



# Beleid voor Reclame-uitingen



# Inhoudsopgave

Inleiding	3
I. Definitie van reclame	5
II. Relevante wet- en regelgeving voor reclame-uitingen	7
II.1 De Landsverordening Openbare Orde (LOO)	7
II.2 De Bouw- en Woningverordening (BWV) en het Eilandelijk Ontwikkelingsplan Curaçao (EOP)	9
II.3 De Monumenteneilandsverordening Curaçao (MEVC)	11
II.4 De Eilandsverordening leges, precariorechten en retributies	11
II.5 Privaatrecht	12
III. Algemene richtlijnen voor reclame-uitingen	13
III.2 Gevelreclame	14
III.3 Reclame-uitingen bij monumenten buiten de Binnenstad	16
III.4 Reclame-uitingen voor aankondigingen van tijdelijke aard	16
III.5 Reclame-uitingen op terrassen	17
III.6 Opschriften bij in uitvoering zijnde bouwwerken	17
III.7 Handelsreclame op te koop/te huur borden	18
III.8 Ideële propaganda/reclame	18
IV. Gebieds- en functiegerichte voorschriften voor reclame-uitingen	20
IV.1 Winkels, kantoren en horeca aangelegenheden	20
IV.2 Bedrijventerreinen	21
IV.3 Sportterreinen	22
IV.4 Buitengebieden	23
IV.5 Binnenstad	23
IV.6 Overig openbaar gebied	26
V. Procedure	27
VI. Indieningsvereisten voor het doen van een aanvraag	29
VII. Handhaving en controle	31
<i>Bijlage A - Modelbeschikkingen</i>	32
<i>Bijlage B - Reclame-categorieën</i>	36
<i>Bijlage C - Modelformulier voor in- en navordering (achterstallige) precariorechten</i>	40

## Inleiding

Bij de overgang van de Nederlandse Antillen naar Land Curaçao op 10 oktober 2010 is de Eilandsverordening Bevordering Openbare en Bescherming Gemeenschap (EBOOBG) op de negatieve lijst terecht is gekomen. Na vijf jaar heeft de Staten een vervangende wettelijke regeling aangenomen, welke voornoemde eilandsverordening moet vervangen. Deze regeling, de Landsverordening Openbare Orde of LOO is op 1 augustus 2015 in werking getreden. In de LOO is een overgangsbepaling opgenomen, artikel 82. Deze bepaling houdt -kort gezegd- in dat gedurende een jaar na de inwerkingtreding van de LOO het verbod om voorwerpen en handelsreclame te plaatsen niet geldt indien de eigenaar of gebruiker van het voorwerp dan wel handelsreclame binnen drie maanden na de inwerkingtreding van de LOO ontheffing van het verbod heeft aangevraagd. Inmiddels is bedoelde overgangsperiode verstreken en kan worden opgetreden tegen alle illegaal geplaatste voorwerpen/reclame.

Er is een enorme wildgroei ontstaan aan diverse reclame-uitingen. Het merendeel hiervan beschikt niet over een ontheffing of vergunning of, indien die wel is verleend, is de reclame-uiting in afwijking daarvan uitgevoerd. Er is duidelijk sprake van een grote verrommeling en visuele vervuiling van de openbare ruimte. Ook zijn reclame-uitingen te constateren waarbij zich de vraag voordoet of die niet te zeer de aandacht van de weggebruikers afleiden. Dergelijke problemen zijn des te nijpender in onze historische binnenstad met zijn prachtige monumenten en gelet op onze plaatsing op de werelderfgoedlijst van de UNESCO. Duidelijk is ook dat wildgroei aan reclame-uitingen en een onrustig straatbeeld niet in het belang is van de adverterende ondernemers en van de zaken voor een goed doel: men wil tenslotte dat de boodschap zo helder mogelijk en zonder afleiding en verstoring bij de gebruiker, de consument, overkomt. Gelet op de wildgroei en de tegen elkaar opbiedende reclame-uitingen moet de vraag gesteld worden hoe effectief deze manier van reclame voeren nog is (zie fig. 1 en 2).



Figuur 1 Vol wegbeeld, geen uitzicht



Figuur 2 Hoger en hoogst??

Reclame-uitingen dienen dus bewaakt te worden met het oog op de volgende zaken:

- Voor het behouden van de kwaliteit van de openbare ruimte is de vormgeving en aantallen reclame-uitingen van belang, maar ook het materiaalgebruik en de staat van onderhoud;
- de veiligheid van de weggebruiker dient gewaarborgd te worden;
- om de openbare orde te waarborgen is de inhoud van de reclame-uiting van belang. De inhoud moet niet als aanstootgevend kunnen worden ervaren;
- voor de ondernemer is de effectiviteit en zichtbaarheid van de boodschap belangrijk.

Reclame-uitingen dienen zodanig gereguleerd te worden dat deze zaken gegarandeerd kunnen worden.

Ingevolge artikel 2 en 16 van de LOO dienen nadere regelingen inzake de vergunningen en ontheffingen op grond van de LOO bij Ministeriële regeling met algemene werking te worden vastgesteld. Om te komen tot voornoemde Ministeriële regeling met algemene werking, zal het beleid omtrent (ideële en handels)reclame moeten worden vastgesteld en zullen de bestaande richtlijnen en procedures voor wat betreft het plaatsen van reclame-uitingen gereviseerd en –zo nodig- aangescherpt te worden.

De relatie met andere vergunningstelsels, zoals de BWV/EOP en de MEVC, is onvoldoende bekend bij het publiek. Het is niet voor iedereen altijd duidelijk of en wanneer een graafvergunning<sup>1</sup> nodig is en het komt voor dat een graafvergunning voor een reclamebord als ‘de’ vergunning wordt gezien.

Doel van deze notitie is om op basis van de huidige wetgeving te komen tot een overzichtelijke procedure voor de aanvraag, beoordeling en afhandeling van verzoeken, de toe te passen richtlijnen, detaillering van de indieningsvereisten, aandacht voor controle en handhaving en een overgangsregeling voor de bestaande reclame-uitingen.

De notitie is als volgt opgebouwd: na het eerste hoofdstuk waarin reclame wordt gedefinieerd, wordt in het tweede hoofdstuk gekeken naar de relevante wet- en regelgeving voor wat betreft reclame-uitingen. In het derde hoofdstuk worden de algemene richtlijnen voor de diverse soorten reclame-uitingen uiteengezet. In hoofdstuk IV worden de per gebied/functie toelaatbare vormen van reclame-uitingen uiteengezet. Hoofdstuk V behandelt in het kort de procedure voor de afhandeling van verzoeken. In hoofdstuk VI worden de indieningsvereisten voor het doen van een aanvraag opgesomd. Tot slot wordt in hoofdstuk VII de handhaving en controle behandeld.

<sup>1</sup> Artikel 17 LOO

# I. Definitie van reclame

Onder *reclame* wordt verstaan: iedere vorm van reclame, van commerciële (handelsreclame) en niet commerciële (ideële reclame) aard, met behulp van aankondigingen, opschriften en/of afbeeldingen, al dan niet in combinatie met een attentie-element, in welk vorm dan ook, die zichtbaar is vanaf de weg dan wel geplaatst is in de openbare ruimte. Hieronder vallen bedrijfsnamen, logo's, symbolen, vlaggen, spandoeken, lantaarns, menuborden, etc. en ook reclame-uitingen geplakt tegen en achter winkelruiten, ramen vanabri's en op stadsplattegronden, e.d.

De primaire functie van reclame is het geven van informatie aan de consument over het bestaan van bepaalde bedrijven, goederen of diensten of het aankondigen van een evenement. Een tweede functie is het aansturen van concurrentie. De reclame-inhoud bevat dan ook een boodschap die onmiskenbaar ten gevolge heeft dat het publiek wordt bewogen tot het kopen van een bepaald product of tot het gebruik maken van een bepaalde dienstverlening, dan wel gunstig wordt gestemd ten aanzien van een bepaald bedrijf, een bedrijfstak of een bepaalde instelling zodat de verkoop van producten of de afname van diensten wordt bevorderd.

Reclame kan worden onderscheiden in:

- Handelsreclame: iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten, waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen.
- Ideële reclame: reclame met een ideële, maatschappelijke of politieke boodschap of met een sociaal-cultureel karakter.

Deze nota is gebaseerd op de Landsverordening Openbare Orde (LOO) en gaat over bepaalde uitingen van handelsreclame (artikel 16, eerste en tweede lid van de LOO) en ideële reclame (artikel 16, vierde en vijfde lid van de LOO).

Reclame wordt op de navolgende manieren geplaatst:

- a) Aan de binnen- of buitenkant van een bouwwerk of op een bouwwerk, zijnde wel of geen gebouw (zowel op openbare als op privé-grond) welke van de openbare weg af zichtbaar is. Voorbeelden hiervan zijn: gevelreclame, billboards, geschilderde reclame, speciaal voor reclame bestemde plakplaatsen, zichtbare reclame achter ramen of deuren.
- b) Als een op zichzelf staand bouwwerk, zoals een reclamebord (zowel op openbare als op privé-grond) welke van de openbare weg af zichtbaar is. Voorbeelden hiervan zijn: reclameborden, billboards, panelen, geschilderde reclame, plakzuilen, stationaire luchtreclame.
- c) Aan of op een roerende zaak, welke van de openbare weg af zichtbaar is. Voorbeelden

hiervan zijn: sandwichborden e.d., vlaggen, reclame bevestigd op roerend straatmeubilair of op particuliere roerend meubilair, rijdende of varende mobiele reclame.

Hierbij is het van belang om te melden dat een *bouwwerk* elke constructie betreft van hout, steen, metaal of ander materiaal, die op de plaats, waarvoor zij is bedoeld, hetzij direct of indirect met de grond verbonden is, hetzij direct of indirect steun vindt in of op de grond, wel of niet een gebouw zijnde.

Reclame kan op verschillende materialen worden afgebeeld, bijvoorbeeld op metaal, glas, hout, kunststof, papier, textiel en kunnen tevens verlicht of belicht zijn.



## II. Relevante wet- en regelgeving voor reclame-uitingen

Er zijn vier regelingen van toepassing voor reclame-uitingen:

1. De Landsverordening Openbare Orde (LOO) (P.B. 2015, nr. 31);
2. De Bouw- en Woningverordening (BWV) (P.B. 1952, nr. 14) en het Eilandelijk Ontwikkelingsplan Curaçao (EOP) (AB 1995, nr. 36);
3. De Monumenteneilandsverordening Curaçao (MEVC) (AB 1990, nr. 5);
4. De Eilandsverordening leges, precariorechten en retributies (AB 1992, nr. 20).

### II.1 De Landsverordening Openbare Orde (LOO)

De LOO ziet toe op het bevorderen van de openbare orde en de bescherming van de gemeenschap. Op grond hiervan heeft men voor bepaalde activiteiten of situaties in de openbare ruimte een vergunning nodig. Voor het plaatsen van reclame-uitingen heeft men, vanwege het algemeen verbod tot het plaatsen van reclame, een ontheffing nodig. Op deze manier worden gedragingen door het bevoegd gezag aangestuurd opdat de openbare orde en veiligheid wordt gewaarborgd.

Een *vergunning* betekent bestuursrechtelijk dat de activiteit in het algemeen gewenst is maar dat de overheid dit wil reguleren. Een *ontheffing* wordt gebruikt als de overheid de activiteit in het algemeen niet wenst maar in zeer spaarzame gevallen toch toestemming wil kunnen geven. Het gegeven dat er sprake is van ontheffingen impliceert een restrictief beleid.

Voor het reguleren van reclame-uitingen zijn op grond van de LOO vier artikelen van belang, namelijk art. 2, 15, 16 en, indien een graafvergunning nodig is, art. 17.

Conform artikel 15 van de LOO is het verboden om zonder vergunning van de Minister van VVRP voorwerpen in, op, aan of over de openbare weg iets te planten, te plaatsen, te spannen, te hangen, vast te hechten, uit te spreiden, uit te slaan, te drogen, te luchten, te slepen of te hebben of bouwwerken aan te brengen.

Dit betreft dus alle artefacten die men zou willen plaatsen op de hier aangeduide manieren bij de openbare weg dus ook artefacten met daarop een reclame-uiting.

Het plaatsen of hebben van handelsreclame op of aan een roerende of onroerende zaak wordt geregeld in artikel 16 van de LOO. Conform het eerste lid is sprake van een absoluut verbod. Conform het derde lid van dit artikel kan de Minister voor het plaatsen van handelsreclame ontheffing verlenen, maar alleen indien de welstand niet op ontoelaatbare wijze wordt geschonden door de reclame-uiting, conform de regels vastgesteld in deze nota.

Conform artikel 16, tweede lid van de LOO geldt dit verbod niet, indien er sprake is van een van de volgende gevallen.

- Handelsreclame op een gebouw of terrein voor zaken, die in het gebouw of op een terrein worden vervaardigd of verhandeld, of bedrijven die daar worden uitgeoefend.  
Desalniettemin kan de Minister de eigenaar schriftelijk kennisgeven van enig bezwaar, indien de reclame eisen van welstand, zoals hierna vermeld, schendt of niet voldoet aan de afmetingseisen.
- Een Te Koop/Te Huur melding op een bord met een oppervlakte van maximaal 1,5 m<sup>2</sup>.
- Een tijdelijk bord bij een in uitvoering zijnde bouwwerk die informatie geeft over het project, voor zover het bord niet verlicht is en voldoet aan de eisen van de openbare orde en welstand, conform de richtlijnen in hoofdstuk III en IV.
- Aankondigingen van tijdelijke aard, voor evenementen e.d., voor zover het borden, spandoeken, e.d. betreffen die aan de richtlijnen in hoofdstuk III en IV voldoen en niet op de openbare weg of op gebouwen worden geplakt of met krijt, kleur- of verfstof etc. worden aangebracht, en tot wanneer ze nog feitelijke betekenis hebben.  
In dit geval moet tenminste zes weken van tevoren schriftelijk kennisgeving worden gedaan aan de Minister van VVRP, waarbij binnen drie weken na ontvangst van die kennisgeving de betreffende persoon op de hoogte moet worden gebracht van enig bezwaar.

Een kernbegrip in de LOO is de *openbare weg*. Daar moet conform artikel 1 van de LOO onder worden verstaan:

alle straten, wegen, stegen, gangen, paden, pleinen, kaden, bruggen, stoepen, trottoirs, plantsoenen  
of andere gronden of plaatsen, die al of niet voor de publieke dienst bestemd, feitelijk voor een ieder toegankelijk zijn en, voor zover de bij de betreffende artikelen bedoelde feiten daarop kunnen plaats hebben, ook alle watervlakten.

Het gaat er dus in deze om dat er *feitelijk* sprake moet zijn van een voor iedereen toegankelijk locatie, of het nu om een overheidseigendom gaat of niet. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan een voortuin of voorstoep die opengesteld is voor het publiek. Het gaat in ieder geval om reclame-uitingen in de buitenruimte die in, of zichtbaar vanaf, de openbare ruimte zijn.

Artikel 2, eerste lid van de LOO maakt het mogelijk dat aan een vergunning of ontheffing voorschriften of beperkingen kunnen worden verbonden. Deze voorwaarden dienen verband te houden met de kaders van de LOO ten aanzien van de specifieke vergunningen en ontheffingen die gelden ten aanzien van reclame (welstand en openbare orde).

Conform artikel 15, eerste lid, aanhef en onder e van de LOO geldt dat er een terrasvergunning





aangevraagd dient te worden voor het hebben van terrassen (indien dit zich op de openbare weg bevindt). Daarbij kan bepaald worden of het toelaatbaar is dat op het terras (bv. op parasols, balustrade e.d.) reclame-uitingen voorkomen en op welke wijze, conform de richtlijnen in deze nota. (zie ook: Hoofdstuk III, onder Richtlijnen voor reclame-uitingen op terrassen).

Conform de definitie van het begrip openbare weg, zoals opgenomen in artikel 1 van de LOO, zijn vergunningen en ontheffingen tevens vereist voor reclame die geplaatst wordt op het water (de territoriale zee en binnenwateren (bv. Waaigat).

Reclame-uitingen (zowel handelsreclame als ideële reclame) worden op grond van de LOO getoetst aan de navolgende eisen:

- op grond van de openbare orde, te weten dat deze reclame-uitingen:
  - geen onherstelbare fysieke schade aan de openbare weg mogen veroorzaken,
  - geen belemmering mogen vormen voor het doelmatig gebruik van de openbare weg,
  - de toegankelijkheid van de openbare weg niet mogen belemmeren,
  - geen belemmering mogen vormen voor de verkeersveiligheid,
  - geen belemmering mogen vormen voor het doelmatig beheer en onderhoud van de openbare weg, en
  - geen hinder, overlast of verontreiniging mogen veroorzaken.

Daarnaast geldt voor handelsreclame ook welstandseisen (art. 16, derde lid LOO), namelijk dat deze reclame-uitingen:

- geen ernstige afbreuk mogen doen aan het uiterlijk aanzien van de openbare weg, en
- geen kwetsend of aanstootgevend inhoud mogen hebben. Hierbij kan worden gedacht aan afbeeldingen en/of tekst met geweld, bloot, seks, racisme, wapens, e.d.

De overige relevante wettelijke regelingen waaruit de relevante richtlijnen, zoals verder uitgewerkt in hoofdstuk III en IV, gedestilleerd worden, worden navolgend in het kort aangehaald.

## ***II.2 De Bouw- en Woningverordening (BWV) en het Eilandelijk Ontwikkelingsplan Curaçao (EOP)***

Als het gaat om het bouwen van een op zichzelf staand bouwwerk speciaal bedoeld voor reclame wordt de toelaatbaarheid van een dergelijk bouwwerk getoetst aan zowel de BWV als het EOP. Immers is in artikel 22 achtste lid van de BWV als weigeringsgrond opgenomen dat een vergunningsaanvraag kan worden geweigerd op grond van het feit dat er sprake is van strijdigheid met de bestemmingsvoorschriften (EOP).

Behalve het aanvragen van een ontheffing en vergunning voor het plaatsen van een reclame-

uiting, zal dan ook een bouwvergunning nodig zijn voor het object waarop de reclame-uiting geplaatst zal worden.

Het EOP is bij objecten t.b.v. reclame-uitingen conform het bovenstaande van belang in verband met:

1. de toelaatbaarheid van de reclame-uitingen. Hierbij wordt gekeken naar de bestemming die geldig is op de specifieke locatie waar de reclame-uiting geplaatst zal worden; maar daarnaast ook in verband met:
2. de bouwhoogte;
3. de afweging op grond van hinder, ontsiering en verkeersveiligheid, en
4. het gebruik, niet zijnde bouwen, van de grond.

Ad 1. en ad. 2. Relevant is de bestemming van de betreffende locatie en daarbij in het bijzonder art. 4 en 14 van het EOP. Art. 4 vanwege het beschermd stads- en dorpsgezicht en art. 14 EOP hoofdwegen als de bestemming waarin het merendeel van de openbare wegen is gelegen en die doorgaans een geliefde plaats voor bouwwerken met reclame-uitingen zijn. Relevant is voorts dat cf. art. 17 lid 1, 2 en 3 van het EOP alleen gebouwd mag worden overeenkomstig de bestemmingsbepalingen, eventueel gestelde nadere eisen cf. art. 15 EOP en het overgangsrecht; indien van toepassing, een uitwerkingsplan of een wijzigingsplan.

Ad 3. In verband met hinder, ontsiering en verkeersveiligheid zijn nadere richtlijnen opgenomen in deze nota voor de vormgeving en plaatsing van de reclame-uiting om dergelijke hinder, ontsiering en benadeling van de verkeersveiligheid zoveel mogelijk te voorkomen.

Cf. art. 15 EOP kunnen deze als nadere eisen aan een bouwvergunning worden gesteld. De relevante bepalingen cf. lid 1 van dit artikel zijn:

- de *situering* van een bouwwerk met de erbij behorende voorzieningen;
- de horizontale en verticale *afmetingen* van een bouwwerk met de erbij behorende voorzieningen;
- het geven van inzicht in de *stedenbouwkundige inpasbaarheid* van de bouwwerken en voorzieningen.

Ad 4. Gelet op het bepaalde in art. 18, eerste lid, van het EOP is ook ander gebruik van de grond dan door het bouwen geregeld via het EOP

Ten aanzien van het gebruik van bouwwerken (voor in casu reclame) is bepaald dat het gebruik niet in strijd mag zijn met de globale dan wel uitgewerkte bestemmingsvoorschriften. De Minister kan op basis van artikel 18 EOP vrijstelling

verlenen ten aanzien van het verbod tot gebruik in strijd met bestemmingsvoorschriften, wanneer er geen aan het belang van een goede ruimtelijke ordening te ontnemen dringende reden is om het meest doelmatig gebruik te beperken.

Resumerend kan worden gesteld dat reclame-uitingen conform het EOP en de BWV getoetst worden aan de toelaatbaarheid van de reclame-uiting met het oog op eisen:

- aan de bouwhoogte;
- voor wat betreft de stevigheid;
- ter voorkoming van de ontsiering of hinder of brandgevaar voor de omgeving;
- ter voorkoming van verkeersonveiligheid;
- aan de stedenbouwkundige inpasbaarheid van reclame-uitingen.

### *II.3 De Monumenteneilandsverordening Curaçao (MEVC)*

In geval er sprake is van het bevestigen van een reclame-uiting op of aan bouwwerken, zijnde beschermde monumenten, geldt ook de Monumenteneilandsverordening Curaçao. In deze gevallen dient er op grond art. 8, tweede lid van de Monumenteneilandsverordening Curaçao rekening gehouden te worden met het feit dat het verboden is om een beschermd monument geheel of ten dele te beschadigen of te vernielen. Een vergunningsplicht geldt voor reclame-uitingen op een beschermd monument op grond van art. 8, derde lid, sub b van deze verordening.

Voorkomen moet worden dat er sprake is van aantasting van de (specifieke) monumentale waarden. Van groot belang is dat het historisch pand zichtbaar blijft, dat het algemeen gevelbeeld behouden blijft, zodat de uitstraling, de architectuur en bouwkundige/architecturale details zichtbaar blijven en de authenticiteit en integriteit van het pand behouden blijft. Dit betekent eisen aan:

- het aantal reclame-uitingen;
- de vormgeving en materiaalgebruik van de reclame-uitingen;
- grootte en maatvoering van de reclame-uitingen;
- kleurgebruik en belettering van de reclame-uitingen;
- locatie aan de gevel/plaats van bevestiging en wijze van bevestiging van de reclame-uitingen.

### *II.4 De Eilandsverordening leges, precario rechten en retributies*

Voor vergunningen dienen leges betaald te worden en voor het innemen van openbare grond of water of het hebben van voorwerpen in, onder, aan, op of boven de openbare weg dienen precario rechten betaald te worden. De te betalen bedragen alsook de manier waarop de

tarieven uiterekend dienen te worden, is geregeld in de Eilandsverordening leges, precario-rechten en retributies in artikelen 5, 20, 59, 60, 61, 67 en 68.

Artikel 60, eerste lid onder b en artikel 61 Legesverordening geven aan dat ook als men zonder vergunning een reclame-uiting heeft geplaatst in, aan, op of boven de openbare weg, men hiervoor toch precario moet betalen. Het betalen voor het in gebruik hebben van de openbare weg betekent echter niet een legalisatie van dat gebruik. Legalisatie van dat gebruik vindt als volgt plaats.

## *II.5 Privaatrecht*

Indien men een reclame-uiting bij een overheidsgrond of een overheidsgebouw wil plaatsen, is een toestemming van de overheid noodzakelijk. De overheid kan hiertoe privaatrechtelijke overeenkomsten aangaan met degene die de reclame-uiting wenst te plaatsen. Hiervoor dienen precariorechten betaald te worden.

Zoals hierboven uitgelegd, regelt een privaatrechtelijke overeenkomst uitsluitend het gebruik van het overheidsterrein of gebouw maar geeft geen recht op het plaatsen van een reclame-uiting. Daarvoor dienen aanvullend de vereiste vergunningen of ontheffingen op grond van de LOO aangevraagd en verkregen te worden door degene die de reclame-uiting wenst te plaatsen. Het betekent ook dat de overheid illegale reclame-uitingen geplaatst op haar gronden direct kan verwijderen op basis van het eigendomsrecht.

### III. Algemene richtlijnen voor reclame-uitingen

Hieronder volgen de algemene richtlijnen voor reclame-uitingen die geldig zijn voor alle gebieden. De in dit hoofdstuk en het volgende hoofdstuk opgenomen maximum aantallen, maten en percentages dienen in het licht gezien te worden van de **welstandseisen** conform art. 16, derde lid LOO, namelijk ter voorkoming dat reclame-uitingen ernstige afbreuk doen aan het uiterlijk aanzien van de openbare weg. Deze richtlijnen voorkomen daarnaast, samen met de eisen betreffende materiaalgebruik, belichting e.d., hinder, overlast en belemmering door reclame-uitingen.

#### Algemene uitgangspunten

1. Reclame-uitingen zijn in principe alleen aanvaardbaar indien zij een directe relatie hebben met de gekozen situering. Uitzondering hierop is bijvoorbeeld de reclame op sportvelden in het kader van sponsoring (zie verder voor de hierbij geldende voorwaarden). Andere uitzonderingen zijn toelaatbaar na zorgvuldige toetsing van de aanvraag op de eisen van openbare orde en welstand, zoals aangegeven in paragraaf II.1.
2. Verlichte of belichte reclame-uitingen, reclame-uitingen op daken en daklijsten of verticale reclame over meerdere bouwlagen zijn in bepaalde gevallen toegestaan. Die gevallen staan genoemd bij de specifieke richtlijnen.
3. Bewegende of wisselende reclame-uitingen, licht couranten, knipperende reclame-uitingen, licht reflex borden, lichtkranten en lichtreclame met veranderlijk of intermitterend licht en lichtprikkels, waaronder elektronische billboards, kunnen gevaar vormen voor de verkeersveiligheid wanneer er sprake is van verblindingseffecten en te felle, wisselende, kleuren van de beelden. Door de wisselende beelden is de afleidingseffect veel groter dan bij andere vormen van reclame. Bij aanvragen voor het plaatsen van dit soort reclame-uitingen zullen daarom, afhankelijk van de soort reclameobject en de locatie, eisen worden gesteld aan de lichtsterkte en de tijdsduur en knipper- of veranderfrequentie, alsook de plaatsing ten opzichte van de weg.
4. Reclameobjecten mogen op geen enkele wijze het uitzicht belemmeren voor welke verkeersdeelnemer dan ook. Dit speelt natuurlijk vooral bij kruispunten. Aan de hand van uitzichtdriehoeken die per situatie verschillend kunnen zijn, moet worden beoordeeld in hoeverre een voorgenomen plaatsing het uitzicht belemmert. Datzelfde geldt voor verkeerstekens. Borden, lichten, e.d. mogen niet zodanig worden afgeschermd, dat daardoor de verkeersveiligheid in gevaar wordt gebracht. Reclameobjecten op rotondes zijn niet toegestaan.

5. De overheid kan middels een concessieovereenkomst toestemming verlenen aan een derde voor het plaatsen van reclame aanabri's met een maximaal formaat van 2 m<sup>2</sup>. Andere vormen van reclame-uitingen op het straatmeubilair en/of de bewegwijzering, driehoeksborden en sandwichborden zijn niet toegestaan.
6. Menuborden zijn uitsluitend toegestaan op terrassen of op het erf van een horeca aangelegenheid, en niet op de openbare weg. Zie hiervoor de voorschriften onder paragraaf III.4 en IV.5.
7. Geluidstoevoegingen zijn niet toegestaan gelet op de overlast die dat met zich meebrengt.
8. Losstaande vlaggen voor reclame zijn in principe niet toelaatbaar tenzij anders bepaald (zie verder).
9. Geparkeerde mobiele voertuigen zoals motorvoertuigen, wagens, aanhangwagens, opleggers e.d. bedoeld om reclame mee te maken zijn uitsluitend toegestaan op parkeerterreinen, voor een periode van maximaal twee weken. Ze zijn niet toegestaan op groenstroken, tussenbermen of langs de weg.
10. Bij verwijzingen naar het maaiveld wordt altijd gemeten vanaf het niveau van de weg waaraan/langs/op de reclame-uiting wordt geplaatst of bevestigd.
11. Reclame-uitingen die niet vervaardigd zijn van deugdelijk en weersbestendig materiaal, zijn niet toegestaan. De eigenaar en/of beheerder van een reclameobject is daarnaast verantwoordelijk voor het onderhouden van de reclamedrager en het reclameobject alsmede de directe omgeving ervan. Onderhouds- en reparatiewerkzaamheden van reclame-uitingen moeten zodanig worden uitgevoerd dat zo min mogelijk afleiding en hinder voor het verkeer wordt veroorzaakt. Vernielde, beschadigde of onvoldoende onderhouden objecten, alsook reclame(dragers) die niet meer gebruikt worden of hun feitelijke betekenis hebben verloren moeten worden verwijderd.

### *III.1 Gevelreclame*

Gevelreclame komt voor in de vorm van o.a. borden, lichtreclame, belettering, geveldoeken, spandoeken of banieren, vlaggen, rolluiken, luifels/zonweringen/markiezen, posters, vlugschriften of muurschilderingen. Naast merkreclame vallen ook naamborden aan een gevel onder gevelreclame. De volgende richtlijnen zijn bedoeld om te voorkomen dat er een onrustig gevelbeeld ontstaat door een wildgroei in reclame-uitingen.

- Merkreclame moet verwijzen naar producten/merken waar het bedrijf vertegenwoordiger van is of die ter plaatse vervaardigd of verhandeld worden, en is alleen toelaatbaar op één

bord van maximaal 2 m<sup>2</sup> (dus alle merkreclame staat op één bord); ook geschilderde merkreclame op de gevel is niet groter dan 2 m<sup>2</sup>.

- Gevelreclame wordt zo vlak mogelijk tegen de gevel geplaatst. Per bedrijfspand is maximaal 1 uithangbord toegestaan met een maximale afmeting van 1,5 m<sup>2</sup>.
- De gevelreclame bevindt zich altijd op de onderste bouwlaag/begane grond, dus niet hoger dan de scheiding van de begane grond en de eerste verdieping c.q. onderkant van de ramen van de eerste verdieping tot een hoogte van maximaal 5 m ten opzichte van het maaiveld, tenzij anders bepaald (zie verder). Verticaal op de gevel staande reclame over meerdere bouwlagen is alleen in bepaalde gevallen toegestaan. Deze gevallen staan genoemd bij de specifieke richtlijnen.
- Het belichten van reclameteksten verdient de voorkeur boven het toepassen van lichtbakken. De sterkte van de verlichting dient beperkt te zijn om geen hinder voor de omgeving te veroorzaken. Hiertoe dienen ook lichtbakken, wanneer toelaatbaar, een donker fond (basis, achtergrond) te hebben met heldere letters.
- De totale hoeveelheid gevelreclame mag per strekkende 10 m aan gevelbreedte maximaal 1,5 m<sup>2</sup> reclame bevatten tot aan maximaal 30% van de gevelbreedte en met een maximale hoogte van 0,50 m tenzij anders bepaald (dit betreft dus alle mogelijke vormen samen). Op deze wijze wordt voorkomen dat de gevelreclame ontsierend is doordat het overheersend is.
- Als het bij gevelreclame gaat om ruitreclame, dan mag die niet groter zijn dan 25% van het raam oppervlak binnen de zonet onder gevelreclame genoemde bepalingen (30% gevelbreedte, begane grond), tenzij anders bepaald.
- Andersoortige gevelreclame, zoals geveldoeken, spandoeken, banieren of vlaggen is in beperkte mate toelaatbaar, rekening houdend met de norm van 30% van de gevelbreedte.
- Reclame op luifels, markiezen en andere zonweringen is toelaatbaar met een maximale afmeting van 1,5 m<sup>2</sup> en bevat alleen de naam en logo van de ter plaatse gevestigde onderneming.
- Op rolluiken mag maximaal 10% van het totale oppervlak door reclame worden ingenomen, geen product- of merkreclame.
- Bij onderverdeling van een pand over meerdere bedrijven, wordt een gezamenlijk bord gekozen voor de naamgeving van de aanwezige bedrijven middels gelijke horizontale en verticale afmetingen, maat en schaal, detaillering, kleurstelling, opschriften, lichtsterkte en

belettering, etc.

- In geval van een reclame-uiting tegen een luifel:
  - aanbrengen tegen de luifel (onderkant luifel is gelijk aan onderkant reclame-uiting) niet op of boven de luifel tegen de gevel
  - per 10 m gevel maximaal 1 m<sup>2</sup> reclame
  - hoogte maximaal 0,50 m
  - geen reclame loodrecht tegen de luifel, uitgezonderd reclame onder de luifel loodrecht op de gevel aangebracht mits een vrije hoogte van 2,20 m gewaarborgd blijft.

### ***III.2 Reclame-uitingen bij monumenten buiten de Binnenstad***

- Zoveel mogelijk losstaande borden op eigen terrein maximaal 1 m<sup>2</sup> met een maximale hoogte van 1,20 m ten opzichte van het maaiveld, dat geplaatst is bij de toegang en wordt uitgevoerd in zwart/wit kleuren.
- Belichting of aanlichten van de reclame is niet toegestaan, een lichtbak evenmin. Bij losstaande reclameborden is belichting onder te stellen voorwaarden toelaatbaar (toetsen op hinder en verblinding).
- Bij onderverdeling van een pand over meerdere bedrijven, wordt een gezamenlijk bord gekozen dan wel wordt de naamgeving van de aanwezige bedrijven middels gelijke horizontale en verticale afmetingen, maat en schaal, detaillering, kleurstelling, de opschriften, lichtsterkte en belettering, etc. geregeld.
- Haaks op de gevel staande reclame-uitingen worden per geval beoordeeld, indien toelaatbaar, kan dit er hoogstens 1 zijn, altijd niet verlicht en met een maximale hoogte van 0,50 m met een maximum-uitsteek inclusief constructie en bevestiging van 0,70 m en een maximumdikte van 0,20 m.

### ***III.3 Reclame-uitingen voor aankondigingen van tijdelijke aard***

Voor aankondigingen van tijdelijke aard is conform artikel 16, tweede lid van de LOO geen ontheffing of vergunning vereist. Wel dient tenminste zes weken van tevoren schriftelijk kennisgeving gedaan te worden bij UO-ROP. De kennisgeving wordt getoetst aan de onderstaande bepalingen, en enig bezwaar zal binnen drie weken na ontvangst van die kennisgeving aangegeven worden.

- Dit soort reclame kan alleen geplaatst worden indien voor het evenement alle benodigde vergunningen zijn verleend.
- De reclame mag in principe 14 dagen vóór het evenement geplaatst worden en moet de dag



na het evenement binnen 24 uur worden verwijderd.

- Het betreft hier een reclamebord of spandoek. Er mag niet op de openbare weg of op gebouwen worden geplakt of met krijt, kleur- of verfstof
- Indien de reclame wordt opgehangen, mag de afmeting maximaal 2 m<sup>2</sup> bedragen en de onderkant van de reclame dient zich tenminste 4,50 m boven het maaiveld te bevinden.
- De wijze van bevestiging wordt bepaald in de vergunning. Bewegwijzerings- en verkeersborden mogen geen reclame-uitingen bevatten, alleen lantaarnpalen komen hiervoor in aanmerking (niet aan openbaar groen zoals bomen), waarbij de reclame zodanig bevestigd moet worden dat zij eenvoudig verwijderd kunnen worden.
- Dergelijke reclame-uitingen worden niet verlicht of belicht.
- Dergelijke reclame-uitingen mogen gelet op artikel 16, eerste lid, van de LOO geen handelsreclame bevatten.

#### ***III.4 Reclame-uitingen op terrassen***

- De reclame wordt uitsluitend op parasols of op een zonnescherf of luifel geplaatst met een maximale afmeting van 1,5 m<sup>2</sup>. Als inhoud is toelaatbaar de naam en logo van het betreffende horecabedrijf en geen merk en product reclame.
- Voor parasols op terrassen in de binnenstad is reclame uitsluitend toegestaan op de zijschotten van een parasol, in de vorm van de naam en logo van de ter plaatse gevestigde onderneming, met een maximale oppervlakte van 1,5 m<sup>2</sup>, in een rustige kleurstelling. Op zonneschermen of luifels op een terras in de binnenstad is alleen de naam van de ter plaatse gevestigde onderneming toegestaan, met een maximale hoogte van 25 centimeter over 10% van de oppervlakte.
- Menuborden zijn toegestaan op het terras, maximaal 1 meter hoog bij 0,80 meter breed, maximaal 1 menubord per 50 m<sup>2</sup>, en mogen geen merkreclame bevatten.

#### ***III.5 Opschriften bij in uitvoering zijnde bouwwerken***

- Uitsluitend op eigen terrein is maximaal één bouwreclame per project toelaatbaar, bestaande uit een rechthoekig bord op metalen poten met een maximale oppervlakte van het bord van 6 m<sup>2</sup> (dit is incl. de zgn. artist impression).
- Binnen uiterlijk twee maanden na oplevering van het bouwwerk of project dient de reclame-uiting te worden verwijderd.

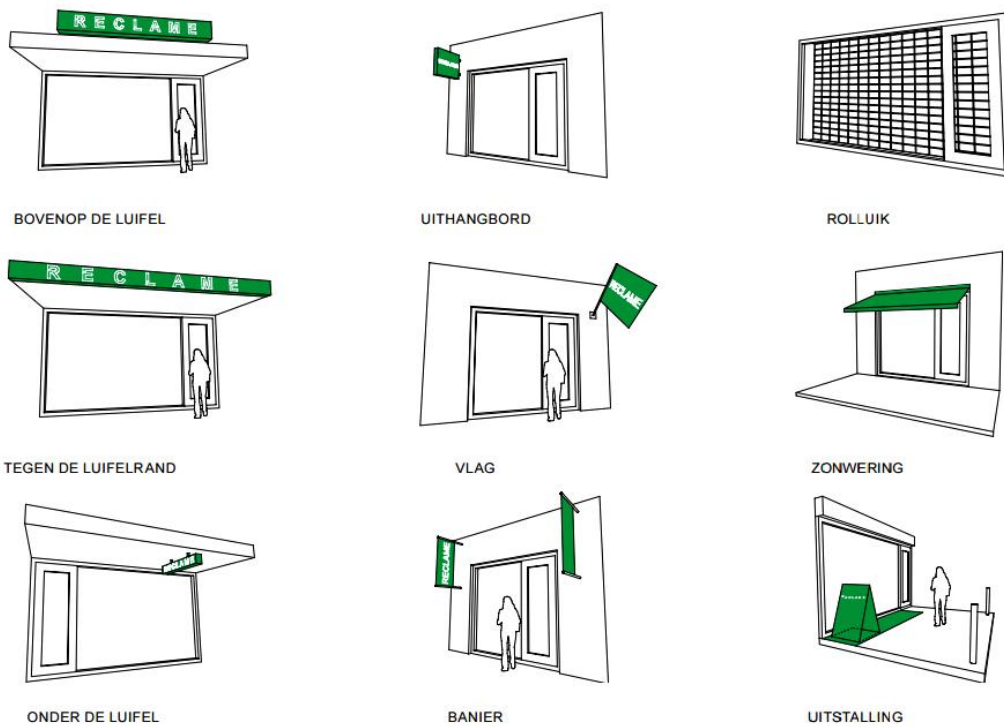
- De hoogte van de bovenkant van het bord is maximaal 4,50 m ten opzichte van het maaiveld.
- Afhankelijk van de situatie ter plaatse, kunnen voorwaarden gesteld worden aan het kleurgebruik i.v.m. verwarring met verkeerslichten, -signaleringen, etc.
- Losstaande vlaggen voor reclame zijn voorwaardelijk toelaatbaar.
- Gelet op artikel 16, tweede lid, aanhef en onder c van de LOO mag de reclame-uiting niet verlicht of belicht worden.
- Gelet op artikel 16, eerste lid, van de LOO is handelsreclame niet toegestaan.

### ***III.6 Handelsreclame op te koop/te huur borden***

- Dit zijn borden op 1 of meer metalen poten, met een bordoppervlakte van maximaal 1,5 m<sup>2</sup> en een maximale hoogte van 1,20 m ten opzichte van het maaiveld. Dit bord mag ook geplaatst worden aan buitenzijde van het erfscheiding (kant van de weg).
- Deze borden worden uitsluitend op eigen terrein geplaatst.
- Zodra het bouwwerk is verkocht of verhuurd, dient de reclame-uiting te worden verwijderd.
- De reclame-uiting mag niet verlicht of belicht worden.
- Handelsreclame is op grond van artikel 16, eerste lid van de LOO niet toegestaan.

### ***III.7 Ideële propaganda/reclame***

- Dit zijn borden op 1 of meer metalen poten, met een bordoppervlakte van maximaal 1,5 m<sup>2</sup> en een maximale hoogte van 1,20 m ten opzichte van het maaiveld.
- Reclame-uitingen over sporthelden hebben een maximale hoogte van 4,50 m ten opzichte van het maaiveld en een oppervlakte van maximaal 5 m<sup>2</sup>.



Figuur 3 Plaatsing van reclame Bron: Praktische Reclamegids voor Rotterdam 2011

## IV. Gebieds- en functiegerichte voorschriften voor reclame- uitingen

In dit hoofdstuk zijn de voorgaande algemene uitgangspunten en criteria weer verder uitgewerkt tot de per gebied/functie toelaatbare vormen van reclame-uitingen.

Hierbij wordt de volgende indeling gehanteerd:

1. Winkels, kantoren en horeca aangelegenheden;
2. Bedrijventerreinen;
3. Sportterreinen;
4. Buitengebieden;
5. Binnenstad;
6. Overig openbaar gebied.

### *IV.1 Winkels, kantoren en horeca aangelegenheden*

Voor afzonderlijke bedrijven of kantoren en winkelcomplexen (meerdere eenheden voor detailhandel en/of kantoor in een gebouw) die niet gelegen zijn in een aan te wijzen bedrijfsgebied (dus al dan niet in/nabij woonwijken) gelden de bepalingen voor gevelreclame, met de volgende bijzondere bepalingen:

- Als de ingang van het perceel naar de ingang van het bedrijf  $\geq 10$  m bedraagt, dan is een losstaand reclamebord toelaatbaar op eigen terrein van maximaal 2 m<sup>2</sup> met een maximale hoogte ten opzichte van het maaiveld van 5 m tenzij anders bepaald (zie verder; altijd toetsen op wegnemen zicht en welstand) met 1 of meerdere metalen poten. Het bord vermeldt alleen naam en aard van het bedrijf en eventueel openingstijden en/of een vignet (geen merk reclame).
- Als het bedrijf aan enige zijde grenst aan een woning, dan is uitsluitend een losstaand naambord van maximaal 1,5 m<sup>2</sup> met een maximale hoogte van 1,20 m ten opzichte van het maaiveld, dat geplaatst is bij de toegang toelaatbaar.
- In verband met overlast is lichtreclame en het belichten van het naambord slechts onder voorwaarden toelaatbaar.
- Losstaande vlaggen zijn niet toelaatbaar.
- Reclame-uitingen op mobiele kantines is alleen toelaatbaar als er een vergunning voor bereiding en verkoop van etenswaar is verleend.

Voor winkels en bedrijven in een aan te wijzen winkelgebied (niet Binnenstad) gelden de bepalingen voor gevelreclame, met de volgende bijzondere bepalingen:

- Na afweging in deze gevallen kan de totale hoeveelheid gevelreclame per horizontaal strekkende 10 m aan gevelbreedte maximaal 1 m reclame tot aan maximaal 30% van de winkelbreedte bedragen met een maximale hoogte van 1 m ten opzichte van het maaiveld.
- Haaks op de gevel is per 6 m aan gevelbreedte maximaal één lichtbak toelaatbaar met een maximum hoogte van 0,80 m, een maximum-uitsteek inclusief constructie en bevestiging van 0,75 m en een maximum dikte van 0,20 m of één haaks op de gevel aangebracht reclamebord met een maximale afmeting van 0,80 bij 0,80 m (hoogte en breedte).
- De etalageramen en ramen op verdiepingen boven de begane grond mogen niet met reclame-uitingen worden beplakt.
- In verband met overlast is lichtreclame en het belichten van het naambord slechts onder voorwaarden toelaatbaar.
- Losstaande vlaggen voor reclame zijn onder de volgende voorwaarden toelaatbaar: maximaal 1 vlag per bedrijf, enkel aan de gevel, met een maximale oppervlakte van 0,5 m<sup>2</sup>.
- Reclame op het dak mag met alleen de naam van het bedrijf, met losse letters, maximaal één uiting, maximaal 75 centimeter hoog, en maximaal 30% van de gevelbreedte.
- In geval van een reclame-uiting tegen de luifel:
  - aanbrengen tegen de luifel (onderkant luifel is gelijk aan onderkant reclame-uiting) niet op of boven de luifel tegen de gevel
  - per 10 m gevel maximaal 1,5 m<sup>2</sup> reclame
  - hoogte maximaal 0,50 m.
  - geen reclame loodrecht tegen de luifel, uitgezonderd reclame onder de luifel loodrecht op de gevel aangebracht mits een vrije hoogte van 2,20 m gewaarborgd blijft.

## ***IV.2 Bedrijventerreinen***

Voor bedrijven in een aan te wijzen bedrijfengebied gelden de bepalingen voor gevelreclame, met de volgende bijzondere bepalingen:

- Bij voorkeur wordt gevelreclame in de vorm van borden of losse letters toegepast; de reclame-uiting is maximaal 1 m hoog en 6 m breed tot maximaal 40% van de gevelbreedte.
- De reclame-uitingen worden bij voorkeur op de gevel op alleen de onderste bouwlaag/begane grond geplaatst, dus niet hoger dan de scheiding van de begane grond en

de eerste verdieping c.q. onderkant van de ramen van de eerste verdieping; belichting is onder voorwaarden toelaatbaar evenals een lichtbak.

- Reclame op het dak bevat alleen de naam van het bedrijf, met losse letters, maximaal één uiting, maximaal 75 centimeter hoog, en maximaal 30% van de gevelbreedte.
- Verticale borden zijn als uitzondering hier toelaatbaar over maximaal twee bouwlagen; deze zijn plat tegen de gevel bevestigd tot een uitsteek van 0,20 m.
- Een vrijstaand reclamebord (niet zijnde naambord) is toegestaan op het eigen terrein en mag maximaal 5 m hoog en 1 m breed zijn; dit bord heeft een zorgvuldige vormgeving geïntegreerd in het bedrijf en is geplaatst bij de toegang van het bedrijf.
- Losstaande vlaggen zijn toegestaan met een maximale hoogte van 5m ten opzichte van het maaiveld.
- Reclame-uitingen op of aan erfscheidingen van een bedrijventerrein zijn niet toegestaan; alleen op eigen terrein zijn reclame-uitingen in principe toelaatbaar (zie verder de specifieke richtlijnen).

### *IV.3 Sportterreinen*

Voor reclame-uitingen op sportvelden/sportcomplexen geldt dat deze in principe zijn toegestaan mits die reclame-uitingen beperkt zijn en gericht zijn op het sportveld/complex zelf; de reclame mag niet vanaf de weg zichtbaar zijn. Daarbij gelden de volgende bepalingen:

- Daarbij zijn vrijstaande reclameborden alleen toegestaan op sportvelden als zij uitsluitend gericht zijn naar de binnenzijde; de achterzijde is geschilderd en is reclamevrij.
- Alleen de naam aanduiding mag vanaf de weg zichtbaar zijn, tegen de gevel met een maximale afmeting van 2 m<sup>2</sup> op maximaal 5 m hoogte vanaf het maaiveld. Indien de afstand vanaf de ingang van het perceel naar de ingang van het sportveld  $\geq 10$  m bedraagt, dan is een losstaand reclamebord toelaatbaar op eigen terrein van maximaal 2 m<sup>2</sup> met een maximale hoogte ten opzichte van het maaiveld van 5 m (toetsen op wegnemen zicht en welstand) met metalen poten.
- De vrijstaande reclameborden zijn maximaal 1,20 m hoog boven het maaiveld met uitzondering van reclame op functionele bouwwerken zoals een tribune, een scorebord of winddoeken.
- Lichtreclame aan de buitenkant (zichtbaar vanaf de weg) is niet toegestaan.

- In verband met overlast is lichtreclame en het belichten van het naambord slechts onder voorwaarden toelaatbaar. Merkreclame door middel van vrijstaande vlaggen is toelaatbaar op de sportvelden en binnen het sportcomplex.

#### ***IV.4 Buitengebieden***

Voor afzonderlijke bedrijven of kantoor- en winkelcomplexen in het buitengebied die niet gelegen zijn in een aan te wijzen bedrijfsgebied geldt het volgende. Reclame-uitingen zijn in principe niet wenselijk buiten het stedelijk woongebied. Dit past niet bij het karakter van deze landelijke omgeving, die gekenmerkt wordt door natuur en openheid, en leidt tot visuele vervuiling; Toelaatbaar is:

- Gevelreclame bij een winkel, bedrijf of kantoor, bij voorkeur in de vorm van losse letters en anders een bord, met een maximale afmeting van 1,5 m<sup>2</sup>. De reclame-uitingen worden zo vlak mogelijk tegen de gevel geplaatst.
- In verband met overlast is het belichten van reclame slechts onder voorwaarden toelaatbaar. Geen lichtreclame is toegestaan.
- De totale hoeveelheid gevelreclame mag per strekkende 10 m aan gevelbreedte maximaal 1,5 m<sup>2</sup> reclame bevatten tot aan maximaal 30% van de gevelbreedte en met een maximale hoogte van 0,50 m (dit betreft dus alle mogelijke vormen samen); de gevelreclame bevindt zich altijd op de onderste bouwlaag/begane grond, dus niet hoger dan de scheiding van de begane grond en de eerste verdieping c.q. onderkant van de ramen van de eerste verdieping tot een hoogte van maximaal 5 m ten opzichte van het maaiveld.
- Als het bedrijf aan enige zijde grenst aan een woning, dan is uitsluitend een losstaand naambord van maximaal 1,5 m<sup>2</sup> met een maximale hoogte van 1,20 m ten opzichte van het maaiveld, dat geplaatst is bij de toegang toelaatbaar.
- Als de ingang van het perceel naar de ingang van het bedrijf  $\geq 10$  m bedraagt, dan is een losstaand reclamebord toelaatbaar op eigen terrein. Dit bord vermeldt alleen naam en aard van het bedrijf en eventueel openingstijden en/of een vignet (geen merkreclame). Het bord staat op metalen poten, heeft een oppervlakte van maximaal 1,5 m<sup>2</sup> en is niet hoger 2 m boven het maaiveld.

#### ***IV.5 Binnenstad***

Specifiek voor de Binnenstad is niet toegestaan, met het oog op het feit dat het een Werelderfgoedstad is:

- Reclame-uitingen die ontsierend zijn voor het stadsbeeld of afbreuk doet aan de kwaliteit

van de openbare ruimte en die qua plaatsing, kleurstelling, materiaalgebruik en/of detaillering de harmonie van de architectuur eenheid verstoort dan wel die het zicht wegneemt op monumentale details.

- Reclame-uitingen waarvan de bevestigingsconstructie in verhouding tot de aan te brengen reclame en het gebouw te ver uit het gevelvlak steekt.
- Zo minmogelijk reclame-uitingen die niet loodrecht op, of niet evenwijdig aan en vlak tegen de gevel zijn geplaatst.
- Reclame-uitingen waarvan de opschriften niet zijn samengesteld uit esthetisch verantwoorde letters en/of tekens, alsmede die waarvan de tekst eventueel in combinatie met een afbeelding grafisch niet goed verzorgd is.
- Reclame-uitingen waarvan de kleurstelling te sterk contrasterend en/of te sterk contrasteert met het pand en/of de omgeving.
- Bewegende of wisselende reclame-uitingen, lichtcouranten, knipperende reclame-uitingen, lichtreflexborden, lichtkranten en lichtreclame met veranderlijk of intermitterend licht en lichtprikkel, reclame-uitingen op daken en daklijsten of verticale reclame over meerdere bouwlagen.
- Vlaggen, banieren, spandoeken en andere vormen van gevelreclame.

Hiertoe gelden de bepalingen voor gevelreclame tenzij hier anders bepaald, en de overige bepalingen hier genoemd en steeds na afweging per geval:

- De gevelreclame bestaat uit losse letters of een bord; dit bevat alleen de naam van de zaak of bedrijf. De reclame-uitingen worden bevestigd/geplaatst aan de gevel met de hoofdtoegang.
- Alle reclame-uitingen aan gevels mogen niet hoger worden aangebracht dan de benedenkant van de raam dorpels van de eerste verdieping en in ieder geval niet hoger dan 5 m boven het maaiveld.
- Er worden niet meer dan twee reclame-uitingen per gevel toegestaan: een plat bord of open letters in combinatie met een uithangbord, op onderlinge afstand van minimaal 1 m. Deze mogen niet breder zijn dan 30% van de breedte van de gevel, als het niet om een monument gaat.
- Het bord of de letters, plat tegen de gevel geplaatst, steken 0,20 m uit de gevel. De letterhoogte is maximaal 0,40 m.
- Het uithangbord heeft een maximale hoogte van 0,50 m met een maximum-uitsteek inclusief constructie en bevestiging van 0,70 m en een maximumdikte van 0,20 m, waarbij een vrije ruimte onder dit bord van 2,20 m gewaarborgd blijft.



- Reclame-uitingen van internationale bedrijven met hun standaardkleuren en design kunnen in principe gehandhaafd blijven; in voorkomende gevallen worden eisen gesteld aan de afmetingen en plaatsing van de reclame-uitingen; doel is dat deze reclame-uitingen niet overheersend zijn in het straatbeeld.
- Reclame-uitingen gemonteerd in afzonderlijke reliëfkokers mogen geen grotere diepte hebben dan 0,12 m; de reliëfkokers dienen vakkundig geschilderd te worden. Deze kokers, uitsluitend bestemd voor het opbergen van elektrische leidingen en andere hulpconstructies dienen geschilderd te worden in dezelfde kleur als het gevelvlak waartegen de reclame-uiting wordt aangebracht.
- Op aan een pand bevestigde zonwering mag geen reclame worden aangebracht, met uitzondering van de naam van de ter plaatse gevestigde onderneming, zulks met een maximale hoogte van 0,25 m over 10% van de oppervlakte.
- Indien aangebracht op een rolluik bevat die maximaal 10% van het totale oppervlak aan reclame.
- Reclame-uitingen op blinde gevels en blinde gevelvlakken zijn niet toegestaan.
- Reclame-uitingen op bouwlagen met een woonbestemming zijn niet toegestaan.
- In verband met overlast en ontsiering is het belichten van reclame slechts onder voorwaarden toelaatbaar.
- Uitstallingen op of aan de weg in de vorm van sandwich- of stoepborden (menuborden) zijn niet toegestaan. Menuborden zijn uitsluitend op terrassen toegestaan; maximaal 1 menubord per 50 m<sup>2</sup> terras, maximaal 1 meter hoog bij 0,80 meter breed, en met uitsluitend het menu en geen reclame.

Voor de gebieden in de Binnenstad die buiten het kernwinkelgebied liggen, gelden de bepalingen voor gevelreclame als voor afzonderlijke bedrijven of kantoor en winkelcomplexen (meerdere eenheden voor detailhandel en/of kantoor in een gebouw) die niet gelegen zijn in een aan te wijzen bedrijfsgebied. Hierbij gelden de volgende bepalingen:

- Reclame wordt op de gevel geplaatst (maximaal 2 borden, niet meer dan 30% gevelbreedte).
- Indien de gevel niet duidelijk zichtbaar is vanaf de weg als gevolg van begroeiing en/of een afstand van meer dan 5 m tussen de erf-scheiding en de gevel, kan reclame op de kolommen van de erfscheiding geplaatst worden; 1 of 2 borden met een gezamenlijke maximale oppervlakte van 1 m.

- Eén losstaand bord op eigen erf op 1 poot met een oppervlakte van maximaal 1 m<sup>2</sup> is toelaatbaar met een hoogte tot 2,50 m ten opzichte van het maaiveld;
- Vlaggen zijn niet toelaatbaar op of aan de gevels. Vlaggen kunnen toegestaan worden op eigen erf, indien dat aanwezig is en waarbij dat erf geen deel uitmaakt van de openbare weg (er is dus sprake van een omheining met poort). De vlaggen bevatten in principe geen merk- of product-reclame.

#### *IV.6 Overig openbaar gebied*

Voor het overig openbaar gebied gelden de algemene richtlijnen zoals opgenomen in hoofdstuk III.

## V. Procedure

Een verzoek tot een vergunning en/of ontheffing op grond van artikelen 15 en 16 van de LOO wordt zo spoedig mogelijk, doch **uiterlijk acht weken na de indiening van de aanvraag** behandeld. De procedure voor de afhandeling wordt bij Ministeriële Regeling geregeld, en kan als volgt samengevat worden:

1. Het verzoek wordt ingediend bij UO-ROP voor ontheffing ex art. 16 van de LOO en/of vergunning ex art. 15 van de LOO.
2. UO-ROP controleert of de aanvrager heeft voldaan aan alle indieningsvereisten, zoals vermeld in hoofdstuk VI. Indien de gegevens niet volledig zijn, wordt de aanvrager binnen een termijn van twee weken na ontvangst van de aanvraag, hiervan op de hoogte gebracht en wordt verzocht om binnen een termijn van twee weken de ontbrekende informatie aan te leveren.
3. Het verzoek wordt getoetst aan de hand van de in deze nota opgenomen richtlijnen (conform onderstaande tabel).
  - a. Daarbij wordt eerst bepaald of ook andere vergunningen nodig zijn. De aanvrager dient hiervan op de hoogte te worden gesteld en hierbij wordt gemeld dat de ontheffing of vergunning geweigerd zal worden indien de andere vereiste vergunningen geweigerd worden. Als het een graafvergunning betreft – doorsturen naar UO-OW.
  - b. Als gebruik gemaakt wordt van overheidsgrond of –eigendom, dan is toestemming van de overheid in privaatrechtelijke zin nodig is – opnemen met Domeinbeheer; indien de reclame-uiting toelaatbaar is, wordt de privaatrechtelijke toestemming tegelijkertijd geregeld met het verlenen van de betreffende ontheffing en/of vergunning.
  - c. Als het om een bouwwerk gaat- nagaan of hiertoe een bouwvergunning verleend kan worden;
  - d. Als het om een monument gaat, nagaan of een monumentenvergunning van toepassing is en verleend kan.

Toetsing reclame-uitingen				
Reclame aan of op een gebouw	Reclame aan of op een bouwwerk (geen gebouw)	Reclame in een gebouw, zichtbaar vanaf de openbare weg	Reclame op een terrein, een op zichzelf staand bouwwerk of werk uitsluitend bedoeld voor reclame-uitingen	Reclame op/aan een artefact, geen (bouw)werk zijnde, dat geplaatst wordt in/op/aan/over de openbare weg
Toetsing aan:				
LOO art. 16 Monumenteneilands verordening Curaçao art. 8 (indien monument)	LOO art. 16 Monumenteneilands verordening Curaçao art. 8	LOO art. 16 Monumenteneilands verordening Curaçao art. 8 (indien monument)	BWV/EOP LOO art. 16	LOO art. 15 EOP
Advisering door:				
- UOROP - Verkeerspolitie - UOOW	- UOROP - Verkeerspolitie - UOOW	- UOROP - Verkeerspolitie - UOOW	- UO-ROP - Verkeerspolitie - UOOW	- UOROP - Verkeerspolitie - UOOW
			indien van toepassing: graafvergunning	indien van toepassing: graafvergunning

4. Als het verzoek de toets doorstaat:
  - a. Indien het om een *onthefing* gaat, een concept-onthefingsbeschikking opmaken voor de Minister (zie modelbeschikking in bijlage A) en indien van toepassing, de overige vergunningen opmaken (bouwvergunning en/of monumentenvergunning). Al deze vergunningen procedureel en inhoudelijk afstemmen; idem met graafvergunning.
  - b. Indien het om een *vergunning* gaat, een concept-vergunning opmaken voor de Minister (zie modelbeschikking in bijlage A) en indien van toepassing, procedureel en inhoudelijk afstemmen met de graafvergunning.
  
5. Als het verzoek de toets niet doorstaat, kan met de aanvrager overlegd worden of aanpassen van het verzoek mogelijk is en zo niet:
  - a. indien het een *onthefing* betreft, een weigeringsadvies en afwijzingsbeschikking opmaken voor de Minister;
  - b. indien het om een *vergunning* gaat, een weigeringsadvies en afwijzingsbeschikking opmaken voor de Minister.

## VI. Indieningsvereisten voor het doen van een aanvraag

De aanvrager moet een aantal gegevens overhandigen bij het doen van een aanvraag. Dit betreft behalve informatie over de reclame-uiting, ook gegevens ter identificatie van de aanvrager en de vergunninghouder/de houder van de ontheffing. Dit laatste is van belang voor de controle en handhaving naderhand.

### Gegevens over de aanvrager:

- Naam bedrijf of instelling (tevens statutaire naam)
- Indien juridische rechtspersoonlijkheid, Kamer van Koophandel nummer
- Contactpersoon: naam, voorletters, kopie legitimatiebewijs
- In geval van machtiging, bewijs van machtiging niet ouder dan 3 maanden
- Adres
- Telefoon- en faxnummer
- Mobiel nummer
- E-mail adres

### Gegevens over de reclame-uiting:

- Aard van de campagne (titel en/of tekst zoals vermeld)
- Aanduiding permanent of tijdelijk, periode van de campagne indien van toepassing (datum tot en met)
- De vorm van de reclame-uiting (zie Bijlage B voor de verschillende categorieën):
  - cat. 1 aan of op een gebouw (winkels, kantoren etc.)
  - cat. 2 aan of op een bouwwerk, geen gebouw zijnde
  - cat. 3 in een gebouw, voor zover zichtbaar vanaf de openbare weg
  - cat. 4 een op zichzelf staand bouwwerk of werk uitsluitend bedoeld voor reclame-uitingen
  - cat. 5 op een artefact, geen (bouw)werk zijnde, geplaatst in, op, aan of over de openbare weg
- Aanduiding plaats (pand, terrein) waar reclame wordt aangebracht door aanduiding op situatietekening 1: 1000 met exacte positionering van de reclame-uiting(en)
- Aantonen van recht ten aanzien van de roerende of onroerende zaak:
  - is men eigenaar of gebruiker van het pand/perceel: opgave van de recente eigendomssituatie van het betreffende perceel/onroerend goed (niet ouder dan 3 maanden) en anders: schriftelijke toestemming niet ouder dan 3 maanden van de eigenaar tot het plaatsen van de reclame-uiting
  - gaat het om overheidsterrein
  - is men vergunninghouder van een terras of mobiele kantine

- is men vertegenwoordiger van het betreffende product of merk of wordt het ter plaatse vervaardigd of verhandelt dan wel welke dienstbetrekking of productvervaardiging wordt ter plaatse uitgeoefend
- indien evenementenreclame: beschikt men over de benodigde vergunningen voor het evenement.
- Afbeeldingen van reclame-uiting(en) en aanduiding op tekening op schaal 1: 100 van afmetingen in cm (breedte, hoogte, diepte ), toe te passen materialen, kleuren, vormgeving en lay-out, kleuren, opgave of verlicht ja/nee, wijze van verlichting, lichtsterkte als er sprake is van verlichte reclame; hoeveelheid te plaatsen, wijze van plaatsing of bevestiging (detailtekening schaal 1:100) en afstand tot de weg en/of onroerend goed, hoogte ten opzichte van het maaiveld; indien roerende goederen (cat. 5): wijze van plaatsing of bevestiging (detailtekening schaal 1:100) en locatie op/aan/bij etc. de openbare weg, afmetingen (breedte, hoogte, diepte ), materialen, kleuren, of reclame dubbelzijdig of enkelzijdig wordt uitgevoerd
- Aanduiding tekst/opschrift/aankondiging
- Opgave of de reclame dient ter vervanging van bestaande reclame
- Indien een geveltekening en foto's van de bestaande situatie en omliggende bebouwing; indien roerende goederen (cat. 5): foto's van de bestaande situatie en omliggende omgeving/bebouwing
- Nadere bijzonderheden nodig ter beoordeling:
  - of de reclame in het vlak van de gevel op haaks op de gevel wordt aangebracht;
  - de hoogte van de onderkant van de reclame tot het maaiveld en de maximale afstand tot de gevel in het geval dat de reclame haaks op de gevel wordt aangebracht;
  - alle andere gevallen: bovenkant van de reclame-uiting ten opzichte van de weg.

## VII. Handhaving en controle

Conform art. 74, eerste lid van de LOO kunnen, naast de politie, ambtenaren of personen worden aangewezen om toezicht uit te voeren. De handhaving en controle omvatten de volgende stappen:

1. **Controle** - constatering van de overtreding– berichtgeving aan UO-ROP indien de overtreding niet door medewerkers van UO-ROP is geconstateerd – nagaan of legalisering mogelijk is, zo niet, waarschuwingsbrief sturen door UO-ROP aan betrokkene/rapport sturen door UO-ROP naar de Minister over de overtreding, berichtgeving aan de politie;
2. **Her-controle** - bij voortduren overtreding, berichtgeving aan UO-ROP indien de constatering niet door medewerkers van UO-ROP is gedaan - aanmaning sturen door UO-ROP namens de Minister om de overtreding te beëindigen;
3. Nogmaals **her-controle** door de politie – bij constatering voortduren van de overtreding daadwerkelijk corrigerend optreden en overgaan tot verwijdering en in beslagname van de reclame-uitingen door de politie;
4. **Kostenverhaal** op de overtreder (hiertoe maakt de politie als handhaver de rekening op en verstuurt die naar de overtreder) plus het opsturen van **navorderings**formulieren door UO-ROP;
5. Bij **wanbetaling** e.d. wordt de Landsontvanger ingeschakeld (zie art. 11 en 14 van AB 1954 nr. 2).

In het kader van de handhaving en controle, dient degene aan wie een vergunning of ontheffing is verleend de naam van het bedrijf en het nummer van de vergunning/ontheffing op zichtbare wijze op het reclameobject te plaatsen.

Voor de in- en navordering van de verschuldigde leges en precariorechten zal conform de bepalingen van de legesverordening (AB 1992 nr. 20) gehandeld moeten worden. Dat betekent dat de UO-ROP op grond van art. 4 lid 1 en 2 jaarlijks tot in- en navordering zal moeten overgaan van de verschuldigde leges en precariorechten, in overeenstemming met de voorschriften van de Invorderingsverordening (AB 1954 nr. 2).

De toe te passen model-formulier voor het in- en navordering van de verschuldigde leges en precariorechten is bijgevoegd in bijlage B.

MINISTERIE van Verkeer, Vervoer en Ruimtelijke Planning

**Ontheffing**

no. ....-2016

Gelezen:

- het verzoekschrift dd....
- gelezen het advies van de Uitvoeringsorganisatie Ruimtelijke Ontwikkeling en Planning dd.....

Gelet op:

- artikel 16 van de Landsverordening Openbare Orde (PB 2015 no. 31);
- art. 20 sub c/d en 67 lid 1 onder q/r/s van de Eilandsverordening Leges, Precariorechten en Retributies Curaçao (A. B. 1992 no. 20);

**Besluit**

- I. met ingang van ..... [tot en met igv. tijdelijke] ... ontheffing te verlenen aan [(rechts)persoon] en vervalt op ..... (datum);
  
- II. de ontheffing wordt verleend voor het aanbrengen van een reclame-uiting, in overeenstemming van de bij de aanvraag ingediende bouwtekening te ..... (locatie), zoals aangegeven in de situatie-tekening (.....) met [tekst/opschrift/aankondiging “.....” – evt. bijlage] aan het/de onroerende goed(eren) gelegen te ..... (locatie), zoals aangegeven op de situatie-tekening:
  1. ....;
  2. ....;
  3. ....;
  
- III. de ontheffing te verlenen onder de navolgende voorwaarden:
  - a. de ingevolge de Landsverordening Leges, Precariorechten en Retributies Curaçao 1992 verschuldigde gelden moeten bij vooruitbetaling worden voldaan aan de kassa van de UO-ROP;



- b. de [grootte/oppervlakte ea. uiterlijke kenmerken - voorwaarden] van de reclame-uiting [bord/opschrift, etc.]
- c. de reclame-uiting moet binnen 24 uur na het verstrijken van de periode, waarin de ontheffing geldt, verwijderd worden; [in geval van een tijdelijke ontheffing]
- d. de ontheffing houder is gehouden de reclame-uiting te allen tijde in een onberispelijke staat te houden;
- e. bij het plaatsen/oprichten/bouwen of tot stand brengen in ruime zin van de reclame-uiting, dan wel het onderhoud ervan, dient men volgens de voorschriften cf. de Veiligheidslandsverordening PB 1958 nr. 14 te handelen alsook de nadere voorschriften en/of aanwijzingen van de arbeidsinspecteur op te volgen;

Het plaatselijk hoofd van de politie kan te allen tijde in het belang van de openbare orde en veiligheid van het verkeer de ontheffing houder gelasten de reclame-uiting te verwijderen.

Het plaatselijk hoofd van politie kan te allen tijde in het belang van de openbare orde en veiligheid van het verkeer aanvullende voorwaarden met betrekking tot de ontheffing stellen die onmiddellijk opgevolgd moeten worden.

De ontheffing moet op de eerste vordering van de daartoe bevoegde ambtenaren ter inzage worden afgegeven.

De ontheffing houder wordt geacht zonder ontheffing te hebben gehandeld indien hij de voorwaarden verbonden aan deze ontheffing niet nakomt.

Indien de ontheffinghouder de ontheffing wenst in te trekken, dient hij binnen 24 uur de directeur van UO-ROP hierover schriftelijk te informeren.

De overheid zal op geen enkele wijze aansprakelijk gesteld kunnen worden voor enig nadeel voortvloeiende uit het gebruik van deze ontheffing.

De Minister van VVRP,

Belanghebbenden kunnen tegen deze beschikking o.g.v. art. 56, eerste lid van de LAR binnen 6 weken na de dag waarop deze beschikking is uitgereikt bezwaar indien bij het Bestuurscollege. Belanghebbenden kunnen eveneens o.g.v art. 16, eerste lid van de LAR al dan niet na de procedure van art. 56 te hebben doorlopen, binnen 6 weken dan de dag waarop de bovengenoemde beschikking is gegeven beroep aantekenen bij het Gerecht in Eerste Aanleg.

## Ministerie van Verkeer, Vervoer en Ruimtelijke Planning

**Vergunning**

no. ....-2016

## Gelezen:

- het verzoekschrift dd....
- gelezen het advies van de Uitvoeringsorganisatie Ruimtelijke Ontwikkeling en Planning dd.....

## Gelet op:

- artikel 15 en 16 van de Landsverordening Openbare Orde (PB 2015 no. 31);
- artt. 20 sub c en d en 67 lid 1 onder q/r/s van de Landsverordening Leges, Precariorechten en Retributies Curaçao (A. B. 1992 no. 20);

**Besluit**

- I. met ingang van .... [tot en met igv. tijdelijke] ... vergunning te verlenen aan [(rechts)persoon];
- II. de vergunning wordt verleend voor het aanbrengen van een reclame-uiting met [tekst/opschrift/aankondiging “ ....” –evt. bijlage] aan het/de roerende goed(eren) gelegen op de volgende locaties:
  1. ....;
  2. ....;
  3. ....;
- III. de vergunning te verlenen onder de navolgende voorwaarden:
  - a. de ingevolge de Landsverordening Leges, Precariorechten en Retributies Curaçao 1992 verschuldigde gelden moeten bij vooruitbetaling worden voldaan aan de kassa van de UOROP;
  - b. de [grootte/oppervlakte ea. uiterlijke kenmerken - voorwaarden] van de reclame-uiting [opschrift/spandoek, etc.];
  - c. de reclame-uiting moet binnen 24 uur na het verstrijken van de periode, waarin de vergunning geldt, verwijderd worden; [in geval van een tijdelijke vergunning]
  - d. de vergunninghouder is gehouden de reclame-uiting te allen tijde in een onberispelijke

staat te houden;

- a. bij het plaatsen/oprichten/bouwen of tot stand brengen in ruime zin van de reclame-uiting, dan wel het onderhoud ervan, dient men volgens de voorschriften cf. de Veiligheidslandsverordening PB 1958 nr. 14 te handelen alsook de nadere voorschriften en/of aanwijzingen van de arbeidsinspecteur op te volgen;

Het plaatselijk hoofd van de politie kan te allen tijde in het belang van de openbare orde en veiligheid van het verkeer de vergunninghouder gelasten de reclame-uiting te verwijderen.

Het plaatselijk hoofd van politie kan te allen tijde in het belang van de openbare orde en veiligheid van het verkeer aanvullende voorwaarden met betrekking tot de vergunning stellen die onmiddellijk opgevolgd moeten worden.

De vergunning moet op de eerste vordering van de daartoe bevoegde ambtenaren ter inzage worden afgegeven.

De vergunninghouder wordt geacht zonder vergunning te hebben gehandeld indien hij de voorwaarden verbonden aan deze vergunning niet nakomt.

Indien de vergunninghouder de vergunning wenst in te trekken, dient hij binnen 24 uur de directeur van UO-ROP hierover schriftelijk te informeren.

De overheid zal op geen enkele wijze aansprakelijk gesteld kunnen worden voor enig nadeel voortvloeiende uit het gebruik van deze vergunning.

De Minister van VVRP,

Belanghebbenden kunnen tegen deze beschikking o.g.v. art. 56, eerste lid van de LAR binnen 6 weken na de dag waarop deze beschikking is uitgereikt bezwaar indien bij het Bestuurscollege. Belanghebbenden kunnen eveneens o.g.v art. 16, eerste lid van de LAR al dan niet na de procedure van art. 56 te hebben doorlopen, binnen 6 weken dan de dag waarop de bovengenoemde beschikking is gegeven beroep aantekenen bij het Gerecht in Eerste Aanleg.

## Bijlage B - Reclame-categorieën

Om duidelijker te maken welke reclame-uiting bij welke categorie hoort, is onderstaande tabel toegevoegd.

Categorie	Reclame-uitingen die daaronder vallen zijn o.a.:
<p><b><u>Categorie 1</u></b> aan of op een gebouw (winkels, kantoren etc.)</p> <p><b><u>Categorie 2</u></b> aan of op een bouwwerk, geen gebouw zijnde</p> <p><b><u>Categorie 3</u></b> in een gebouw, voor zover zichtbaar vanaf de weg zijnde elementen van art. 16 LOO</p>	<p>a. <b>gevelreclame</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• borden</li><li>• lichtreclame</li><li>• belettering (=losse letters van enig materiaal op/tegen de gevel bevestigd)</li><li>• geveldoeken, spandoeken (=horizontaal gespannen, gehangen of bevestigd doek of reeks vlaggetjes) of banieren (=verticaal gespannen, gehangen of bevestigd doek of reeks vlaggetjes), vlaggen</li><li>• rolluiken</li><li>• luifels/zonweringen/markiezen</li><li>• posters, vlugschriften</li><li>• billboard</li><li>• geschilderde reclame op de gevel/muur</li></ul> <p>b. <b>vitries (verlicht, onverlicht)</b></p> <p>c. <b>vrije plakplaatsen</b></p>
<p><b><u>Categorie 4</u></b> een op zichzelf staand bouwwerk of werk op een terrein uitsluitend bedoeld voor reclame-uitingen</p>	<p>a. <b>reclamedrager</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• borden</li><li>• lichtreclame</li><li>• belettering</li><li>• doeken, spandoeken of banieren, vlaggen</li><li>• posters, vlugschriften</li><li>• reclamemast (=bouwwerk, 5 meter of hoger, met van binnenuit verlichte reclame-uiting (lichtbak)</li></ul> <p>b. <b>billboard</b></p> <p>c. <b>geschilderde reclame op de gevel/muur</b></p> <p>d. <b>vitries (verlicht, onverlicht)</b></p> <p>e. <b>panelen en MUPI's</b> (=Mobilier Urbain à Publicité Illuminé, een verlichte reclamezuil of dubbelzijdig reclamebord)</p> <p>f. <b>vrije plakzuil/plaats</b></p> <p>g. <b>luchtreclame stationair</b></p> <p>h. <b>reclameborden bij sportterreinen</b></p>

Categorie	Reclame-uitingen die daaronder vallen zijn o.a.:
<p><b>Categorie 5</b>  <b>artefact, geen (bouw) werk zijnde, dat geplaatst wordt in, op, aan of over de openbare weg met reclame zijnde elementen van art. 15 LOO</b></p>	<p>a. <b>buitenreclame</b> (=in de openbare ruimte, niet zijnde gevel- of dakreclame) op zich zelf staand/geplaatst</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• borden met geverfde reclame</li> <li>• borden met aangeplakte reclame</li> <li>• driehoeks- en sandwichborden</li> <li>• reclamestand op straat</li> <li>• plakkatens</li> <li>• vlaggen</li> <li>• uitstalling van koopwaar</li> </ul> <p>b. <b>spandoeken/banieren</b> tussen gebouwen/bouwwerken en/of straatmeubilair en/of onderling tussen een van deze drie</p> <p>c. reclame-uitingen bevestigd op /aan /bij <b>straatmeubilair</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• borden</li> <li>• vlaggen, vaandels</li> <li>• posters, stickers</li> <li>• opschriften/belettering/ verf</li> <li>• spandoeken/banieren</li> <li>• lichtmastreclame: verlichte en onverlichte reclamepanelen bevestigd aan lichtmasten, dus ook de 2-zijdige vaste frames om lichtmasten, de citydisplays</li> <li>• (licht)reclame opabri's</li> </ul> <p>d. reclame-uitingen op <b>artefacten</b>, behorende bij particuliere bedrijven dan wel woningen, niet zijnde straatmeubilair:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• drooglopen, getimmerten, schuttingen</li> <li>• parasols</li> <li>• vuilnisbakken</li> <li>• bankjes en meubilair</li> </ul> <p>e. <b>wildplakken</b> op straat- en verkeersmeubilair</p> <p>f. <b>mobiele reclame</b> (=reclame-uitingen op specifiek voor dat doel uitgeruste reclamevoertuigen: het plakken van stickers op het voertuig; het plaatsen van borden, verlichting, lichtbakken, neonletters op of aan het voertuig; schilderen/spuiten van opschriften op het voertuig of het plaatsen van achterraitreclame of audiovisuele vertoningen)</p> <p>g. <b>varende reclame</b></p>

Hieronder volgen enkele illustraties ter verduidelijking:



Figuur 4 Gevelreclame - Billboard en lichtreclame



Figuur 5 Gevelreclame – Belettering



Figuur 6 Gevelreclame op zonwering



Figuur 7 Vrije plakplaats (Bron: Wikipedia)



Figuur 8 Mobile reclame (Bron: Wikipedia)



Figuur 9 Varende reclame (Bron: Wikipedia)



Figuur 10 MUPI (Bron: Wikipedia)



Figuur 11 Luchtreclame (Bron: Wikipedia)



Figuur 12 Reclame op artefact (schutting)



Figuur 13 Banieren

## ***Bijlage C - Modelformulier voor in- en navordering (achterstallige) precariorechten***

2016/.....

MINISTERIE van Verkeer, Vervoer en Ruimtelijke Planning  
Uitvoeringsorganisatie Ruimtelijke Ontwikkeling en Planning

### **Vordering**

no. ....-2016

Datum: .././..

Gelet op:

- artikel 15 of 16 van de Landsverordening Openbare Orde (PB 2015 no. 31);
- artt. 20 sub c/d, 60 lid 1 sub b, 67 lid 1 onder q/r/s en 68 en overige relevante bepalingen van de Eilandsverordening Leges, Precariorechten en Retributies Curaçao (A. B. 1992 no. 20);

Wordt aan [gegevens vergunning- of ontheffingshouder/degene die heeft aangebracht /in stand gehouden/of gedoogd]:

- Naam bedrijf of instelling (tevens statutaire naam)
- Indien juridische rechtspersoonlijkheid, Kamer van Koophandel nummer
- Contactpersoon: naam, voorletters
- Adres
- Telefoon- en faxnummer, mobiel nummer

Vanwege de navolgende reclame-uiting(en) [gegevens reclame-uiting(en)]:

- cat. 1 aan of op een gebouw (winkels, kantoren etc.), zijnde .....
- cat. 2 aan of op een bouwwerk, geen gebouw zijnde, zijnde .....
- cat. 3 in een gebouw, voor zover zichtbaar vanaf de openbare weg, zijnde .....
- cat. 4 een op zichzelf staand bouwwerk of werk uitsluitend bedoeld voor reclame-uitingen, zijnde .....
- cat. 5 op een artefact, geen (bouw)werk zijnde, dat geplaatst wordt in, op, aan of over de openbare weg, zijnde .....

zijnde op de volgende locatie(s) aan het/de onroerende goed(eren) gelegen te:

1. ....;





2. ....;

3. ....;

Opgelegd de navolgende achterstallige precariorechten:

- de daar geplaatste pilaren, zuilen, palen of masten, en gerekend over een periode van [aantal] maanden, hetgeen in het onderhavige geval neerkomt op NAf. [bedrag per stuk en per maand NAf. 3,-];
- de daar geplaatste lichtreclames, lichtbakken, lantaarns, schijnwerpers, uithangborden, uithangtekens, uitstalkasten, borden platen, letters en dergelijke voorwerpen gebezigd voor het maken van reclame voor onbepaalde tijd, en gerekend over een periode van [aantal] jaar, hetgeen in het onderhavige geval neerkomt op NAf. [bedrag per 0,50 m<sup>2</sup> of per halve strekkende meter en per jaar NAf. 15,-];
- dit bedrag à NAf. [bedrag] wordt vermeerderd met het bedrag der grondbelasting wegens gebouwde eigendommen op overheidsgrond cf. art. 68, zijnde NAf. [bedrag grondbelasting];

Men dient cf. art. 63 lid 2 het volledige eindbedrag à NAf. [bedrag] binnen 14 dagen te betalen van de kassa van de UO-ROP in de ochtenduren van 7.45 – 11.30 onder overhandiging van dit ingevulde en ondertekende formulier.