

**Kancelaria Prezydenta RP**

**Biuro Projektów Programowych**

ul. Wiejska 10

00-902 Warszawa

**UWAGI**

**do projektu ustawy o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu.**

Działając w imieniu i na rzecz spółki Braughman Group Media Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w Warszawie, działającej na rynku reklamy, w związku z prowadzonymi konsultacjami społecznymi dotyczącymi projektu ustawy o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (zwany dalej „Projekt zmian”), wskazuję co poniżej.

W ocenie Spółki proponowane zmiany stanowią powielenie już istniejących rozwiązań prawnych, w konsekwencji czego są zbędne.

W obecnie Spółki, w obowiązującym porządku prawnym organy posiadają narzędzia kształtowania przestrzeni publicznej tj. możliwość uchwalania miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, którego jednak nie wykorzystują. Proponowane zmiany niosą ryzyko obchodzenia przepisów procedury zmian miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, poprzez wprowadzenie regulacji, wskazującej na zastosowanie na danym terenie postanowień bardziej restrykcyjnych, od już obowiązujących.

Projektowane zmiany uprawniające Radę Gminy do ustalania i nakładania opłat za umieszczanie reklam bez względu na to do kogo dana nieruchomości należy, godzi w prawo własności. Powyższe stwarza łatwe źródło dochodu dla Gminy i rodzi ryzyko nadużywania regulacji. Podkreślić należy, iż proponowane regulacje dotyczące podmiotów na które będzie nakładany obowiązek uiszczania opłaty za umieszczanie reklam, nie zawierają postanowień regulujących przesłanki od spełnienia których zależne będzie nałożenie opłaty na dany podmiot, co rodzi niebezpieczeństwo nakładania obowiązku z tego samego tytułu na różne podmioty. Budzi również wątpliwości regulacja umożliwiająca pobierania opłat od reklam bez względu na uiszczany podatek od nieruchomości - podwójne opodatkowanie.

Ponadto, Rada Gminy uzyska kompetencje do podejmowania władczych rozstrzygnięć w przedmiocie kwalifikacji nośników reklamowych - co godzi w konstytucyjną zasadę równości.

Kolejnym czynnikiem korupcjogennym jest wprowadzenie proponowanych zmian w zakresie umożliwiania posadowienia w pasie drogowym reklam jedynie w oparciu o umowy dzierżawy/najmu wyłaniane w drodze procedury przetargowej

Projekt zmian proponuje wprowadzenie pojęć niedookreślonych, co wiąże się z ryzykiem podejmowania dowolnych rozstrzygnięć przez organy. Proponowane zmiany wprowadzają definicję pojęć urządzeń, które są tożsame (reklama, nośnik reklamy, tablica reklamowa, urządzenie reklamowe) - w projekcie jak i uzasadnieniu do niego brak wyjaśnienia czemu takie rozgraniczenie ma służyć.

W ocenie Spółki, projekt zmian w żaden sposób nie rozwiązuje problemów interpretacyjnych, które pojawiają się obecnie między innymi na tle takich pojęć jak budowla definiowanych w ustawie Prawo budowlane.

Poza powyższym, zwrócić należy uwagę na wpływ proponowanych zmian na rynek pracy. Zwiększenie kosztów świadczenia usług reklamowych (poprzez nałożenie dodatkowych opłat) spowoduje ograniczenie kampanii reklamowych, a często wycofanie się z inwestycji, co z kolei pozbawi lub znacznie ograniczy źródło utrzymania dla podmiotów współpracujących z firmami reklamowymi - firmy alpinistyczne, agencje kreatywne, drukarnie, firmy produkujące urządzenia itp.).

Mając na uwadze powyższe, wnoszę o rozważenie powyższych uwag podczas prowadzonych prac legislacyjnych nad projektowanymi zmianami.

Z poważaniem,



*Łukasz Fabisiak*

**Braughman Group Media Sp. z o.o. Sp.k.**

00-526 Warszawa, ul. Krucza 16/22  
tel.: 22 578 26 20 fax: 22 578 26 25  
Regon: 142246662, NIP: 701-021-72-42  
[www.braughman.com](http://www.braughman.com)