

ELABORAT - REKLAME - HISTORIJSKE JEZGRE GRADA SARAJEVA



SARAJEVO NOVEMBAR 2018 - MART 2019



KANTONALNI ZAVOD ZA ZAŠTITU
KULTURNO - HISTORIJSKOG I PRIRODNOG NASLJJEĐA SARAJEVO
INSTITUTE FOR THE PROTECTION OF CULTURAL-HISTORICAL
AND NATURAL HERITAGE OF CANTON SARAJEVO

Projekat: Elaborat - Reklame historijske jezgre grada Sarajeva

Naručilac projekta: Grad Sarajevo

Radni tim :

Mr. Sci. Amra Čusto, prof. Historije

Damir Hadžić, dipl. ing. Arh.

Direktor :

Nervin Dacić, dipl. ing. Arh.

Sarajevo, Mart, 2019 godine

SADRŽAJ

1. UVOD

1.1. HISTORIJAT SLUŽBE ZAŠTITE

1.1.1. HISTORIJSKO-URBANIPREGLED ISTORIJSKOG JEZGRA SARAJEVA

1.2. PROBLEMATIKA ZAŠTITE URBANISTIČKIH CIJELINA

1.2.1. REKLAME I CILJEVI REKLAME

1.3. MODERNE REKLAME U SRAJEVU

2. CILJEVI IZRADA ELABORATA

2.1.GOMILANJE REKLAMA U HISTORIJSKOM JEZGRU GRADA

2.2.REKLAME KAO PROBLEMVIDLJIVOSTI SPOMENIKA

3. METODOLOGIJA

4. OBUHVAT

4.1. DOBRI PRIMJERI

4.2. TRGOVI NAKON UKLANJANJE REKLAMA

5. ANALIZA STANJA

- 5.1. REKLAME
- 5.2. BILBORDI
- 5.3. PORTALI
- 5.4. TRANSPARENTI
- 5.5. LCD
- 5.6. CITY LIGHT

6. ZONA BAŠČARŠIJE

7. ZAKLJUČAK

8. GRAFIČKI PRILOZI

- 8.1. ELABORAT REKLAME HIST JEZGRA - PREGLEDNA KARTA
1:6.000
- 8.2. ELABORAT REKLAME HIST JEZGRA - PREGLEDNA KARTA
1:3.000
- 8.3. GRAFIKON ŽARIŠNIH TAČKI PO ZONAMA

9. PRAVILNIK

10. IZVORI I LITERATURA

1. UVOD

Služba zaštite ovog Zavoda se u toku svoga svakodnevnog rada susreće se sa izdavanjem saglasnosti za postavljanje reklama, pri čemu se dostavljeni predlozi najčešće odnose na područje unutar zaštićene historijske jezgre grada i na objekte graditeljskog naslijeđa. Svojim prijedlozima i obimom investitori ugrožavaju uspostavljene historijske vrijednosti grada, a potreba da se na pravi način promišlja o potrebama društva i struke rezultirala je elaboratom koji može poslužiti kao polazni „alat“ u nizu za definisanje sistematskog uključivanja svih službi grada u rješavanje problema reklamiranja unutar historijske gradske jezgre Sarajeva.

1.1. HISTORIJAT SLUŽBE ZAŠTITE

Najstariji organizirani vid zaštite naslijeda u Bosni i Hercegovini veže se za kraj XIX stoljeća u vrijeme austrougarske uprave i formiranjem mujejskoga društva, a potom otvaranja Zemaljskog muzeja u Sarajevu. Međutim sistematska organizacija savremene zaštite kulturno - historijskog naslijeda veže se za period od završetka Drugog svjetskog rata tj od donošenja Zakona o zaštiti spomenika kulture i prirodnih rijetkosti u Bosni i Hercegovini 1945. godine čime je započet razvoj službe zaštite naslijeda i utemeljene posebnih institucije i stručnog kadra koji će skrbiti o dobrima baštine. Formiranjem Zemaljskog zavoda za zaštitu i proučavanje spomenika kulture i prirodnih rijetkosti Bosne i Hercegovine, 1947. godine služba se istinski postavila na svoje noge.

U hronologiji razvoja službe zaštite posebno značajan događaj predstavlja Formiranje fonda za očuvanje Baščaršije 1963. godine iz kojeg je dvije godine kasnije nastao Gradski zavod za zaštitu spomenika. Od tada pa do danas u toku pedeset i pet godina trajanja Gradski zavod, danas Kantonalni zavod za zaštitu kulturno - historijskog i prirodnog naslijeda predstavlja jednu od najstarijih specijaliziranih institucija sa razvijenom službom zaštite spomenika koja je bez obzira na trnovite puteve i teška vremena sa kojima se suočavali angažmanom, znanjem, energijom i iskustvom svojih uposlenika učinila da naša kulturna baština u svom najboljem svjetlu ostane dio naših života i života budućih generacija.

1.1.1. HISTORIJSKO-URBANI PREGLED HISTORIJSKOG JEZGRA SARAJEVA

Sa aspekta naslijeda posebnu vrijednost Sarajeva predstavlja njegovo historijsko jezgro zbog čega Elaborat reklame historijskog jezgra tretira upravo ovaj prostor polazeći od principa savremene zaštite spomenika.

Današnje historijsko jezgro grada unutar historijskog područja Sarajeva, još je u dalekoj prošlosti, prethistoriji, bio naseljen. U ta daleka vremena stanovništvo koje je živjelo i dolazilo na ove prostore formirala je svoja naselja i to uglavnom na lokacijama sarajevske kotline. Kontinuiteta življenja održavao se unatoč često teškim i veoma izazovnim vremenima, u ratovima, seobama ili nekim drugim turbulentni događajima. Najranija naselja na područjima grada nastajala su na njegovim uzvisinama o čemu svjedoče postojanje nekadašnjih naselja kao što su Fortica iznad Bakija ili lokalitet Debelog Brda. Potreba za stalnim oprezom i odbranom svoga teritorija razlogom su da su prve nastambe bile smještene na brežuljicma i vrhovima. Odatle se najveći kompleks prahistorijskih naselja i utvrda nalazio se na sjevernim stranama planine Trebević.

U antičkom dobu bila je uspostavljena rimska vlast koja je također svoje tragove ostavila na prostorima grada. Kroz uži centar današnjeg Sarajeva vodila je rimska cesta od Ilidže, preko Dobrinje i Željeznice, ulicom Zmaja od Bosne, pa na istok. Rimljani su bili poznati da svoja urbana naselja smještaju uz putne pravce, pa stoga je i jedna od takvih naseljenih rimske aglomeracije bila smještena na potezu kod Koševskog potoka u Miljacku, pa sve do kampusa Univerziteta (nekadašnje kasarna Maršal Tito). Na ovom prostoru pri nekim ranijim građenjima sa početka XX stoljeća nailazili su se ostaci boljih rimske kuća, kao i druge vrste materijalnih ostataka koje su svjedočile o životu i radu ljudi antike na prostorima grada.

Urbana jezgra Sarajeva u srednjovjekovnom periodu veže se za prostor trga Tornik, poznato i po nazivu Stara Varoš koje je urbicirano na različitim mjestima, a od kojih je jedno na lokaciji današnje Bijele tabije na Vratniku. Osim toga, aktivno naselja bila su na prostorima utoka Koševa u Miljacku, te također lokalitet Varoš na Baščaršiji. Ne smije se zaborviti postojanje i srednjovjekovnih cesta koji su bili važni naslijedjeni elementi za idući period urbanizacije Sarajeva, a koji se intenzivno odvijao u Osmanskom periodu.

Najranija gradnja osmanskog perioda u Bosni i Sarajevu veže se za ime Isa-bega Ishakovića, odnosno formiranje prve mahale uz Carevu džamiju koja je uz namjesnikov dvor bila jedna od većih graditeljskih poduhvata Isa-bega. Ove prve gradnje datiraju se u šezdesete godine XV stoljeća. Dolazak prvog bosanskog namjesnika Mehmed bega Minetovića podiže se mesdžid i formira mahala u čijem je središtu današnja apoteka u blizini Latinskog mosta. Ova mahala pominje se (1489.) kao druga u nastanku sarajevskih mahala koje su bile jezgro oko kojih se grad formirao, oblikovalo i rastao. U tom periodu nastaje i Ajas begova mahala formirana oko današnjeg hotela Central. U historiji osmanskog Sarajeva najsajniji period predstavlja vrijeme namjesnikovanja Gazi Husref-bega u periodu od tridesetih do sedamdesetih godina XVI stoljeća. Tada grad dobija svoje najpoznatije objekte (vjerske, komunalne, saobraćajne, privrede i kulturne), a koje i danas predstavljaju njegove prepoznatljive simbole. Popis iz 1516. godine registruje u Sarajevu postojanje 17 mahala formiranih oko novih džamija, uglavnoj na desnoj obali Miljacke. Uporedo sa nastankom mahala kao stambenih zona nastaje i Baščaršija sa zanatskim i trgovačkim radnjama kao privrednim središtem grada.

Za prostore sjeveroističnog dijela grada Kovači i Vratnik naseljavanje i izgradnja vežu se za ime Skeneder paše. Izgradnja ide oko ulice Logavina, utoka Koševa u Miljacku, dok su na lijevoj obali Miljacke proces urbanizacije kretao znatno sporije (po popisu iz 1516. godine na toj strani bile formirane samo 4 mahale)

Kada je podignuta Skender-pašina zavija na Skenderiji tada je nastala i mahala oko nje početak XVI stoljeća pa je tako oko 1530. godine u Sarajevu bilo 37 mahala koje su kao urbana jedinica sadržavale osim stambenih objekta i objekta druge javne namjene (džamija, mekteb, pekara, javna česma, itd). Ono što je karakteriziralo stambenu izgradnju jeste bosanski orijentalni način izgradnje, mnogo zelenila - bašta, koje su onda činile jednu zatvorenu, intimnu cjelinu u kojoj se odvijao porodični život.

U vremenu XVIII stoljeća potrebno je izdvojiti izgradnju fortifikacionih objekta koji su opasavali grad, pa je tako u toku 1739. godine okončana i izgradnja vratničkog bedema. Također, Sarajevo u ovom vremenu zadobija ne samo strateški nego i tranzitni značaj što je rezultiralo velikim bojnome hanova i karavan-saraja koje će zateći austrougarska uprava uspostavljena 1878. godine. Od osamdesetih godina XIX stoljeća započinje novi, drugačiji period urbanizacije Sarajeva. Prostorno grad se razvija u pravcu zapada, prema Marindvoru, ali u isto vrijeme gradi se i na već ranije urbaniziranim prostorima grada pa i na prostorima Čaršije naročito nakon požara iz 1879. godine koji je ujedno bio povod donošenja prvog Regulacionog plana koji se odnosio na Baščaršiju. Austrougarska uprava je imala intenzivan proces izgradnje Sarajeva koju najprije karakterizira izgradnja stambenih zgrada sa miješanjem raznovrsnih sadržaja. Najznačajniji objekti koji se grade trebali su demonstrirati uspostavu nove vlasti i administracije, pa odatle niču zgrade upravne i vojne namjene, te objekti kulturno - prosvjetnih, zdravstvenih i saobraćajnih potreba. Također, u užem dijelu grada grade se i nastaju industrijski objekti kao što su Električna centrala, Fabrika duhana, Željeznička radiona, te izgradnja željezničke pruge koju je grad dobio 1882. godine. Izgradnja grada rezultirala je teritorijalnim proširivanjem granica grada ozakonjenim 1881. godine. Granica je na zapad išla uz potok Kovačić od izvora do utoka u Miljacku, presjecala je cestu i išla njegovom desnom stranom do iza Željezničke stanice. Odatle je išla putem Sarajevo Pofalići, ne uključujući Pofaliće, uz potok Sušicu, na Goricu pored Ciglana i spajala se na sjever sa putem Sarajevo - Kobilja Glava.

Izgradnja Sarajeva u periodu između dva svjetska rata nije dala posebno mnogo novog u pogledu urbanizacije, ali gradili su se stambeni objekti i poneki objekat javne namjene.

Nakon Drugog svjetskog rata urbanizacija Sarajeva najprije se odvijala u uslovima industrijalizacije i velikog porasta stanovništva. Prioritetni zadatak nakon oslobođenja 1945. Godine bilo je saniranje ratnih šteta, te obezbjeđivanja prostora za nove stanovnike grada. Rezultat toga jeste izgradnja i nastanak novih stambenih naselja koji su trebali pružiti osnovne uvjete za stanovanje što većeg broja stanovnika. Prvo takvo novo stambeno naselje u Sarajevu je bila Grbavica. Kroz nova naselja i postojanje tzv. društvenih stanova formirao se novi stil života i kultura življenja karakteristična za vrijeme socijalizma. Od sredine šezdesetih godina grad doživljava novi razvoj i dalje širenje u pravcu današnjeg prostora Novog Sarajeva i Novog Grada. Novi "ritam" jugoslavenskog socijalizma, liberalizacija društva, otvaranje prema Zapadu, odrazio se na novo oblikovanje ne samo fizičke nego i društveno - socijalne strukture grada. Izgradnjom brojnih javnih objekata različite namjene (upravne, privredne, zdravstvene, školske, kulturne, sportske) ostvaruje se transformacija grada, emancipacija Sarajeva kao političkog, privrednog i kulturnog centra. Radi ilustracije, od tog vremena Sarajevo dobija niz novih objekata kao što su Skenderija, Pozorište mladih, Historijski muzej BiH (nekadašnji Muzej Revolucije BiH), Zgradu Skupštine, Filozofski fakulteti brojne druge koje su uticale na formiranje novih prostornih identiteta grada, i koje su svjedočila da Sarajevo sve više postaje grad u kome se intenzivnije razvijaju raznoliki sadržaji urbanog života i kulture.

1.2. PROBLEMATIKA ZAŠTITE URBANISTIČKIH CJELINA

*Pitanje kako reklame kao potrebu
savremenog društva spojiti sa
zaštitom naslijeđa*

Problematika zaštite urbanih cjelina je danas aktuelan problem u svim Europskim zemljama, zavisno od ugroženosti lokaliteta te na različite aspekte i načine. U ovom tekstu je iznesen na osnovu analize historijske jezgre grada Sarajeva te minimalnih ostvarenih rezultata u sferi zaštite u odnosu na reklamiranje unutar zone. Ako analiziramo izvedbi reklama možemo zaključiti da se ona odvija u tri osnovna pravca.

- I. reklame na novim objektima
- II. reklame na urbanizovanim djelovima grada (nove zone)
- III. reklame na starim objektima (zamjena postojećih reklama)

1.2.1. REKLAME I CILJEVI REKLAME

Još od najstarijih vremena ljudskog društva postojala je potreba reklamiranja, pa se kao primjeri prvih reklamnih i političkih poruka mogu naći u ruševinama na Arapskom poluotoku, a egipatski trgovci su koristili papirus na kojima su bile poruke o proizvodima i robi. Ostaci reklamnih poruka su nađeni i u Staroj Grčkoj i Starom Rimu. Crteži i natpisi, u svrhu reklamiranja, danas se još uvijek koriste uglavnom u siromašnijim dijelovima Azije, Afrike i Južne Amerike.

Veliku ulogu na razvoj reklamiranja kao i na njenu tehniku imalo je otkriće štamparskog stroja Johanna Gutenberga u prvoj polovini XV stoljeća. Tokom XVII stoljeća - reklame se pojavljuju i u sedmičnim novinama u Engleskoj. Do porasta reklamiranja dolazi daljim razvojem industrije i ekonomije u XIX stoljeću. Godine 1841. - osnovana je prva marketinška agencija, a osnovao ju je Volney Palmer u Bostonu. Godina 1875. - osnovana je prva veća marketinška agencija N.W. Ayer& Son u Philadelphiji. Razvoj radija kao novog medija u dvadesetim godinama XX stoljeća značio je puno više mogućnosti za reklamiranje. Proizvođači i trgovci umnogome počinju putem radijskih emisija reklamirati svoje proizvode što im omogućava porast prodaje. Slična situacija javiti će se i sa razvojem televizije od pedesetih godina XX stoljeća. Tako je zabilježeno da je na DuMont Television Network bila emitirana prva komercijalna reklama. Tokom šezdesetih godina javlja se moderniji pristup u oglašavanju, pri čemu se naročito cijeni kreativnost koja ima za cilj da rezultira reklamom koja će svojim sadržajnom i možda neočekivanom porukom zaintrigirati kupce. U kasnim 1980 -tim i ranim 1990 -tim oglašavanje se sve više razvija. Razvoj kablovske, satelitske televizije, MTV, muzički spotovi, sve skupa doprinosi razvoju reklamiranja. U SAD-u se javljaju televizijski programi koji su u potpunosti posvećeni oglašavanju - QVC, Home Shopping Network i dr. 1990 -te - Internet marketing ("dot-com" marketing). Najsavremeniju tendencije u XXI stoljeću karakterizira kreativnost, ali u isto vrijeme velika nametljivost, pristutnost reklama uz visoke cijene reklamiranja.

No bez obzira na razvoj tehnologije koja omogućava različite mogućnosti reklamiranja, u suštini ciljevi reklama nisu se od njenih prvih pojava promijenili.

U osnovi reklamiranje je jedna vrsta komunikacije kojoj je svrha informiranje, obavljanje potencijalnih kupaca o proizvodima ili uslugama. Reklame kao način reklamiranja sadrže činjenice, informacije i uvjerljive poruke o onome što reklamiraju. Danas se za oglašavanje većinom koriste masovni mediji kao što su: televizija, radio, filmovi, časopisi, novine, internet, plakati, pa čak i video igre. Razne reklame (u Evropi i drugdje u svijetu) možemo naći i na prijevoznim sredstvima (travmajima, autobusima, automobilima...), autobusnim i tramvajskim stanicama itd. Marketinški materijal se stavlja gdje ga svi ljudi mogu lako uočiti. Oglašavanje u svrhu promoviranja koriste i političke stranke, vjerske organizacije, vojska, neprofitne organizacije ...

Reklame se danas pojavljuju kao preporučeni izbor nečega što ta osoba najviše pretražuje. 2015 je EU uredbom donešen zakon da se na članke starije od 3 godine ta pravila ne primjenjuje zbog već postojećih plaćenih reklama na tim stranicama. Reklame se nalaze na stranici sve dok se sama stranica ne ukloni.

1.3. MODERNE REKLAME U SRAJEVU

Uspostava austrougarske uprave u Sarajevu 1878. godine značilo je velike društveno - ekonomске promjene. Novi stil života, nova izgradnja grada te uspostava početaka kapitalističkih odnosa uticala je na uspostavljanje novih puteva poslovanja, trgovanja i reklamiranja u javnom prostoru. Sarajevo u vrijeme austrougarske uprave postaje veliko gradilište, grade se nove zgrade javne namjene, te cijeli niz stambeno - poslovnih objekata. U takvim zgradama u prizemlju smještaju se trgovačke, zanatske, uslužne i druge poslovne firme koje radi potrebe reklamiranja svojih preduzeća i proizvoda postavljaju različite reklame.

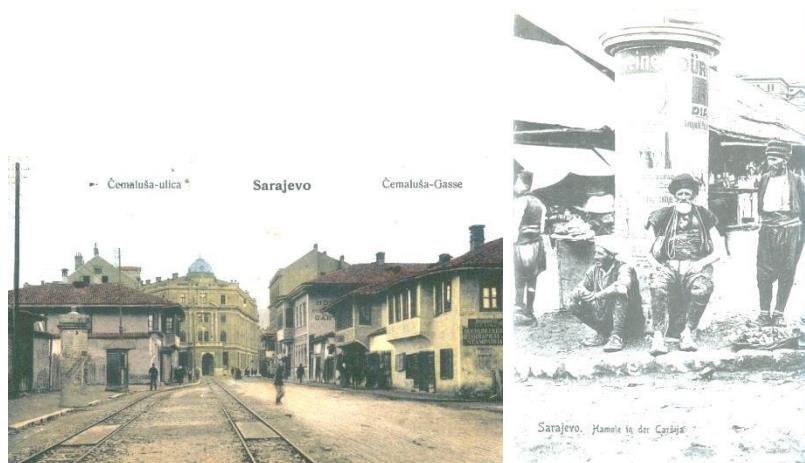
Te prve moderne reklame su jednostavne, jednoobrazne, ponekad ispisane rukom u prostoru na fasadi za to predviđenom dijelu, ne ponavljaju se, te su u ljudskom mjerilu.

Znatnije promjene u reklamiranju na objektima, te prostoru kojeg danas prepoznajemo kao historijsko jezgro grada nisu se dogodile i u kasnijim historijskim periodima, bez obzira na različite ekonomski odnose u kojima se grad razvijao. Reklame, uglavnom sve do početka devedesetih godina XX stoljeća, nisu tako intenzivno zagađivale i usurpirale prostor, te samim tim nisu ugrožavale i zaklanjale spomeničke vrijednosti objekata i fasada graditeljskog naslijeđa.

Tek u posljednjim desetljećima reklame svojim izgledom i prisutnošću, postaju značajniji problem unutar zaštićenog prostora historijske jezgre grada.



Reklame u Ulici Koševu s početka XX stoljeća



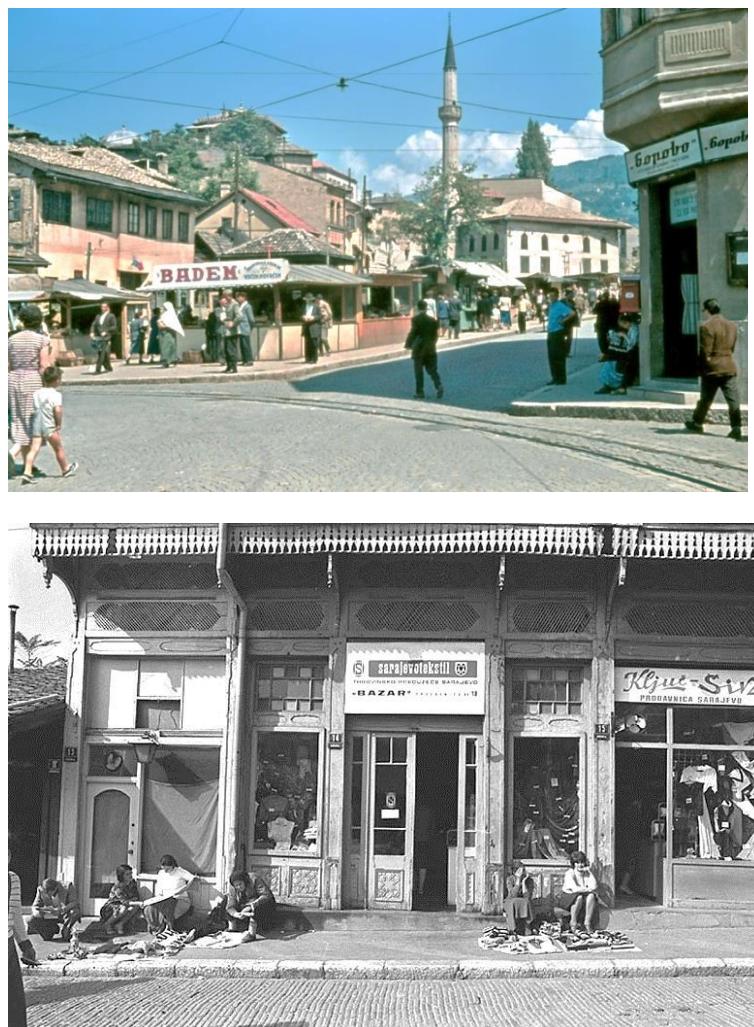
*Reklamni stubovi u današnjoj
Titovoj ulici i na Baščaršiji,
predstavljali su vid reklama u
prošlosti*



*Ulica Čumurija sa početka XX
stoljeća*



*Reklame na Baščaršiji iz
šezdesetih i sedamdesetih
godina XX stoljeća*



2. CILJEVI IZRADE ELABORATA

2.1. GOMILANJE REKLAMA U HISTORIJSKOM JEZGRU GRADA

Dimenzije i oblikovanje reklamnih poruka uglavnom ukazuju na njihovo stihijskoj postavljanje koje devalviraju ambijentalne i historijske vrijednosti historijske jezgre grada. Gotovo jedini kriterij za postavljanje reklame uspostavlja se raspoloživost "slobodnog prostora"



Gazi Husrev-begov bezistan je Nacionalni spomenik BiH – prisutno prekomjerno reklamiranje na prostoru fasade



Ulica Mula Mustafe Bašeskije br. 63 – prisutno prekomjerno reklamiranje na prostoru fasade (stvaraju konfuziju pa reklamne poruke ne mogu na pravi način prenijeti poruku)



Ulica Obala Kulina bana 41 – prisutno reklamiranje na prostoru fasade (Neposredna blizina Vijećnice, Nacionalni spomenik BiH)

2.2. REKLAME KAO PROBLEM VIDLJIVOSTI SPOMENIKA





*Ulica Ćurčiluk mali br. 18 –
prisutno prekomjerno reklamiranje
na prostoru fasade*

3. METODOLOGIJA

Metod za izradu Elaborata reklama historijske jezgre Sarajeva obuhvata stručni, analitički, istraživački i planski pristup, sa ciljem obavljanja analize te uspostave akcija koje će omogućiti smanjenje broja reklama te njihovo pravilno i nemetljivo postavljanje unutar historijske jezgre grada Sarajeva. Ozbiljnost stanja sa reklamama, koje poupt neke vrste "divljeg oglašavanja" stoje na fasadama objekata pod zaštitom, razlogom je da je sastavni dio elaborata naša ažurirana evidencija mjesta, lokacija na kojima je prisutna koncentracija velikog broja reklama, te njihova, radi laškog praćenja, podjela na reklame, bilborde, portale, transparente, LCD i City light. Istraživanje reklama rezultat je i terenskog rada obavljenog u periodu novembar 2018. - mart 2019. godine.

Primarni cilj Elaborata je ukazivanje na problem reklamiranja unutar historijske jezgre grada, a primarne akcije koje će biti predložene su načini prilagode ovih reklama objektu i ambijentu u kojem se nalaze. Cilj nije zabrana reklamiranja.

Elaborat neće ponuditi univerzalni recept za uklanjanje reklama niti će dati prijedlog konačnog izgleda reklamiranja unutar historijske jezgre grada, naša namjera je da ukažemo na problem i ponudimo neka od potencijalnih, moguće izvedivih rješenja. Sa obzirom na kompleksnu prirodu reklamiranja kao i na delikatnosti objekata pod zaštitom ostaje preporuka da se svaki individualni objekat rješava posebno ukoliko to nije cjelina koja ima ranije propisane uslove ili ukoliko to nije drugačije određeno.

4. OBUHVAT

Obuhvat zahvata tretirana ovim Elaboratom je historijska jezgra grada Sarajeva, trgovi i ulice od značaja kao i posebne zone zaštite sa liste evidentiranih, prethodno zaštićenih i zaštićenih spomenika kulture i prirodne baštine Kantona Sarajevo.

4.1. DOBRI PRIMJERI

U masi prisutnih reklama različite tipologije nailaze se i poneki primjeri dobre prakse, a u kojima se prepoznaje promišljanje o materijalu kojim se izvodi, veličini, obliku izgledu reklame, pri čemu oznake, slova i brojevi su dimenzionirani tako da se reklamna poruka može pročitati, da se informacija može prenijeti.



Ukazujući na oblik, boju i dimenziju reklame kao i nepravilno pozicionirane na fasadi investitor je ispravio u skladu sa korekcijama već ranije postavljenu reklamu.



4.2. TRAGOVI NAKON UKLANJANJE REKLAMA



Primjer predstavljaju tragovi na objektima nakon uklanjanja reklama, u pitanju su značajna oštećenja fasade koje investitor u pravilu zanemaruje te ne vrši popravke istih.



5. ANALIZA STANJA

5.1. REKLAME



*Graditeljska cjelina – Crkva svetog
Vinka Paulskoga u Sarajevu,
Nacionalni spomenik BiH*



*Ulica Maršala Tita br. 42 – prisutno
reklamiranje na staklu tj. prostoru
izloga*



Ulica Štrosmajerova (Zelenih beretki br. 5) – prisutno reklamiranje na staklu tj. prostoru izloga (cjelokupni prostor izloga prizemlja objekta)

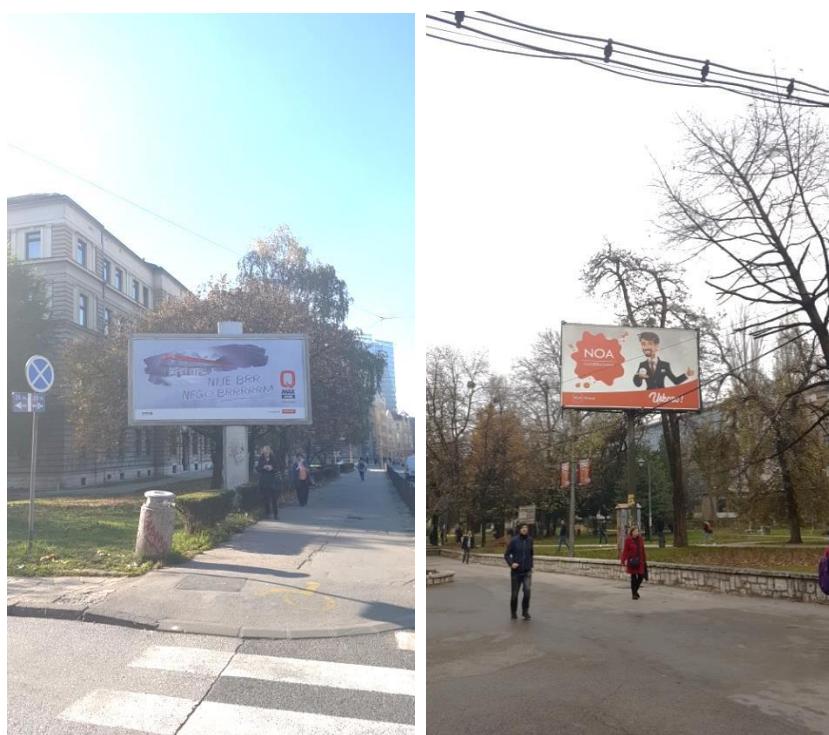


Ulica Ferhadija br. 10 – prisutno prekomjerno reklamiranje na prostoru pasaža



Ulica Jelića br. 4 – prisutno predimenzionirano reklamiranje na prostoru istaka prozora objekta

5.2. BILBORDI



Ulica Maršala Tita – prisutno predimenzionirano reklamiranje sa bilbordima unutar historijskog jezgra



Objekat Zemaljska štamparija, Obala Kulina bana 4. Predmetni objekat je upisan na Listu evidentiranih, prethodno zaštićenih i zaštićenih nepokretnih dobara i prirodne baštine Kantona Sarajevo, kao privredni-industrijski objekat, pod brojem 7203001E-2.



5.3. PORTALI



Ulica Maršala Tita br. 18 – prisutna izmjena fasadnog platna sa portalima i predimenzionirano reklamiranje sa neadekvatnom oblogom prizemlja unutar historijskog jezgra (Maršala Tita br. 46)





5.4. TRANSPARENT



Prisutna upotreba transparenata na prostoru fasadnog platna historijskih objekata za predimenzionirano reklamiranje unutar historijskog jezgra



5.5. LCD



Prisutna upotreba LCD ekrana na prostoru fasadnog platna historijskih objekata za predimenzionirano reklamiranje unutar historijskog jezgra



Prisutna upotreba LCD ekrana na prostoru fasadnog platna historijskih objekata za predimenzionirano reklamiranje unutar historijskog jezgra



5.6 CITY LIGHT



Prisutna upotreba City light okvira na prostoru prizemlja i fasadnog platna historijskih objekata za predimenzionirano reklamiranje unutar historijskog jezgra



6. ZONA BAŠČARŠIJE



U Avgustu 2017 godine vršena je akcija uklanjanja bespravno postavljenih reklama na Baščaršiji od strane Federalne uprave za inspekcijske poslove



Uklanjanje reklama je dalo kratkoročne rezultate, te je nanon nekog vremena došlo do istog postavljanja reklama.



Težnja je da dio reklama bude riješen sa oglašavanjem na tendama, u ljetnom periodu.



Velika je upotreba privremenih reklama, manjeg reklamnog tijela i obima. Ova reklama u svojoj ukupnoj masi ugrožava izgled stare jezgre. (ova masovnost i prisutnost malih reklama značajno ugrožava ukupni dojam stare jezgre)



U velikom broju slučajeva prisutno je neartikulisano šarenilo koje uniformne i intimne oblike unutar Baščaršije stvara reklamnom slikovnicom.



7. ZAKLJUČAK

Istraživanje reklama za potrebe izrade ovog Elaborata pokazalo je da je sveprisutna praksa agresivnog postavljanja reklama, posebno na objektima koje predstavljaju zaštićeno kulturno dobro baštine (te u neposrednoj blizini istih).

Radi potrebe promišljanja o načinima reklamiranja unutar historijskog jezgra grada istražili i analizirali smo stanje na terenu, te zaključujemo da je prijeko potrebno na pravi način uskladiti potrebe reklamiranja u savremenom društvu i principe zaštite naslijeda.

Reklame danas predstavljaju diktat vremena, nezaobilazne su ali je potrebno, radi očuvanja vrijednosti prostora historijskog jezgra te pojedinačnih spomenika graditeljskog naslijeda uspostaviti skladan balans između reklamiranja i dugoročno cilja očuvanja baštine.

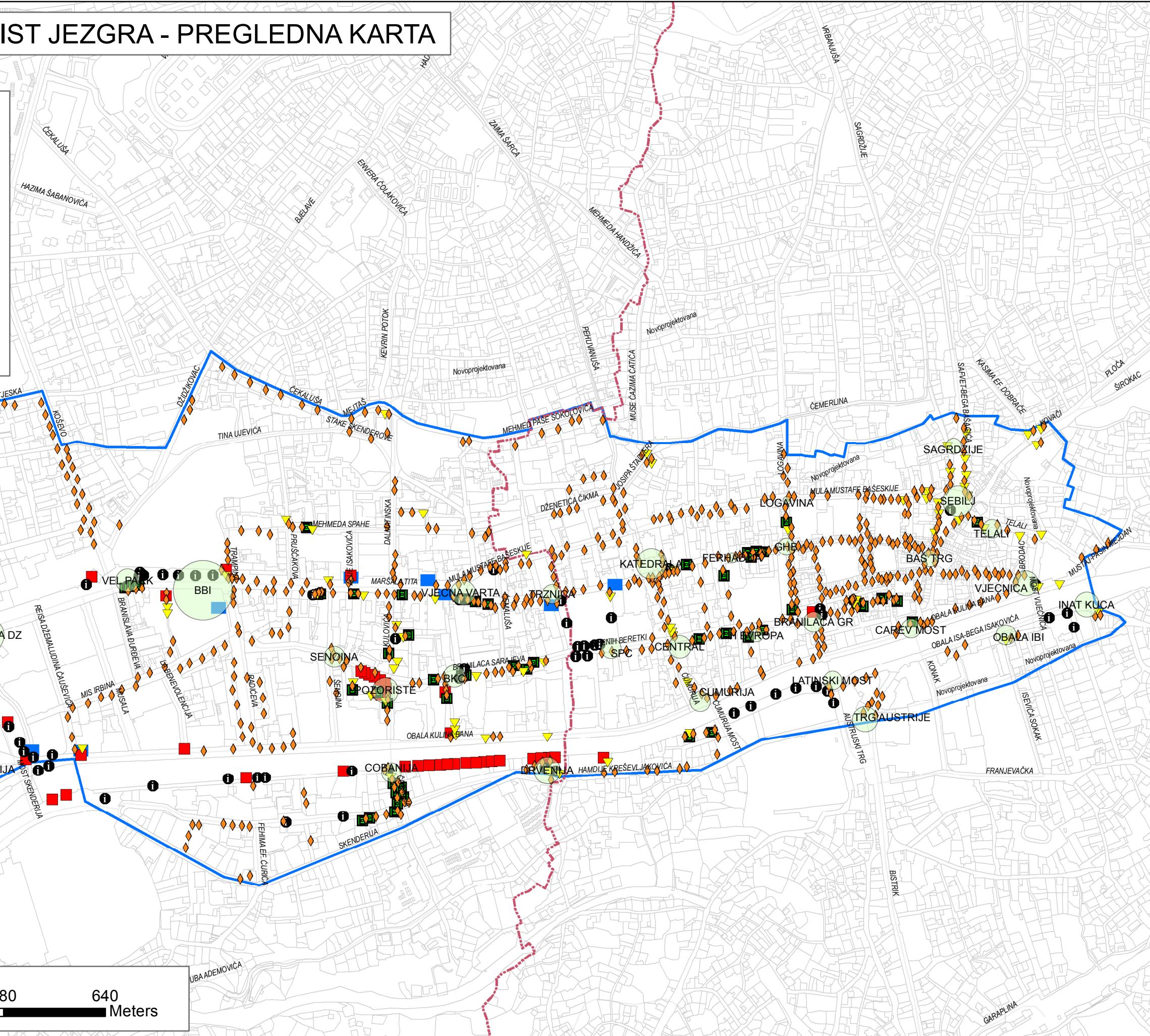
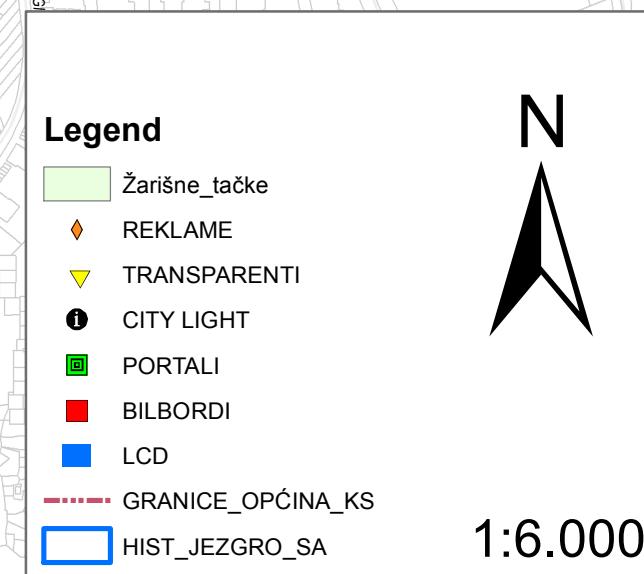
Zbog toga je preporuka službe zaštite hitno donošenje pravilnika o načinu i postavljanju reklama unutar Centralne gradske i Historijske jezgre Grada Sarajeva, kojim bi se odredile:

- zone na području Grada Sarajeva na kojima se mogu postavljati klima uređaji, natpisi, zaštitne naprave na izlozima, jARBOLI, antene, reklame i reklami pano;
- vrste i način postavljanja klima uređaja, natpisa, zaštitnih naprava na izlozima (tende, rolovi, platna i sl.), jARBOLA, antena, reklama i reklamnih panoa na javnim površinama, te na drugim mjestima koja su vidljiva sa javnih površina ili na drugi način utječu na komunalni red te vizualne kvalitete na području Grada Sarajeva;
- način postavljanja klima uređaja, natpisa, zaštitnih naprava na izlozima, jARBOLA, antena, reklama i reklamnih panoa po zonama.

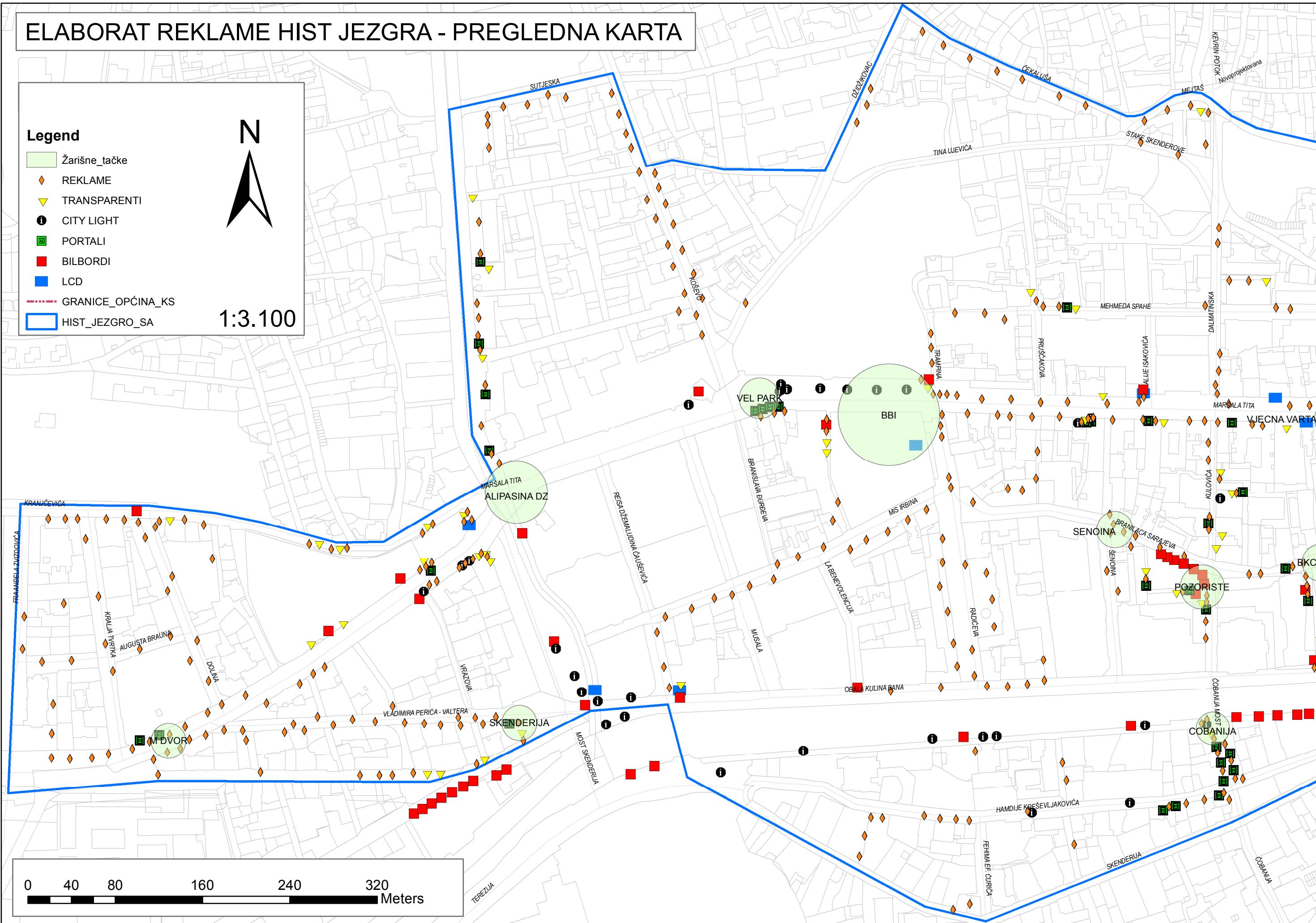
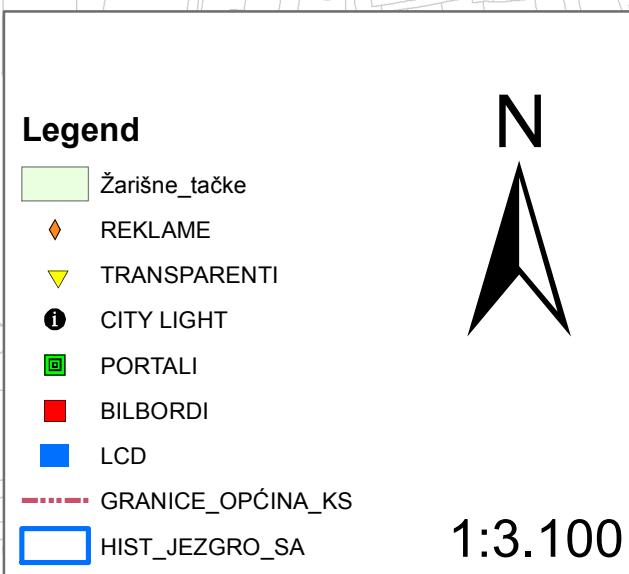
Navedeni prijedlog pravilnika Zavoda za zaštitu je finaliziran Marta 2017 godine, te može poslužiti uz ovaj elaborat kao osnova za sistemsko rješavanje ovoga problema.

8. GRAFIČKI PRILOZI

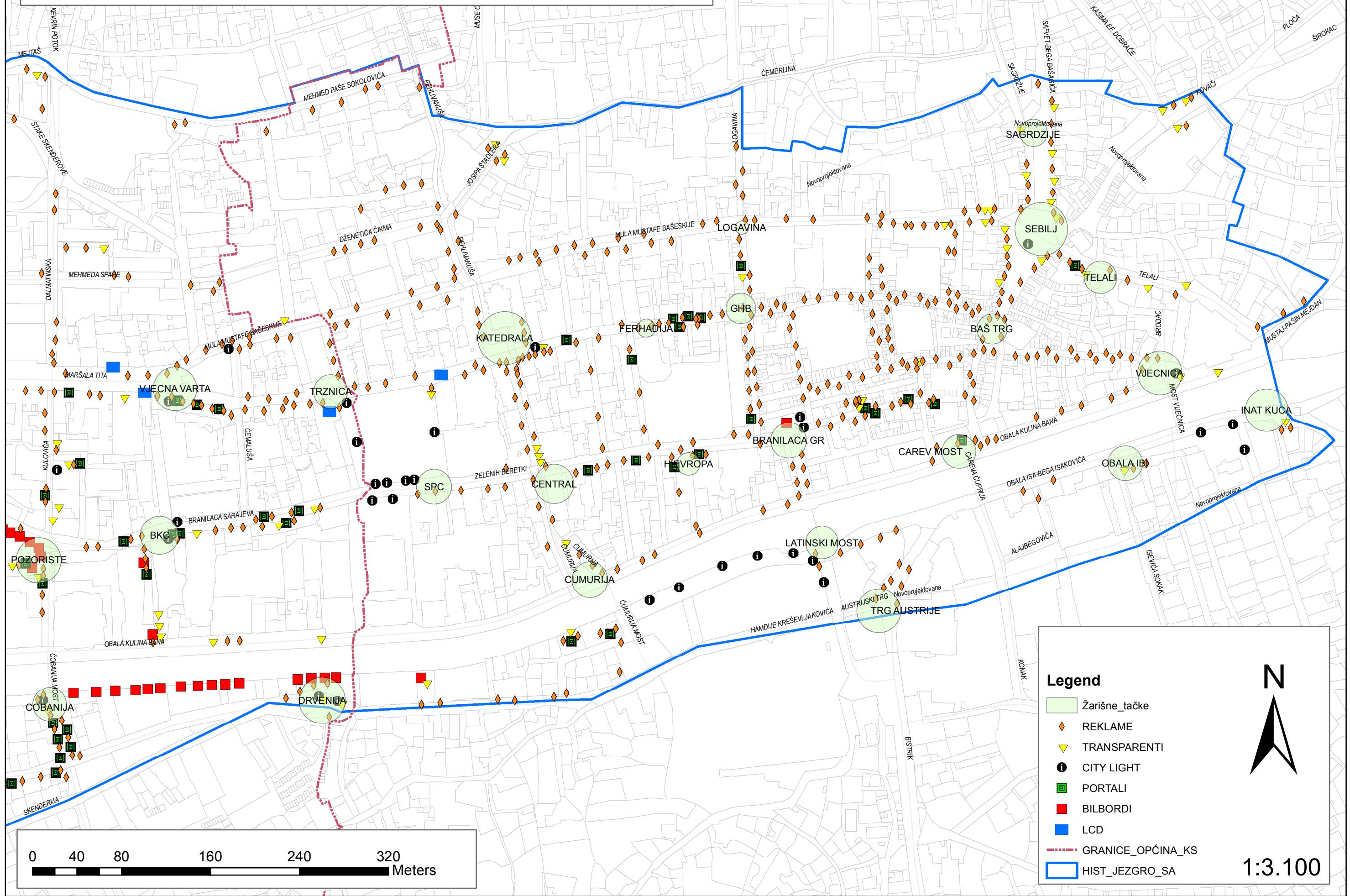
ELABORAT REKLAME HIST JEZGRA - PREGLEDNA KARTA



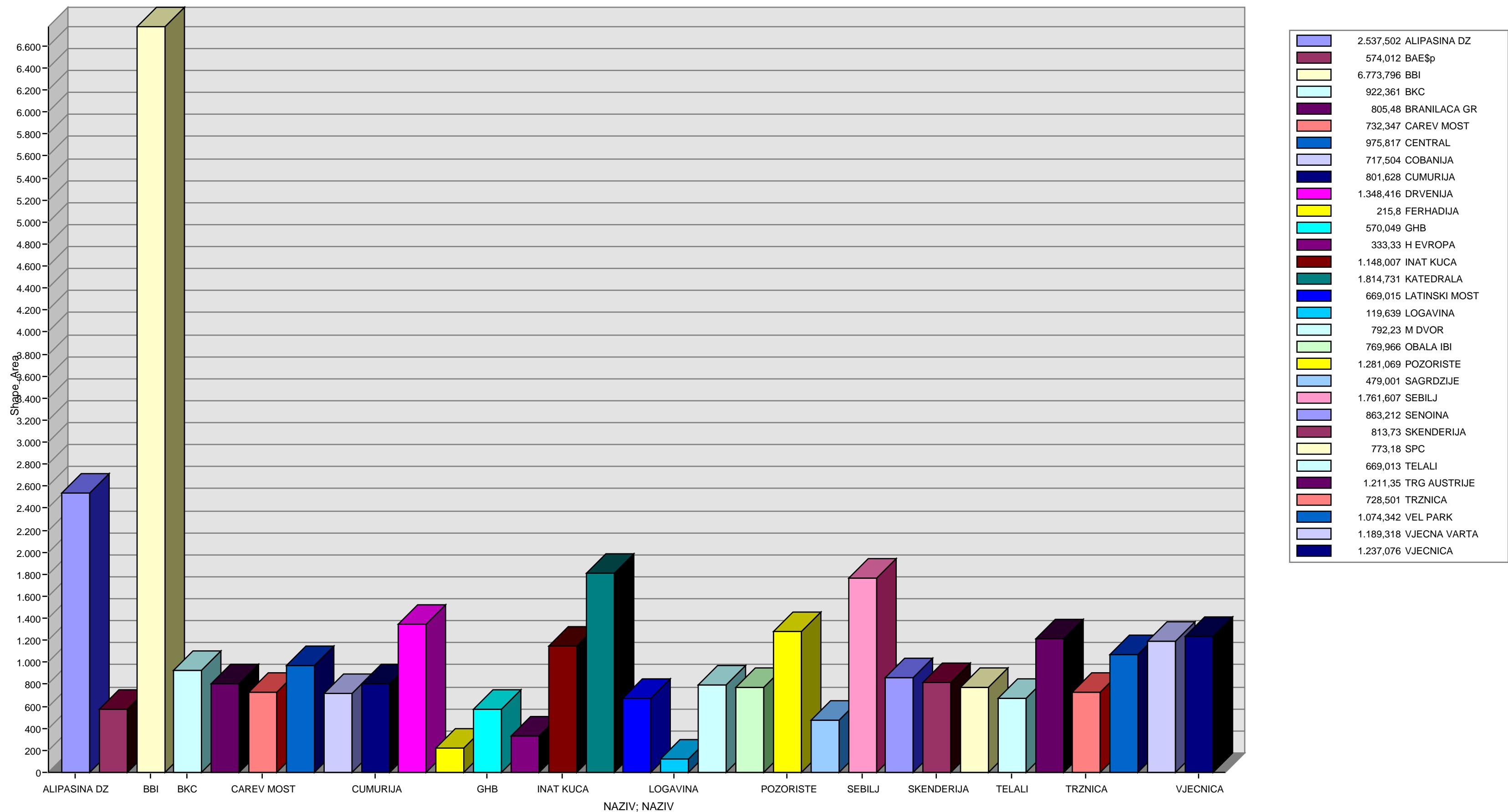
ELABORAT REKLAME HIST JEZGRA - PREGLEDNA KARTA



ELABORAT REKLAME HIST JEZGRA - PREGLEDNA KARTA



Graph of Žarišne tacke



9. PRAVILNIK

Prijedlog pravilnika o postavljanju klima uređaja, natpisa, zaštitnih ograda na izlozima, jARBOLA, antena, reklama i reklamnih panoa na području Centralne gradske i Historijske jezgre Grada Sarajeva.

Na temelju rada kao i višegodišnjeg iskustva, služba zaštite Zavoda za zaštitu kulturno - historijskog i prirodnog naslijeđa Kantona Sarajevo donijela je :

PRIJEDLOG PRAVILNIKA

o postavljanju klima uređaja, natpisa, zaštitnih ograda na izlozima, jARBOLA, antena, reklama i reklamnih panoa na području Centralne gradske i Historijske jezgre Grada Sarajeva.

OPŠTE ODREDBE

Član 1.

Ovim se pravilnikom određuju:

- zone na području Grada Sarajeva na kojima se mogu postavljati klima uređaji, natpsi, zaštitne naprave na izlozima, jARBOLI, antene, reklame i reklamni panoci;
- vrste i način postavljanja klima uređaja, natpisa, zaštitnih naprava na izlozima (tende, rolovi, platna i sl.), jARBOLA, antena, reklama i reklamnih panoa na javnim površinama, te na drugim mjestima koja su vidljiva sa javnih površina ili na drugi način utječu na komunalni red te vizualne kvalitete na području Grada Sarajeva;
- način postavljanja klima uređaja, natpisa, zaštitnih naprava na izlozima, jARBOLA, antena, reklama i reklamnih panoa po zonama.

Zone na području Grada Sarajeva

Član 2.

Područje Grada Sarajeva, dijeli se na tri zone u kojima se određuje način postavljanja klima uređaja, natpisa, zaštitnih naprava na izlozima, jARBOLA, antena, reklama i reklamnih panoa. Sastavni dio Pravilnika je grafički prilog - Plan Grada sa označenim zonama.

Član 3.

- Prva zona je dio područja Historijske jezgre Grada Sarajeva, a obuhvaća Baščaršija zona stare jezgre, te ulice Ferhadija, Sarači, Safet-bega Bašagića, Maršala Tita, Štrosmajerova, Trg fra Grge Martića, Zelenih beretki, Branilaca Sarajeva, Mis Irbina, Radićeva, Kulovića.
- Druga zona je dio područja Centralne gradske zone i Historijske jezgre Grada Sarajeva izrazito komercijalnog karaktera a obuhvaća područje omeđenog: ullicom do Hamze Hume na zapadu, Obala Kulina bana, Telali, Bentbaša na istoku, uličnim potezom Maršala Tita i Mula Mustafe Bašeski na sjeveru, te ulični potez do Ulice Obala Kuliina Bana na jugu.
- Treća zona obuhvaća preostalo područje Centralne gradske zone i Historijske jezgre Grada Sarajeva.

Vrste i način postavljanja antena, uređaja, natpisa, zaštitnih naprava na izlozima (tende, rolovi, platna i sl.), jARBOLA, reklama i reklamnih panoa na javnim površinama, te na drugim mjestima koja su vidljiva sa javnih površina

Postavljanje antena i rashladnih uređaja

Član 4.

Antene su uređaji koji se koriste za potrebe prijema zemaljskih i satelitskih televizijskih programa, a postavljaju se u zoni krova i zoni iznad krovnog vijenca.

Za potrebe jedne građevine, u pravilu se postavlja zajednički uređaj.

Ako građevina na koju se postavlja antena ima kosi krov, ona se postavlja na krovnom padu prema dvorištu, a ako ima ravni krov, postavlja se udaljeno od ruba krova, van zone pogleda sa tla.

Iznimno od stava 1., 2. i 3. ovog člana antene se mogu postavljati i na dvorišnoj fasadi zgrade ukoliko se ona ne koristi kao javna površina.

Iznimno od stava 1., 2., 3. i 4. ovog člana, izvan područja zaštićenih cjelina antene se mogu postavljati i unutar dvorišnog fasadnog platna.

Član 5.

Rashladni uređaji, odnosno njihov vanjski dio (klimatizator tipa split sistem), u smislu ovog pravilnika su montažno-demontažni manji uređaji za klimatiziranje stambenih i poslovnih prostorija (u dalnjem tekstu: klima jedinica).

Klima jedinice uključivo elemente potrebne za ugradnju i rad, postavljaju se, na građevine tako da nisu vidljive sa javne površine, odnosno da nisu vidljive sa svih onih površina koje se koriste kao javne (pristupne površine poslovnim prostorima u objektima i slično).

Iznimno od stavka 2. ovog člana na objektima na području zaštićenih cjelina (od prve do treće zone):

- klima jedinice postavljaju se u zoni krova (dvorišna strana) iznad krovnog vijenca, a ukoliko to nije moguće postavljaju se u dvorištu građevine na tlu. Iznimno mogu se postavljati unutar dvorišnog fasadnog platna, ukoliko se ne radi o pojedinačno zaštićenoj građevini. Za postavljanje klima jedinica unutar dvorišnog fasadnog platna treba postaviti kvalitetnu i estetski oblikovanu masku kroz koju neće biti vidljivi tehnički detalji i izgled uređaja;

- za poslovne prostore i stanove u zoni prizemlja građevina koje nisu pojedinačno zaštićene građevine i ukoliko nemaju direktni pristup dvorišnoj fasadi, klima jedinice se mogu postaviti u izlog odnosno prozor, uz uslov da je prednja (vanjska) strana uređaja u ravnini sa vanjskom površinom izloga ili prozora, a prodor kroz plohu izloga ili prozora treba prekriti odnosno zaštititi kvalitetnom i estetski oblikovanom maskom;

- klima jedinice se mogu postavljati na pod uličnog balkona ukoliko je ograda postojećeg balkona tako izvedena da klima jedinica nije vidljiva sa javne površine.

Način postavljanja na objektima izvan zaštićenih cjelina (treća zona):

- klima jedinice se mogu postavljati na mjestima navedenim u stavku 3. ovog člana, te na zidove unutar lođa i balkona.

- elementi alarma, vatrodojave, kamere se postavljaju na takav način da ne ugorožavaju integritet i izgled fasade, daleko od fasadnih ukrasa i plastike.

Postavljanje natpisa

Član 6.

Natpis je svaka oznaka sa imenom fizičke ili pravne osobe, obrta, poslovnog prostora ili obavijest o djelatnosti koja se obavlja u poslovnom prostoru, a postavlja se na vanjskim dijelovima građevine (pripadajući dio fasade) u kojoj se nalazi poslovni prostor, uglavnom na slobodnom dijelu zida uz ulaz u građevinu ili kolni prolaz, u svrhu pružanja informacija o poslovnom prostoru u objektu.

Natpis se postavlja na građevinu plošno-paralelno sa linijom fasade kao pojedinačna ili zajednička ploča za više korisnika, izrađena od metala, plastike, stakla i drugog materijala. Veličina ploče može biti do 24x60 cm (izuzetno 40x60 cm), a za više korisnika ploče svaka veličine do 24x60 cm. Postavljaju se na zajedničku podlogu izvedenu od kvalitetnog materijala (staklo ili kvalitetni imitati stakla, drvo, željezo, bronca i sl.).

Postavljanje zaštitnih naprava na izlozima

Član 7.

Zaštitne naprave na izlozima, u smislu ovog pravilnika su tende, rolovi, zaštitne rešetke, kamere, alarmni uređaji i slično, a postavljaju se, u pravilu, za zaštitu izloga poslovnih prostora od insolacije, atmosferilija i otuđenja.

Tenda se postavlja na fasade građevina. Po obliku, kada je otvorena, može biti ravna sa preklopom ili košarasta sa preklopom.

Na fasade građevina postavljaju se ravne tende sa rolo mehanizmom približne ili iste dužine otvora izloga, a iznimno košaraste, ako je oblik nadvoja izloga polukružan.

Na jednoj građevini tende se postavljaju u istoj liniji fasade, iste dužine kada su otvorene, istog oblika, te iste ili slične boje, bez obzira koliko poslovnih prostora ima u nizu.

Tenda se postavlja u zoni prizemlja, ispod prvoga razdjelnog vijenca, prema sljedećim propozicijama:

- ako je za pojedini poslovni prostor potrebno postaviti natpis iznad izloga, tenda se postavlja između prvoga razdjelnog vijenca i natpisa;

- ako se tenda postavlja u zoni do prvoga razdjelnog vijenca, kada je ispružena ne smije ometati pješački i kolni prolaz (min 250 cm od nivoa tla).

Materijali za izvođenje tendi su platno, plastika i slični kvalitetni materijali.

Nadstrešnice iznad izloga poslovnih prostora izvedene od stakla, kvalitetnih imitata stakla i drugih materijala na podkonstrukciji, a imaju funkciju tende, odobravaju se i postavljaju po posebnom zahtjevu.

Prijedlog pravilnika o postavljanju klima uređaja, natpisa, zaštitnih ograda na izlozima, jarbola, antena, reklama i reklamnih panoa na području Centralne gradske i Historijske jezgre Grada Sarajeva.

Ostale zaštitne naprave na izlozima građevina odobravaju se na temelju obrazloženja namjene prostora, a uz uslov da ugradnja nije u suprotnosti sa oblikovanjem objekta, odnosno da ne narušava kvalitetu oblikovnog izraza građevine.

Postavljanje jarbola

Član 8.

Jarbol za zastave je nosač zastave koji se postavlja na fasadu objekta, na zemljište oko objekta ili javnu površinu ovisno o prostornim mogućnostima.

Na jARBOLIMA se postavljaju državne zastave, kANTONALNE, grADSKE i druge, te prigodne zastave, kao i reklamne zastave.

JARBOLI sa reklamnim zastavama mogu se postavljati u svim zonama, ispred poslovnog prostora na zemljištu objekta u kojem se poslovni prostor nalazi. IZNIMNO mogu se postavljati na javnu površinu neposredno ispred objekta, na način da ne ugrožavaju sigurnost saobraćaja i ne zaklanjaju postojeću prometnu i putnu signalizaciju. JARBOLI sa reklamnim zastavama za manifestacije značajne za Grad i državu, iznimno se mogu postaviti na lokacijama, koje odredi Grad Sarajevo, a koje nisu neposredno uz poslovni prostor. JARBOLI trebaju biti estetski prihvatljivi elementi u prostoru, uredni i održavani.

Postavljanje reklama

Član 9.

Reklame, u smislu ovog pravilnika, su: reklamne zastave, reklamna platna (na građevinskim skelama i građevinama u rekonstrukciji, sanaciji ili samoj gradnji), transparenti, reklamni ormarići, oslikane reklamne poruke (na zidovima građevina, ogradama, tendama i sl.), reklamni natpisi i drugi predmeti koji služe reklamiranju osim reklamnih panoa.

Reklame u vidu Graffiti prikaza na fasadi građevine nisu dozvoljene kao ni bilo koji oblik Guerrilla marketinga na samoj fasadi građevine. Umjetnički Murali na fasadama odobravaju se i postavljaju po posebnom zahtjevu.

Postavljaju se na način da ne ugrožavaju sigurnost saobraćaja, ne zaklanjaju postojeću prometnu i putnu signalizaciju i ne narušavaju izgled i funkciju građevine ili lokacije.

Reklame moraju biti kvalitetnog oblikovanja, materijala i izrade, te estetski prihvatljiv element u prostoru. Ako je reklama osvijetljena, osvjetljenje mora biti stalnog i ujednačenog intenziteta.

Član 10.

Reklamne zastave su reklamni predmeti na kojima su istaknuti natpisi ili reklamne poruke, a ističu se na za to postavljene jarbole.

Član 11.

Reklamna platna su zaštitna platna sa otisnutom ili oslikanom reklamnom porukom, a postavljaju se na građevinske skele za vrijeme trajanja radova na obnovi fasade i sanaciji krova ili se razapinju na građevine u izgradnji dok traju radovi, ali ne duže od jedne godine.

Član 12.

Transparenti su predmeti od tkanine, plastificiranog platna i sličnoga kvalitetnog materijala sa ispisanim reklamnom porukom, odnosno informacijom.

Transparenti se postavljaju razapinjanjem iznad prometnica između dviju građevina, rasvjetnih stubova i drugoga, te na ograde, osim na prometnim objektima, a u svrhu oglašavanja kulturnih, sportskih i drugih manifestacija od interesa za Grad Sarajevo, Kanton i Državu.

Član 13.

Reklamni ormarić je montažna naprava koja služi izlaganju robe.

Reklamni ormarić treba biti usklađen sa građevinom ispred koje, odnosno na koju se postavlja, te oblikovan i uređen na način da jasno pokazuje djelatnost koja se u poslovnom prostoru obavlja.

Reklamni ormarić se postavlja na slobodni zid prizemlja građevine u okviru prostornih i estetskih uslova mikrolokacije.

Prijedlog pravilnika o postavljanju klima uređaja, natpisa, zaštitnih ograda na izlozima, jarbola, antena, reklama i reklamnih panoa na području Centralne gradske i Historijske jezgre Grada Sarajeva.

Član 14.

Oslikana reklama je svaka reklama izvedena pismo-slikarskom tehnikom na fasadi zgrade, ogradi, tendi, suncobranu, na sredstvima javnoga gradskog prijevoza (tramvaj, autobus, trolejbus, taxi) i na površini pločnika.

Pismo-slikarske tehnike u smislu ovog pravilnika su: ručno oslikavanje, lijepljenje naljepnice, otiskivanje na površinu predmeta i drugo.

Oslikane reklame istaknute na fasadi zgrade u svrhu reklamiranja, oglašavanja i pružanja informacija o pravnim subjektima u tim građevinama, postavljaju se prema odredbama za postavljanje reklamnih natpisa za svaku teritorijalnu općinu unutar Grada Sarajeva.

Oslikane reklame istaknute na fasadi zgrade i na ogradi, u svrhu komercijalnog reklamiranja i samo-oglašavanja postavljaju se, sa obzirom na njihovu veličinu, prema odredbama za postavljanje reklamnih ploča ili velikih reklamnih panoa.

Na tendi ili suncobranu, oslikana reklama postavlja se na površini preklopa.

Član 15.

Reklamni natpis je oznaka ili predmet sa imenom fizičke ili pravne osobe, obrta, poslovog prostora i djelatnosti pravnih subjekata, a postavlja se na vanjskim dijelovima građevine, krovnim površinama i ogradama u svrhu reklamiranja, oglašavanja i pružanja informacija o pravnim subjektima u tim građevinama.

Član 16.

Reklamni natpisi postavljaju se na građevinu: plošno - postavljeno paralelno sa linijom fasade, te konzolno - postavljeno okomito na fasadu. Po obliku mogu biti: natpisi od pojedinačnih slova na fasadi (bez podkonstrukcije), ploča, sandučasta reklama, natpis ugrađen u izložni portal, te konzolni natpis od pojedinačnih slova (bez podkonstrukcije) ili oznaka. Reklamni natpisi mogu imati ugrađenu rasvjetu.

Reklamni natpisi postavljaju se:

- u zoni prizemlja na slobodni dio fasade ispod prvoga razdjelnog vijenca neposredno uz izlog poslovog prostora pravnog subjekta koji se reklamira;
- unutar fasadnog platna na poslovnim građevinama kao površinski natpis na uličnom fasadi ili zabatu građevine, osim uz ulaz u građevinu i kolni ulaz u dvorište gdje se postavljaju natpisi i tvrtke, te kao konzolni vertikalni natpis na spojevima ili uglovima zgrada;
- iznimno od stavka 2. ovog člana i na krovnoj površini unutar Prve zone i poslovnim građevinama u svim zonama.

Ukoliko na uličnom dijelu građevine postoji više poslovnih prostora reklamni natpisi u pravilu su iste vrste, materijala, načina izvedbe i iste visine, a postavljaju se u istoj liniji na fasadi građevine.

Postavljanje reklamnih panoa

Član 17.

Reklamni panoi, u smislu ovog pravilnika, su: reklamni stupovi (totemi i slično), putni panoi, pokretni reklamni panoi, osvijetljene reklamne vitrine (city light), reklamne ploče na građevinama, reklamni panoi na stupovima javne rasvjete u vlasništvu Grada Sarajeva, veliki reklamni panoi, reklamni uređaji.

Reklamni panoi moraju biti kvalitetnog oblikovanja, materijala i izrade te estetski prihvatljiv element u prostoru. Ako je reklamni pano osvijetljen, osvjetljenje mora biti stalnog i ujednačenog intenziteta.

Reklamni panoi mogu se postavljati na javnim površinama i zemljištu u vlasništvu, osim na prometnim objektima (tijelu mosta, nadvožnjaku, podvožnjaku, te na željezničkom nasipu), na stupovima javne rasvjete u vlasništvu Grada Sarajeva, te na građevinama i ogradama.

Na određenom pravcu vizura (pogleda) mogu se postavljati samo reklamni panoi istog tipa i formata. Ako je reklamni pano osvijetljen, osvjetljenje mora biti stalnog i ujednačenog intenziteta.

Član 18.

Reklamni stupovi (totemi i slično) su samostojeći reklamni panoi, koji služe samo-reklamiranju, u pravilu imaju integriranu rasvjetu unutar stuba. Njihova veličina može varirati ovisno o prostornim uslovima lokacije na koju se postavljaju, dok maksimalna visina može iznositi do 10 m.

Član 19.

Mjesta i način postavljanja reklamnih stupova (totema):

Prijedlog pravilnika o postavljanju klima uređaja, natpisa, zaštitnih ograda na izlozima, jarbola, antena, reklama i reklamnih panoa na području Centralne gradske i Historijske jezgre Grada Sarajeva.

- mogu se postavljati isključivo na parcelu objekta u kojem se nalazi poslovni prostor ili iznimno na javnu površinu neposredno ispred objekta u kojem se nalazi poslovni prostor, ukoliko to dopuštaju prostorne mogućnosti lokacije;
- na udaljenosti od ruba pješačke staze minimalno 1,0 m, kod glavnih gradskih prometnica, odnosno minimalno 0,5 m kod gradskih i drugih prometnica;
- na udaljenosti od raskrsnice minimalno 30,0 m mjereno od početka radijusa za desno skretanje kod glavnih gradskih prometnica, odnosno 15,0 m kod gradskih i drugih prometnica;
- prije prometne trake za skretanje i stajališta javnoga gradskog prijevoza minimalno 5,0 m;
- na udaljenosti od najbližeg stabla najmanje 6 m, a od grmlja i živice najmanje 3 m;
- temelj reklamnog stuba (totema) postavljenog na zelenoj površini mora imati nadsloj zemlje minimalno 20,0 cm.

Član 20.

Putni panoi su samostojeći reklamni panoji sa više segmenata, a mogu se koristiti za samo-reklamiranje, odnosno usmjeravanje na poslovni prostor koji se oglašava.

Putne panoe na javnim površinama ili na zemljištu u vlasništvu, moguće je postavljati isključivo kao standardizirane reklamne panoe, na kojima jedan poslovni subjekt smije koristiti samo jedan od raspoloživih reklamnih segmenata.

Član 21.

Mesta i način postavljanja putnih reklamnih panoa:

- mogu se postavljati uz prometnice na javnu površinu i zemljište u vlasništvu, osim na dijelovima gdje su u nizu postavljeni veliki reklamni panoji;
- mogu se postavljati na javnu površinu, osim na pješačke staze, pješačke otoke i unutar parkirališnog prostora;
- postavljaju se, u pravilu, okomito na osovina prometnice;
- na udaljenosti od ruba pješačke staze minimalno 1,0 m, kod glavnih gradskih prometnica, odnosno minimalno 0,5 m kod gradskih i drugih prometnica;
- prije raskrsnice minimalno 30,0 m mjereno od početka radijusa za desno skretanje kod glavnih gradskih prometnica, odnosno 15,0 m kod gradskih i drugih prometnica;
- prije prometne trake za skretanje i stajališta javnoga gradskog prijevoza minimalno 5,0 m;
- na zelenoj površini sa drvoređnim nizovima ili grmljem postavljaju se na početku ili na kraju drvoređnog niza uz uslov da je maksimalna udaljenost od najbližeg stabla 6 m, a od grmlja i živice 3 m.
- temelj putnog reklamnog panoa postavljenog na zelenoj površini mora imati nadsloj zemlje minimalno 20 cm;
- razmak između dviju putnih reklama mora iznositi minimalno 30 m.

Član 22.

Pokretni reklamni panoji su lako prenosivi samostojeći panoji, koji se koriste za isticanje assortimenta proizvoda, vrsta usluge koje se nude i slično, a uklanjuju se nakon završetka radnog vremena ukoliko su postavljeni na javnu površinu.

Član 23.

Mesta i način postavljanja pokretnih reklamnih panoa:

- mogu se postavljati na parcelu građevine u kojoj se nalazi poslovni prostor subjekta;
- mogu se postavljati na javnu površinu neposredno uz građevinu, na način da za prolaz pješaka ostane minimalno 1,80 m slobodnog prostora.

Član 24.

Osvijetljene reklamne vitrine (city light) su reklamni panoji sa integriranim osvjetljenjem u koje se plakati i predmeti oglašavanja ulažu unutar ostakljenih vitrina. Koriste se za komercijalno oglašavanje i za potrebe Grada Sarajeva. Osvijetljene reklamne vitrine postavljaju se kao samostojeće, u sklopu nadstrešnica javnoga gradskog prijevoza, na građevinama i na komunalnim objektima i uredajima u općoj upotrebi (telefonske govornice, kiosci, javni satovi i slično), te na stubovima javne rasvjete u vlasništvu Grada.

Osvjetljenje reklamne vitrine mora biti ujednačenog i stalnog intenziteta, bijele boje, usklađeno sa intenzitetom javne rasvjete uz prometnicu, u rasponu od 200 do 300 lux-a.

Član 25.

Prijedlog pravilnika o postavljanju klima uređaja, natpisa, zaštitnih ograda na izlozima, jarbola, antena, reklama i reklamnih panoa na području Centralne gradske i Historijske jezgre Grada Sarajeva.

Mjesta i način postavljanja osvijetljenih reklamnih vitrina na građevinama:

- mogu se postavljati na slobodnom dijelu prizemlja građevina, osim uz ulaz u građevinu ili kolni prolaz u dvorište građevine;
- mogu se postavljati na komunalne objekte i uređaje u opštoj upotrebi (telefonske govornice, kiosci, javni satovi i slično) na način da ne ugrožavaju sigurnost prometa vozila, te ne narušavaju izgled i funkciju objekta i lokacije.

Član 26.

Mjesta i način postavljanja samostojećih osvijetljenih reklamnih vitrina:

- mogu se postavljati na javne površine i zemljišta u vlasništvu gdje to omogućava mikrolokacija u skladu sa prometnim uslovima o sigurnosti prometa;
- mogu se postavljati na razdjelnim pojasevima između prometnih traka;
- na zelenoj površini sa drvoređnim nizovima ili grmljem, postavljaju se uz uslov da je maksimalna udaljenost od najbližeg stabla 6 m, a od grmlja i živice 3 m;
- na udaljenosti od ruba pješačke staze minimalno 0,5 m;
- na udaljenosti od ruba kolnika minimalno 1 m kod gradskih i drugih prometnica, odnosno 1,5 m kod glavnih gradskih prometnica;
- na udaljenosti od raskrsnice minimalno 15,0 m, mjereno od početka radiusa za desno skretanje kod gradskih i drugih prometnica, a 25,0 m kod glavnih gradskih prometnica;
- razmak između osvijetljenih reklamnih vitrina mora iznositi najmanje 20,0 m.

Član 27.

Reklamni panoi na stubovima javne rasvjete mogu biti osvijetljeni i neosvijetljeni maksimalne veličine 0,90 x 1,40 m. Koriste se za komercijalno oglašavanje i kao informativni panoi.

Član 28.

Mjesta i način postavljanja reklamnih panoa na stubove javne rasvjete:

- mogu se postavljati na stubove javne rasvjete u vlasništvu Grada Sarajeva, u pravilu, sa lijeve i desne strane prometnice ili razdjelom pojasu prometnice;
- na jednom stubu javne rasvjete može se postaviti jedan ili dva dvostrana panoa na istoj visini (u razdjelnom pojasu);
- mogu se postavljati na visinu od najmanje 2,50 m mjereno od donjeg ruba panoa;
- bližom stranom panoa udaljene od kolnika minimalno 0,5 m;
- prije raskrsnice najmanje 30 m kod gradskih i ostalih prometnica, a 60 m kod glavnih gradskih prometnica;
- poslije raskrsnice najmanje 50 m;
- prije prometne trake za skretanje i stajališta javnoga gradskog prijevoza minimalno 5,0 m.
- reklamni panoi na rasvjetnim stubovima mogu se postavljati u razmaku od 20,0 m.

Član 29.

Reklamne ploče su manji reklamni panoi veličine do 6 m^2 , koji se koriste za komercijalno oglašavanje i samo-reklamiranje. Mogu se postavljati na građevine, ograde i komunalne objekte i uređaje u opštoj upotrebi (telefonske govornice, kioske, javne satove i slično).

Reklamne ploče trebaju biti estetski i oblikovno prihvatljivi elementi u prostoru.

Član 30.

Mjesta i način postavljanja reklamnih ploča:

- mogu se postavljati na slobodnom dijelu prizemlja građevine, unutar fasadnog platna, te na ogradi građevina gdje za to postoje prostorne mogućnosti;
- reklamne ploče oblikovanjem, veličinom i materijalom trebaju biti uskladene sa građevinom, odnosno ogradom na koju se postavljaju.

Član 31.

Veliki reklamni panoi su panoi reklamne površine 6 m^2 i više, koji se koriste za komercijalno oglašavanje, oglašavanje državnih, gradskih manifestacija i akcija, te samo-reklamiranje. Mogu se postavljati na javnim površinama, zemljištu u vlasništvu, građevinama i kao ograde gradilišta.

Prijedlog pravilnika o postavljanju klima uređaja, natpisa, zaštitnih ograda na izlozima, jarbola, antena, reklama i reklamnih panoa na području Centralne gradske i Historijske jezgre Grada Sarajeva.

Veliki reklamni panoi koji se postavljaju kao samostojeći mogu biti reklamni panoi veličine od 6 m^2 do 12 m^2 (jumbo-panoi, billboardi i slični)

Reklamni panoi (jumbo i slični), reklamne površine cca $12,0\text{ m}^2$ mogu biti ukupne visine (stup+ploha) od kote kolnika do 5,00 m i imati najviše dva nosiva stuba, bez kosnika.

Materijalom, veličinom i bojom moraju se uklopiti u postojeće okruženje, a mogu biti i osvijetljeni. Konstruktivni elementi, nosivi stupovi i rasvjetna tijela, ne mogu se isticati oblikovanjem, bojom i materijalom. Ukoliko veliki reklamni panoi nemaju nalijepljenu reklamnu poruku trebaju biti prekriveni plakatom bijele boje.

Član 32.

Mesta i način postavljanja velikih reklamnih panoa na građevine:

- mogu se postavljati unutar fasadnog platna, isključivo na otvorenim zabatima prema većim raskrsnicama i na slobodnim zabatima na međi;
- iznimno, mogu se postavljati u zoni krova iznad krovnog vijenca;
- veliki reklamni panoi mogu se postavljati isključivo na prethodno uređenu fasadu, a veličinom i oblikom trebaju biti usklađeni sa građevinom na koju se postavljaju.

Član 33.

Mesta i način postavljanja samostojećih velikih reklamnih panoa veličine od 6 m^2 do 12 m^2 (jumbo-panoi i slični):

- mogu se postavljati na javne površine i zemljište u vlasništvu:
- na javne površine postavljaju se samo u svrhu komercijalnog oglašavanja i oglašavanja manifestacija od interesa za Grad, Kanton i državu, a na zemljištu u vlasništvu postavljaju se za komercijalno oglašavanje i samo-reklamiranje, te oglašavanje manifestacija od interesa za Grad, Kanton i državu;
- mogu se postavljati uz prometnice gdje to omogućava mikrolokacija, osim na vizurnim pravcima središnjeg prostora Prve zone;
- mogu se postavljati na najviše dva nosiva stuba bez kosnika, visine (stup+ploha) od kote kolnika do 5,00 m;
- mogu se postavljati izvan zone raskrsnice i to prije raskrsnice minimalno 75,00 m kod glavnih gradskih prometnica i 50,0 m kod gradskih i ostalih prometnica, a poslije raskrsnice minimalno 50,0 m kod svih kategorija prometnica;
- iznimno, mogu se postavljati u zoni raskrsnice ukoliko ne ugrožavaju preglednost;
- mogu se postavljati bližom stranom panoa na udaljenosti od ruba kolnika minimalno 2,0 m i najviše 6,0 m kod glavnih gradskih prometnica i minimalno 1,5 m i najviše 5,0 m kod gradskih i drugih prometnica;
- mogu se postavljati uz državne ceste i autoceste u skladu sa posebnim propisima;
- na udaljenosti bliže strane panoa od vanjskog ruba pješačke staze minimalno 1,5 m kod svih kategorija prometnica;
- mogu se postavljati na zelenim površinama osim unutar parkova, drvoreda, parkovnih površina, park-šuma, dječjih igrališta, te naročito zaštićenih spomenika pejsažne arhitekture, tako da temelj nosivih stupova ima nadsloj zemlje minimalno 20,0 cm i da donji rub oglasnog dijela panoa bude minimalno 1,5 m od nivoa tla;
- mogu se postavljati iznimno na početku i na kraju drvoreda na minimalnoj udaljenosti od najbližeg stabla 8,0 m, a od grupacije grmlja minimalno 3,0 m;
- iznimno, na prometnim objektima i većim trgovima mogu se postavljati "scrolleri" ukoliko ne ugrožavaju sigurnost prometa;
- panoi se u pravilu postavljaju u nizu okomito na os prometnice te trebaju biti međusobno usklađeni veličinom oblikom;
- razmak između reklamnih panoa reklamne površine od 6 m^2 do 12 m^2 je minimalno 50,0 m.

Član 34.

Reklamne konstrukcije su predmeti specifičnog oblikovanja (skulpturnog oblika, pojedinačnih slova na podkonstrukciji i drugo), a postavljaju se u svrhu reklamiranja na zemljište i građevine.

Član 35.

Za postavljanje reklamnih konstrukcija primjenjuju se odredbe za postavljanje reklamnih natpisa ili reklamnih panoa, ovisno o mjestu i načinu postavljanja.

Član 36.

Reklamni uređaji su naprave za prikazivanje izmjenjivih reklamnih poruka. Reklamne poruke mogu se izmjenjivati mehanički (trivision, „scrolleri“ i slično) ili elektronski prikazanom slikom (display i slično).

Prijedlog pravilnika o postavljanju klima uređaja, natpisa, zaštitnih ograda na izlozima, jarbola, antena, reklama i reklamnih panoa na području Centralne gradske i Historijske jezgre Grada Sarajeva.

Član 37.

Za postavljanje reklamnih uređaja primjenjuju se odredbe za postavljanje reklamnih natpisa ili reklamnih panoa , ovisno o mjestu postavljanja.

Reklamni uređaji sa elektronskim prikazom slike mogu se postavljati u pješačkim zonama, na trgovima, iznimno i na prometnim objektima.

Način postavljanja antena, uređaja, natpisa, zaštitnih naprava na izlozima, jarbola, reklama i reklamnih panoa po zonama

Prva zona

Član 38.

U prvoj se zoni mogu postavljati antene, rashladni uređaji, natpisi, zaštitne naprave na izlozima, jarboli sa zastavama, reklamni natpisi (konzolni i površinski), privremeni transparenti, pokretni reklamni panoi, osvijetljene reklamne vitrine u sklopu nadstrešnica javnoga gradskog prijevoza, te orientacijskih planova i drugih informativnih planova, te reklamna zaštitna platna na gradilišnim skelama i slično.

Postavljanje antena i rashladnih uređaja uređeno je odredbama Člana 4. i 5. ovog pravilnika.

Natpisi se mogu postavljati na građevinama samo u zoni prizemlja ispod prvoga razdjelnog vijenca kao površinski natpisi i trebaju biti izvedeni kao:

- pojedinačna oznaka na pločici veličine do 40x60 cm postavljena na pogodno mjesto;
- za više korisnika poslovnih prostorija u građevini, natpisi se postavljaju kao naljepnice ili pločice, preporučljivo do 40x60 cm, postavljene na zajedničku ploču izvedenu od kvalitetnog materijala (staklo ili kvalitetni imitati stakla, drvo, željezo, bronca), a postavlja na slobodnoj plohi zida lijevo i desno od ulaza u građevinu ili lijevo i desno od prolaza kod građevine sa kolnim prolazom za poslovne prostorije na katu ili u dvorišnim objektima.

Reklamni natpisi mogu se postavljati u zoni prizemlja, ispod prvoga razdjelnog vijenca i trebaju biti izvedeni kao:

- naljepnice koje se postavljaju na ostakljene dijelove, prigodno, povodom akcijskih prodaja, sezonskih sniženja i slično;
- iznimno, na fasadi građevine iznad izloga, do visine prvoga razdjelnog vijenca kao pismo-slikarski reklamni natpisi, uz korištenje tradicionalnih logotipa pojedinačnim slovima ili u objedinjujućem obrubljenom četverouglastom polju prema karakteristikama fasade odnosno tipologiji i oblikovanju izloga, maksimalne dužine izloga;
- reklamni natpisi od pojedinačnih slova od željeza, bronce ili drveta (maksimalna visina slova 30 cm);
- metalne ploče (bronca, mesing i slično).

Za poslovni prostor u građevini, osim natpisa može se postaviti i jedan površinski ili konzolni reklamni natpis tako da budu u istoj liniji na fasadi.

Član 39.

U prvoj se zoni mogu postavljati i:

- jednobojne platnene (plastificirane) tende iznad izloga, a ispod prvoga razdjelnog vijenca, bijele boje ili boje uskladene sa bojom fasade i bez reklamnih poruka (osim natpisa na preklop);
- elementi osiguranja građevina (sigurnosne rešetke, kapci i slično, elementi alarma, vatrodojave, kamere i slično), uz pojedinačno rješavanje oblikovanja; (postavljaju se na takav način da ne ugorožavaju integritet i izgled fasade, daleko od fasadnih ukrasa i plastike.)
- transparenti, privremeno na građevinama i ogradama ili iznad prometnica;
- pokretni reklamni panoi na tlu, iznimno za ugostiteljske prostore ili objekte, uz uslov da ne ometaju promet pješaka;
- osvijetljene reklamne vitrine u sklopu nadstrešnica javnoga gradskog prijevoza ili orientacijskih planova i drugih informativnih planova, koji mogu na jednoj strani sadržavati i površinu za isticanje reklamnih poruka;
- reklamna zaštitna platna (folije) na skelama.

Kod obnove fasade objekata koji su zaštićeni spomenici kulture, reklamna platna (folije) na skelama mogu se oslikavati samo prikazom izgleda fasadnog platna nakon rekonstrukcije, odnosno gradnje.

Kod obnove fasade drugih objekata reklamna površina može zauzimati samo 1/3 površine reklamnog platna.

Član 40.

Način postavljanja predmeta propisan za prvu zonu, primjenjuje se i za sve građevine na području Grada Sarajeva koje imaju svojstvo pojedinačnoga kulturnog dobra, okolne objekte, kao i pristupne površine tim objektima bez obzira na vlasništvo.

Prijedlog pravilnika o postavljanju klima uređaja, natpisa, zaštitnih ograda na izlozima, jarbola, antena, reklama i reklamnih panoa na području Centralne gradske i Historijske jezgre Grada Sarajeva.

Druga zona

Član 41.

U drugoj se zoni mogu postavljati antene, rashladni uređaji, natpsi, zaštitne naprave na izlozima, reklamni natpsi (površinski i konzolni), transparentni i jARBOLI sa reklamnim zastavama povodom prigodnih manifestacija, konzolne i horizontalne reklamne konstrukcije, osvijetljene reklamne vitrine na komunalnim objektima i uređajima u opštoj upotrebi, reklamna platna na gradilišnim skelama, reklamni panoi na stupovima javne rasvjete, pokretni reklamni panoi, osvijetljene reklamne vitrine u sklopu nadstrešnica, orijentacijskih i drugih informativnih planova, samostojeće osvijetljene reklamne vitrine za komerijalno oglašavanje, veliki reklamni panoi kao ograda gradilišta, scrolleri i slično.

Postavljanje antena i rashladnih uređaja uređeno je odredbama Člana 4. i 5. ovog pravilnika.

Natpsi se mogu postavljati u zoni prizemlja ispod prvoga razdjelnog vijenca na slobodni dio fasade kao površinski natpsi, a trebaju biti izvedeni kao:

- pojedinačna oznaka na pločici veličine do 40x60 cm koja se postavlja na pogodno mjesto;
- za više korisnika poslovnih prostorija u građevini, natpsi se postavljaju kao naljepnice ili pločice, preporučljivo do 40x60 cm, postavljene na zajedničku ploču izvedenu od kvalitetnog materijala (staklo ili kvalitetni imitati stakla, drvo, željezo, bronca), a postavlja se na slobodnoj plohi zida lijevo i desno od ulaza u građevinu ili lijevo i desno od prolaza kod građevine sa kolnim prolazom za poslovne prostorije na katu ili u dvorišnim objektima.

Reklamni natpsi mogu se postavljati u zoni prizemlja ispod prvoga razdjelnog vijenca na slobodni dio fasade i trebaju biti izvedeni kao:

- površinski reklamni natpsi iznad izloga maksimalne dužine izloga;
- konzolni reklamni natpsi u pravilu veličine 40x60 cm, iznimno 50x70 cm čiji donji rub mora biti na visini minimalno 250 cm od pločnika, a pozicija ovisi o rasporedu otvora na fasadi poslovnih prostorija, ali ne jedan ispod drugoga;
- konzolni reklamni natpsi međusobnog razmaka u uličnom nizu većeg od 200 cm;
- ukoliko je izlog projektovan kao portal, reklamni natpsi se izvode na mjestu predviđenom za reklamiranje unutar plohe portala, i to u pravilu nekom od tehnologija tiskanja, slikanja na staklu ili metalu, od pojedinačnih slova lijepljenjem, te lijepljenjem naljepnice sa tim da boje moraju biti uskladene sa bojom portala, odnosno pročelja;
- iznimno, vertikalni konzolni reklamni natpsi mogu se postavljati unutar fasadnog platna na spojevima zgrada, te pravokutnim uglovima zgrada prema ulici, okomito na fasadu (90°), kao oznake ili pojedinačno slovo koje smije biti puno, svjetleće i neprozirno, te horizontalni i vertikalni površinski reklamni natpsi od pojedinačnih slova koja mogu biti i svjetleća.

Za poslovni prostor, osim natpisa može se postaviti jedan površinski i konzolni reklamni natpis, tako da budu u pravilu u istoj liniji na fasadi, ali ne na izložnim portalima ili uz njih.

Poslovni prostori koji se nalaze u mezzaninu ili na prvom katu ulične građevine, mogu na jednom od staklenih otvora postaviti natpis kao naljepnicu neupadljivih boja ili pjeskareni natpis na staklu primjerene veličine, na način da naljepnica ne prekriva cijelu staklenu površinu.

Ukoliko na uličnom dijelu građevine postoji više poslovnih prostora reklamni su natpsi u pravilu iste vrste, materijala, načina izvedbe i iste visine.

Član 42.

U drugoj se zoni mogu postavljati reklame i reklamni panoi na građevinama, i to:

- transparentni i reklamne zastave, povodom održavanja kulturnih, gospodarskih, znanstvenih, turističkih i drugih manifestacija u gradu prigodno, a za vrijeme trajanja manifestacije;
- konzolne reklamne konstrukcije pojedinih proizvoda ili proizvođača, ukoliko je djelatnost poslovnog prostora vezana sa tim proizvođačima ili proizvodima;
- vertikalne konzolne reklamne konstrukcije na spojevima zgrada i pri pravokutnim uglovima zgrada prema ulici, okomito na fasadu (90°), kao oznake ili pojedinačna slova na rešetkastoj podkonstrukciji;
- horizontalne i vertikalne plošne reklamne konstrukcije, kao oznake ili pojedinačna slova na rešetkastoj podkonstrukciji;
- naljepnice na staklima izloga, prigodno, povodom akcijskih prodaja, sezonskih sniženja i sličnoga;
- oslikane reklamne poruke na preklopnu tende;
- osvijetljene reklamne vitrine na komunalnim objektima i uređajima u općoj uporabi (kiosci, telefonske govornice i slično);
- reklamna zaštitna platna (folije) na gradilišnim skelama;
- reklamni panoi na stupovima javne rasvjete u vlasništvu Grada gdje to omogućava mikrolokacija.

Kod obnove fasade objekata koji su zaštićeni spomenici kulture, reklamna se platna (folije) na skelama mogu oslikati samo prikazom izgleda fasadnog platna nakon rekonstrukcije.

Kod obnove fasade drugih objekata, reklamna površina može zauzimati samo 2/3 površine reklamnog platna.

Prijedlog pravilnika o postavljanju klima uređaja, natpisa, zaštitnih ograda na izlozima, jARBOLA, antena, reklama i reklamnih panoa na području Centralne gradske i Historijske jezgre Grada Sarajeva.

Član 43.

U drugoj se zoni mogu postavljati samostojeće reklame i reklamni panoi, i to:

- pokretni reklamni panoi, iznimno samo za ugostiteljske objekte (dnevna ponuda i slično), uz uslov da ne ometaju promet pješaka;
- osvijetljene reklamne vitrine u sklopu nadstrešnica javnoga gradskog prijevoza ili orijentacijskih planova i drugih informativnih planova, koji mogu na jednoj strani sadržavati i površinu za isticanje promidžbenih poruka;
- osvijetljene reklamne vitrine za komercijalno oglašavanje ako to omogućava mikrolokacija;
- veliki reklamni panoi kao ograde gradilišta;
- scrolleri, uz uslov da ne ugrožavaju sigurnost prometa i da se uklapaju u prostorno rješenje.

Član 44.

Na Trgu fra Grge Martića, Trgu oslobođenja Alija Izetbegović, Pozorišni Trg Suzan Sontag, Trg djece Sarajeva, iznimno na građevinama mogu se postavljati natpsi, reklamni natpsi i reklamne konstrukcije, i to:

- u zoni prizemlja, reklamni natpsi plošno, iznad izloga ili ulaza u poslovne prostorije, od pojedinačnih slova i mogu biti osvijetljena;
- unutar fasadnog platna, od pojedinačnih slova na slobodnom zidu pripadajuće građevine
- u zoni prizemlja, konzolni reklamni natpsi, ili reklamne konstrukcije prema ulici
- u zoni krova, osvijetljeni reklamni natpsi i reklamne konstrukcije od pojedinačnih slova i ugrađenom rasvjetom na transparentnoj rešetkastoj podkonstrukciji, koja mora biti dizajnirana prema obliku i dimenzijama slova i drugih oznaka.

Treća zona

Član 45.

U trećoj se zoni mogu postavljati antene, rashladni uređaji, natpsi, zaštitne naprave na izlozima, jARBOLI sa zastavama, reklamni natpsi, privremeni transparenti, pokretni reklamni panoi, osvijetljene reklamne vitrine (city-light) u nadstrešnicama javnog prijevoza i na komunalnim objektima i uređajima u općoj uporabi, reklamni panoi na stupovima javne rasvjete, reklamna zaštitna platna na građevinskim skelama, pokretni reklamni panoi, osvijetljene reklamne vitrine u sklopu orijentacijskih planova i drugih informativnih planova, samostojeće osvijetljene reklamne vitrine za komercijalno oglašavanje, putokazni reklamni panoi, reklamne konstrukcije i scrolleri.

Postavljanje antena i rashladnih uređaja, uređeno je odredbama Člana 4. i 5. ovog pravilnika.

Natpsi se mogu postavljati u zoni prizemlja ispod prvoga razdjelnog vijenca kao površinski natpsi, a trebaju biti izvedeni kao:

- pojedinačna oznaka na pločici veličine do 40x60 cm koja se postavlja na pogodno mjesto;
- za više korisnika poslovnih prostorija u građevini, natpsi se postavljaju kao naljepnice ili pločice veličine do 40x60 cm, postavljene na zajedničku ploču izvedenu od kvalitetnog materijala (staklo ili kvalitetni imitati stakla, drvo, željezo, bronca), a postavlja se na slobodnoj plohi zida lijevo i desno od ulaza u građevinu ili lijevo i desno od prolaza kod građevine sa kolnim prolazom za poslovne prostorije na katu ili dvorišnim objektima.

Reklamni natpsi mogu se postavljati u zoni prizemlja ispod prvoga razdjelnog vijenca, a trebaju biti izvedeni kao:

- površinski reklamni natpsi iznad izloga izvedeni pismo-slikarski ili od pojedinačnih slova, maksimalne dužine izloga;
- konzolni reklamni natpsi u pravilu veličine do 60x80 cm, iznimno 60x100 cm; čiji donji rub mora biti na visini minimalno 250 cm od pločnika, a pozicija ovisi o rasporedu otvora na fasadi poslovnih prostorija, ali ne jedan ispod drugoga;
- konzolni reklamni natpsi međusobnog razmaka u uličnom nizu većeg od 300 cm;
- ukoliko je izlog projektovan kao portal, reklamni se natpis izvodi na mjestu predviđenom za reklamiranje unutar plohe portala, i to u pravilu nekom od tehnologija tiskanja, slikanja na staklu ili metalu, od pojedinačnih slova lijepljenjem, te lijepljenjem naljepnica sa tim da boje moraju biti uskladene sa bojom portala, odnosno fasade;
- ukoliko ulični poslovni prostor u zoni prizemlja nema i direktni ulaz sa ulice mogu se postavljati površinski reklamni natpsi u zoni ispod vijenca, a iznad prozora pismo-slikarski ili od pojedinačnih slova na fasadi;
- iznimno, unutar fasadnog platna mogu se postavljati vertikalni konzolni reklamni natpsi na spojevima zgrada, te pri pravokutnim uglovima zgrada prema ulici, a sve isključivo okomito na fasadu (90°), kao oznake ili pojedinačna slova koja mogu biti puna, svjetleća i neprozirna, te horizontalni i vertikalni površinski reklamni natpsi od pojedinačnih slova koja mogu biti i svjetleća.

Za poslovni prostor, osim natpisa mogu se postavljati površinski i konzolni reklamni natpsi, tako da budu u pravilu u istoj liniji na fasadi, ali ne na izložnim portalima ili uz njih.

Poslovni prostori koji se nalaze u mezzaninu ili na prvom katu ulične građevine, mogu na jednom od staklenih otvora postavljati natpis kao naljepnicu neupadljivih boja ili pjeskarenim natpis na staklu primjerene veličine na način da naljepnica ne prekriva cijelu staklenu površinu.

Prijedlog pravilnika o postavljanju klima uređaja, natpisa, zaštitnih ograda na izlozima, jarbola, antena, reklama i reklamnih panoa na području Centralne gradske i Historijske jezgre Grada Sarajeva.

Ukoliko na uličnom dijelu građevine postoji više poslovnih prostora, reklamni su natpsi u pravilu iste vrste, materijala, načina izvedbe i iste visine.

Član 46.

U trećoj se zoni mogu postavljati reklame i reklamni panoi na građevinama, i to:

- transparentni i reklamne zastave, povodom održavanja kulturnih, gospodarskih, znanstvenih, turističkih i drugih manifestacija u Gradu u skladu sa temom, a za vrijeme trajanja manifestacije;
- konzolne reklamne konstrukcije za oglašavanje pojedinih proizvoda ili proizvođača, ukoliko je djelatnost poslovnog prostora vezana sa tim proizvođačem ili proizvodima;
- vertikalne konzolne reklamne konstrukcije smiju se postavljati na spojevima zgrada, te pri pravokutnim uglovima zgrada prema ulici, a sve isključivo okomito na fasadu (90°), kao oznake ili pojedinačna slova na rešetkastoј podkonstrukciji;
- horizontalne i vertikalne plošne reklamne konstrukcije, kao oznake ili pojedinačna slova na rešetkastoј podkonstrukciji;
- naljepnice na staklima izloga, prigodno povodom akcijskih prodaja sezonskih sniženja i sl.;
- oslikane reklamne poruke na preklopu tende;
- osvijetljene reklamne vitrine koje se postavljaju na komunalne objekte i uređaje u opštoj upotrebi (telefonskih govornica, kioska i sl.);
- reklamna zaštitna platna (folije) na građevinskim skelama;
- reklamni panoi na stupovima javne rasvjete u vlasništvu Grada Sarajeva.

Kod obnove fasade objekata a koji su zaštićeni spomenici kulture, reklamna se platna (folije) na skelama mogu oslikavati samo prikazom izgleda fasadnog platna nakon rekonstrukcije.

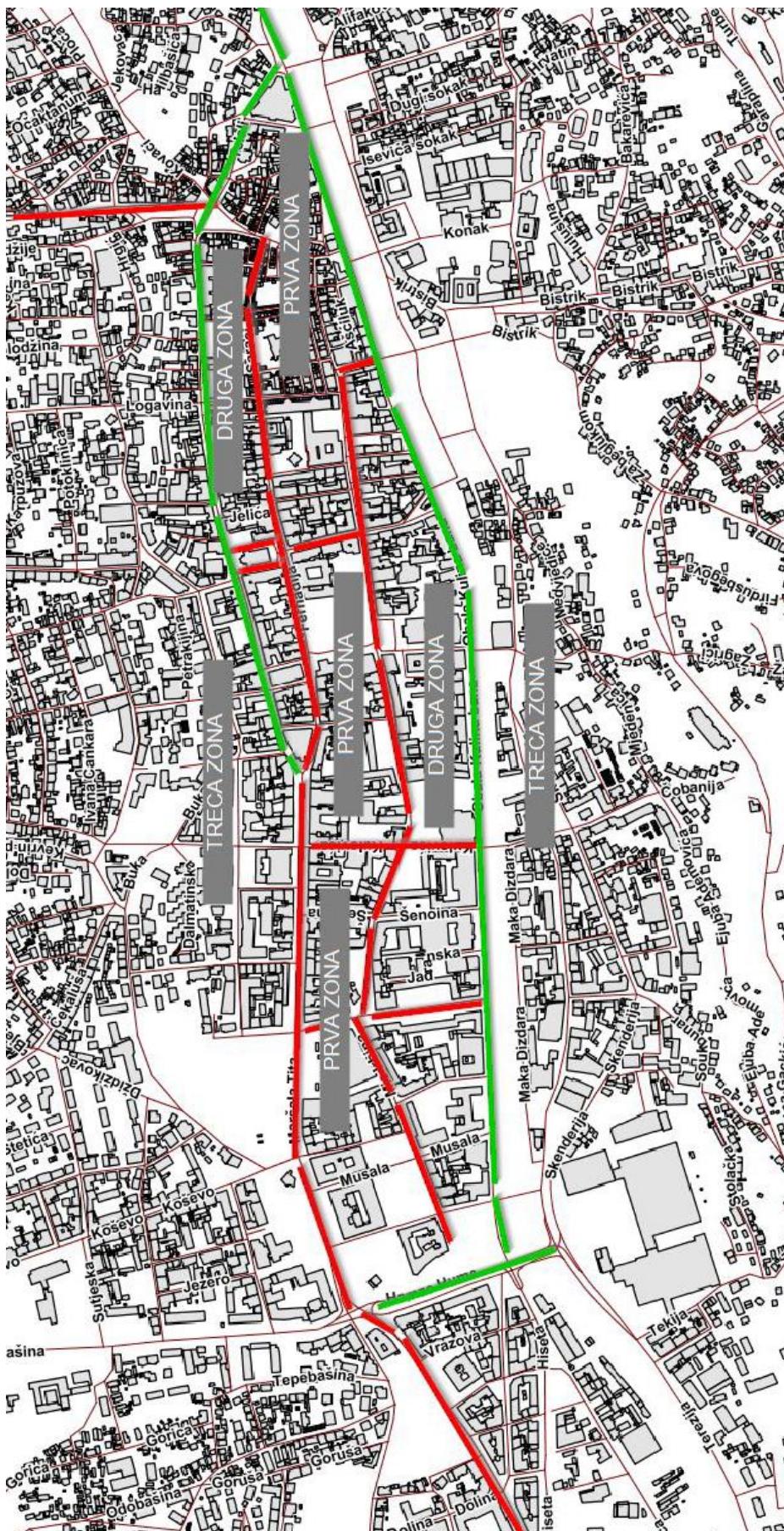
Kod obnove fasade drugih objekata reklamna površina može zauzimati samo 2/3 površine reklamnog platna.

Član 47.

U trećoj se zoni mogu postavljati samostojće reklame i reklamni panoi, i to:

- pokretni reklamni panoi samo za ugostiteljske objekte (dnevna ponuda i slično), uz uslov da ne ometa promet pješaka;
- osvijetljene reklamne vitrine u sklopu nadstrešnica javnoga gradskog prijevoza ili orientacijskih planova i drugih informativnih planova osim na trgovima;
- veliki reklamni panoi kao ograda gradilišta;
- reklamni stupovi (totemi), ukoliko to omogućava mikrolokacija;
- putokazni reklamni panoi, ukoliko to omogućava mikrolokacija;
- osvijetljene reklamne vitrine ako to omogućava mikrolokacija;
- scrolleri, uz uslov da ne ugrožavaju sigurnost prometa.

Prijedlog pravilnika o postavljanju klima uređaja, natpisa, zaštitnih ograda na izlozima, jarbola, antena, reklama i reklamnih panoa na području Centralne gradske i Historijske jezgre Grada Sarajeva.



10. IZVORI I LITERATURA

- Pravilnik o postavljanju reklamnih znakova na Cestama („Službene novine FBiH“, broj:75/10)
- Odluka o uslovima i načinu postavljanja i održavanja firmi, reklama, reklamnih panoa, na području općine Novi Grad Sarajevo ("Službene novine Kantona Sarajevo". Broj 01-02-5531/11),
- Zakon o prostornom uređenju ("Službene novine Kantona Sarajevo", broj 7/05),
- Pravilnik o postavljanju znakova i informacija na cestama, Godina IX — Broj 52, Zakona o cestama Federacije Bosne i Hercegovine ("Službene novine Federacije BiH", br. 6/02 i 18/02)
- Zakona o privremenom korištenju javnih površina na području Kantona Sarajevo ("Službene novine Kantona Sarajevo", broj 20/04)
- Odluka o uvjetima i načinu postavljanja i održavanja firmi, reklama i drugih sadržaja na građevinama i fasadama i uređenju fasada na području Općine Novo Sarajevo Na osnovu člana 31. Statuta Općine Novo Sarajevo (»Službene novine Kantona Sarajevo», broj 35/10)
- DEGRADACIJA GRADA: Razlozi za propadanje javnih prostora u sarajevskim naseljima i prijedlozi rješenja Mirna Jusić / Analitika – Centar za društvena istraživanja Sarajevo, april 2013.
- Consolidated Local Plan Supplementary Planning Guidance on Shop Fronts and Shop Signs, March 2011, Alison Clifton, Planning and Economic Development, Scottish Borders Council
- Trg kao EPP, Čovjek i Prostor, 6-7, Zagreb 1979 godina
- Zakon o zaštiti i korištenju kulturno-istoriskog i prirodnog naslijeđa, 1985. godine
- Zakon o zaštiti kulturne baštine, Broj 01-02.53/00 18. februara 2000. godine Sarajevo
- Problematika zaštite urbanističkih cjelina s osvrtom na prilike u Bosni i Hercegovini, Ing. arh. Džemal Čelić, oktobar 1959. g.
- Izvještaj o programu za Urbanističko uređenje stare Sarajevske Čaršije Autori: Alija Beđić i Zdravko Kovačević, april 1963. g.
- Alija Beđić, Ulice i trgovi Sarajeva, Sarajevo 1973
- Historijska jezgra Sarajeva, Elaborat zaštite KHIPN, Sarajevo 2007
- Magbul Škoro, Pozdrav iz Sarajeva, Sarajevo 2002
- Foto dokumentacija Zavoda za zaštitu kulturno-historijskog i prirodnog naslijeđa kantona Sarajevo