јавним и другим површинама на територији града Бања Лука. Имајући у виду обим и значај измјена, као и потребу за системским и цијеловитим уређењем ове области, сматрамо да је оправдано доношење нове Одлуке о рекламирању на територији града Бања Лука, умјесто измјена и допуна постојеће одлуке. Даном ступања на снагу нове одлуке, престаје да важи ранија одлука, чиме се обезбјеђује јединствен и прегледан правни оквир за уређење ове области на територији Града. Нова Одлука доноси јаснија правила за постављање и коришћење рекламних објеката, унапређење визуелног идентитета града, доприноси уређењу јавног простора и омогућава ефикаснији надзор над примјеном прописаних мјера.

Досадашња одлука примјељује се дужи временски период, те су наступиле одређене измјене прописа, појавили су се нови рекламни медији које је потребно дефинисати новом одлуком. Такође, уочене су одређене нејасноће и потрешкоће у примјени, као и потреба за прецизнијим дефинисањем услова, начина и локација за постављање рекламних медија.

### **III – ПРЕДЛОЖЕНА РЈЕШЕЊА**

Предложеном одлуком врши се измјена у члану 3. гдје су дефинисане зоне рекламирања, ради усклађивања са одлуком Уставног суда Републике Српске број У-39/23 од 24.04.2024. године, којом је утврђено да одредбе ранијег члана 3. нису у сагласности са Уставом, због чега је било неопходно приступити њиховом преиспитивању и нормативном усклађивању. Предложеним рјешењем (наплаћивањем истакнутих реклама на рекламним медијима ван заштитног појаса магистралног и регионалног пута), обезбјеђује се усклађеност одлуке са важећим уставним и законским оквиром.

Даљим измјенама дефинисано је да постављање рекламних медија мора бити усклађено са архитектонским обликовањем објекта, материјализацијом фасаде, урбаним амбијентом и визуелним идентитетом улице и ширег простора у којем се објекат налази, те није дозвољено накнадно мијењање материјализације, текстуре, боје, конструкције и обликовања фасаде или улазног портала пословног простора ради



истицања рекламне поруке или визуелног издвајања појединачног пословног простора, уколико такве интервенције нису предвиђене изворним пројектом објекта или јединственим идејним/главним пројектом одобреним од стране надлежног органа. Циљ овакве одредбе јесте у очувању и унапређењу естетских и амбијенталних вриједности градског простора, спречавање визуелног нарушавања изгледа објеката и јавних површина. На тај начин доприноси се уређенијем изгледу града, заштити архитектонских карактеристика објекта, као и стварању квалитетнијег и функционалнијег јавног простора за грађане.

Такође, прописивањем наведеног услова стварају се јасни критеријуми за постављање рекламних медија, чиме се смањује могућност постављања рекламних садржаја који би својим димензијама, обликом, бојама или другим карактеристикама били у нескладу са окружењем.

Одлуком се уводи Комисија за верификацију идејних рјешења, као стручно тијело које ће давати мишљење и вршити оцјену усклађености предложених рекламних рјешења са одредбама одлуке, посебно у погледу усклађености са архитектонским и визуелним идентитетом простора.

Даљим одредбама одлуке извршено је преуређење и систематизација постојећих одредби на начин да су рекламни медији груписани према њиховој врсти, карактеристикама и начину постављања, ради веће прегледности и лакше примјене одлуке. Овим рјешењем задржан је важећи нормативни оквир у погледу права и обавеза субјеката који врше рекламирање.

Новом одлуком јасније су дефинисани рекламни медији - рекламни панои и рекламне фолије на површинама возила јавног градског и приградског превоза и на возилима привредних друштава и предузетника, а која возила се могу користити за рекламирање, у складу са законским и подзаконским актима који регулишу безбједност саобраћаја на путевима. Имајући у виду да рекламе на моторним возилима представљају вид комерцијалног оглашавања које остварује значајну видљивост у јавном простору, сматрамо оправданим увођења и дефинисања истог кроз одлуку о рекламирању.

Даље, одлуком је дефинисано да се комунална такса обрачунава на укупну димензију постављене фолије (фотографија, фолија у боји, фолија са дезеном и сл.), независно од димензија истакнуте рекламне поруке на фолији, осим транспарентне и пјескарене фолије у боји стакла, код којих се комунална такса обрачунава само за димензије истакнуте поруке. Овакво рјешење уводи се ради једноставнијег и једнообразног обрачуна таксе у пракси, као и ради спречавања различитог тумачења и неуједначене примјене прописа. С обзиром на то да рекламни ефекат произлази из укупног визуелног утиска излога и сл., а не само из појединачног исписа на фолији, сматра се оправданим да основица за наплату буде укупна површина фолије која има рекламну намјену.

Такође, новом одлуком је предложено повећање износа казних одредби, ради јачања превентивног ефекта санкција. Наиме, досадашња пракса у примјени одлуке показала је да постојећи износи казни нису у довољној мјери дјеловали на спречавање неправилности, због чега је било потребно њихово усклађивање, прије свега ради

уређења јавног простора и дољедне примјене прописаних правила. Повећањем казни постиже се већи степен одговорности обвезника и обезбјеђује ефикаснији надзор над њеним спровођењем.

Имајући у виду напријед наведено предлаже се Скупштини Града доношење ове Одлуке.

**ОБРАЂИВАЧИ:**

**Одјељење за комуналне послове**

По овлашћењу Градоначелника  
Сузана Јовић, дипл.инж.грађ.



**Одјељење за просторно уређење**

По овлашћењу Градоначелника  
Вук Вишекруна, дипл.инж.арх.



**ПРЕДЛАГАЧ**

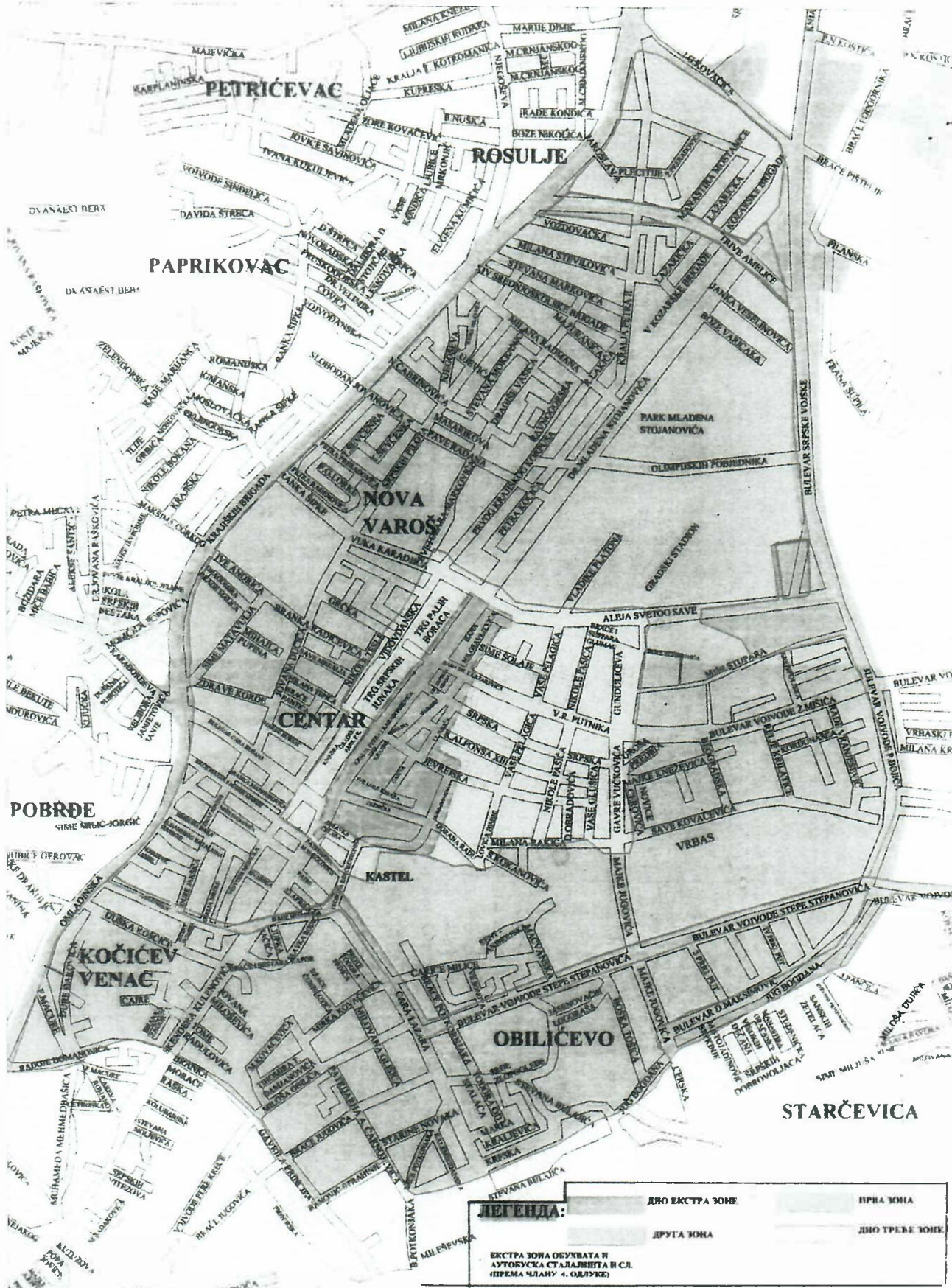
**Градоначелник**

Драшко Станивуковић



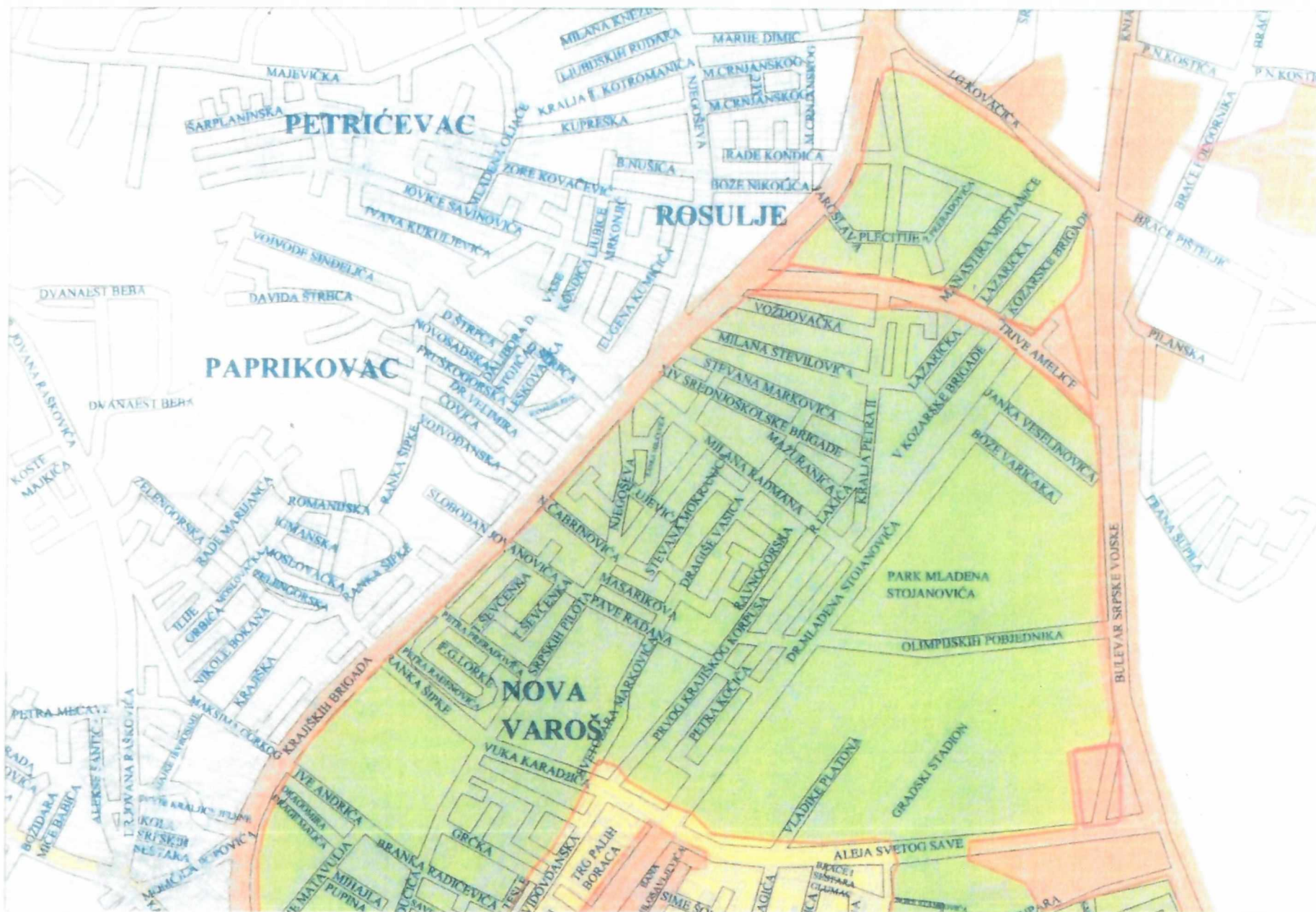


**ПРИЛОГ 1.**  
**ПРЕГЛЕДНА КАРТА**  
**ЗОНА ЗА ПОСТАВЉАЊЕ**  
**РЕКЛАМНИХ МЕДИЈА**

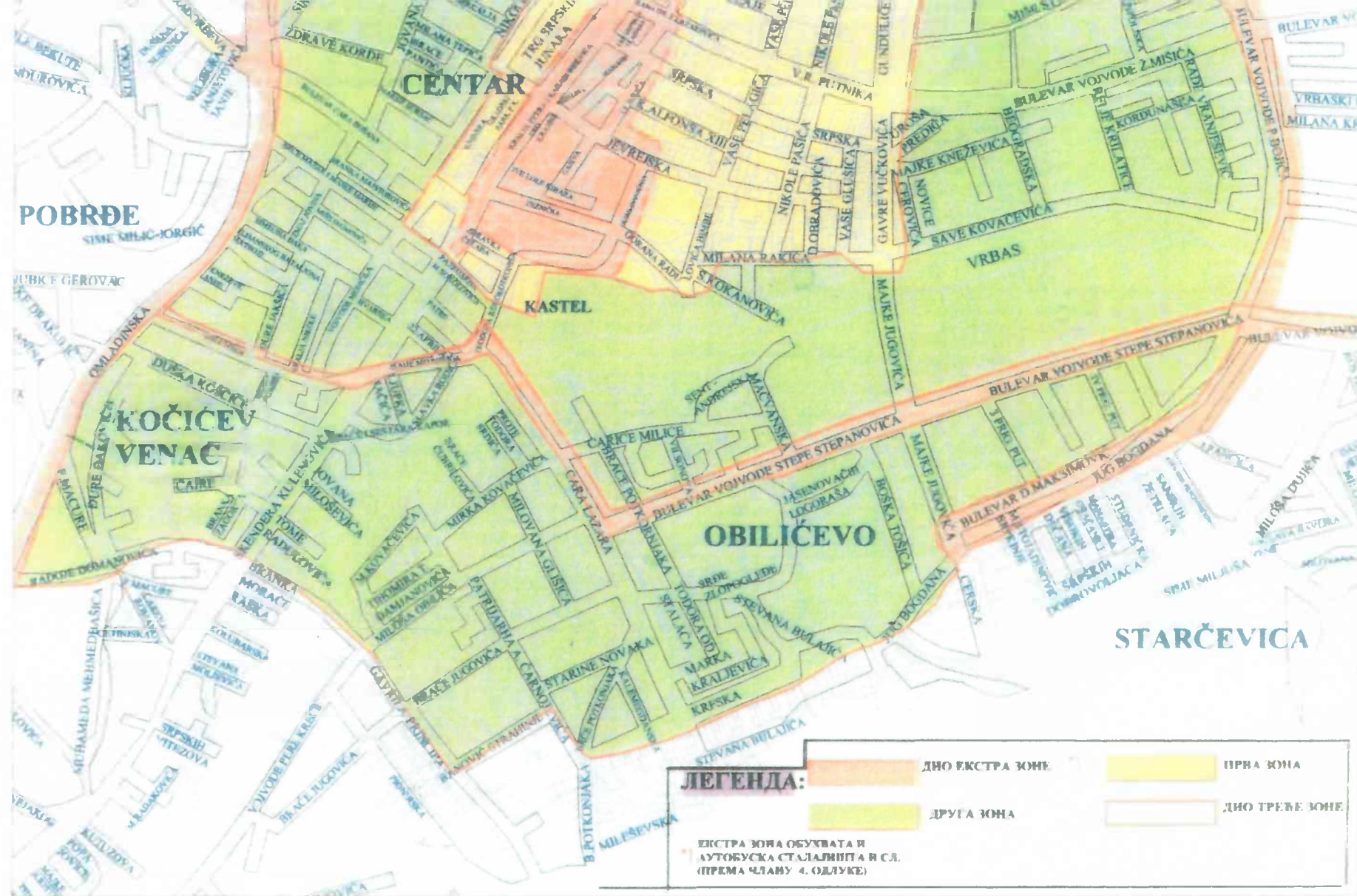




**ПРИЛОГ 1.**  
**ПРЕГЛЕДНА КАРТА**  
**ЗОНА ЗА ПОСТАВЉАЊЕ**  
**РЕКЛАМНИХ МЕДИЈА**







На основу члана 59. Закона о локалној самоуправи („Службени гласник Републике Српске“, бр. 97/16, 36/19 и 61/21) и члана 67. Статута Града Бања Лука („Службени гласник Града Бања Лука“, бр. 14/18 и 9/19), доносим

## ЗАКЉУЧАК

I – Утврђујем приједлог Одлуке о рекламирању на територији града Бања Лука.

II – Приједлог одлуке из претходне тачке упућујем Скупштини града Бања Лука на разматрање и доношење.

Број: 11-Г-2827/26  
Дана: 19. 06. 2026



ГРАДОНАЧЕЛНИК

*Драшко Станивуковић*  
Драшко Станивуковић

### ДОСТАВЉЕНО:

1. Скупштини града Бања Лука,
2. Евиденцији,
3. Архиви.





Република Српска  
Град Бања Лука  
Градоначелник  
Градска управа  
Одјељење за комуналне послове  
Трг српских владара 1, Бања Лука

Број: 05-370-3970/26

Дана: 17.06.2026. године

**СТРУЧНА СЛУЖБА СКУПШТИНЕ ГРАДА**  
**-Овдје -**

**ПРЕДМЕТ: Приједлог Одлуке о рекламирању на територији града Бања Лука, доставља се.-**

Поштовани,

У прилогу овог акта достављамо вам, приједлог Одлуке о рекламирању на територији града Бања Лука, а која је закључком Градоначелника упућена Скупштини града Бања Лука на разматрање и доношење.

Самостални стручни сарадник - координатор:

Дијана Ђукелић, дипл. правник

Шеф одсјека:

Радомир Вулин, дипл. економиста

ДОСТАВЉЕНО:

1. Наслов
2. Евиденција
3. А/а.

ПОСЛАШТЕЊУ ГРАДОНАЧЕЛНИКА:

Сузана Јовић, дипл. инж. грађ.

