

**From:** Dominik Morawski [<mailto:d.morawski@pconcept.pl>]  
**Sent:** Thursday, June 20, 2013 10:40 PM  
**To:** Stanowisko informacyjne w BLO  
**Subject:** dotyczy projektu ustawy o ochronie krajobrazu

**Sz. P. Bronisław Komorowski,**

**Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej**

**Szanowny Panie Prezydencie!**

W związku z przygotowanym przez Pana projektem ustawy o ochronie krajobrazu, chcielibyśmy dołączyć swoją opinię i wyrazić sprzeciw zwłaszcza wobec zapisu dotyczącego opłaty za reklamy. W czasach kryzysu obciążanie małych i średnich przedsiębiorstw dodatkowym podatkiem, godzi znacząco nie tylko w ich interesy. Dotychczasowi Klienci zrezygnują z reklamy wielkoformatowej - odbije się to echem na polskiej gospodarce, która czerpie ogromne korzyści z tej napędzającej konsumpcję formy reklamy. Nowy podatek uderzy we wszystkie branże życia gospodarczego w Polsce.

Eksperymentowanie poprzez wprowadzanie nowych regulacji mogących pogorszyć sytuację gospodarczą w Polsce w dobie kryzysu wydają się nieco nierozsądne.

Paradoksalnie rezygnacja z reklam wielkoformatowych spowoduje faktyczne oszpecenie krajobrazu, bowiem przekształci się w inne, mniejsze, zwielokrotnione formy (które są tańsze, ale by dorównać zasięgowi reklamy wielkoformatowej będzie musiało być ich znacznie więcej).

W efekcie czego będziemy świadkami wysypu szpecących form reklamowych (takich jak wlepki, ulotki, plakaty, billboardy czy naklejki - znacznie tańsze niż tradycyjna reklama, której koszty będą zbyt duże).

Podatek „odbierze” pieniądze także właścicielom kamienic, którzy dzięki tym działaniom reklamowym dofinansowują remonty elewacji.

Jako agencja reklamowa, na co dzień stykamy się z projektami reklam wielkoformatowych z całej Polski. Widzimy jak dopracowywany jest każdy szczegół projektu takiej reklamy - reklamodawcom zależy by były one w odbiorze niezwykle prestiżowe, a więc bardzo dbają o ich estetykę. Dzięki temu tego typu reklamy nie tylko w naszym odczuciu są nieszkodliwe, jak to często sugerują niektóre koncerny mediowe specjalizujące się w sprzedaży powierzchni billboardowych i którym potencjalnie zależy na zlikwidowaniu tej formy reklamy i przeniesieniu budżetów reklamowych na własne billboardy.

Obawę też budzi wielka swoboda w określaniu wysokości opłat przez Rady Gmin i Samorządy co nie tylko może prowadzić do dyskryminacji niektórych podmiotów gospodarczych w branży reklamowej ale również wykorzystanie tej ustawy w celu osiągnięcia dodatkowych dochodów przez gminy a nie ochronie krajobrazu i przestrzeni publicznej co jest celem nadrzędnym proponowanej ustawy.

Prosimy o rozważenie naszej opinii, która rzuca światło na pewne aspekty, które mogły nie zostać uwzględnione przy planowaniu ustawy.

Z poważaniem,  
Dominik Morawski  
Outdoor Advertising  
[d.morawski@pconcept.pl](mailto:d.morawski@pconcept.pl)

