

Wrocław, 19.06.2013r.

Stowarzyszenie Re:kreatywa  
Ul. Rуска 46c/5  
50-079 Wrocław

**Sz.P.**

**Bronisław Komorowski - Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej**  
**Kancelaria Prezydenta RP**  
ul. Wiejska 10, 00-902 Warszawa

### **UWAGI DO PROJEKTU ZMIAN USTAW**

Zaniepokojeni lekturą projektu ustawy o zamianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu oraz treścią uzasadnienia do ww. projektu, pragniemy zgłosić swoje zastrzeżenia.

W naszej ocenie, proponowane zmiany:

- a) naruszają prawo własności - nałożenie obowiązku uiszczania dodatkowych opłat od nieruchomości stanowiących prywatną własność,
- b) niosą zagrożenie podwójnego opodatkowania - konieczność uiszczenia dodatkowych opłat obok podatku od nieruchomości,
- c) powodują ograniczenie źródeł finansowania remontów - wycofywanie się ze współpracy firm reklamowych z uwagi na zwiększone koszty ekspozycji obrazów reklamowych,
- d) wprowadzają dyskryminację podmiotów branży reklamowej - przyznanie władczych kompetencji radom gmin do decydowania, które podmioty będą zwolnione od konieczności ponoszenia opłat,
- e) zróżnicowanie stawki podatku ze względu na rodzaj lub typ urządzenia reklamowego – kto miałby dokonywać oceny, która reklama powinna być droższa i ze względu na jakie przesłanki?
- f) stanowią powielenie już obowiązujących przepisów pozwalających na uchwalanie miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego,
- g) wprowadzając zapisy niedookreślone - rodzące ryzyko podejmowania władczych rozstrzygnięć przez organy, np.: Pojęcie „oszpecającym” brak definicji legalnej w żadnym z aktów prawnych obecnie obowiązujących w systemie prawa – pozostawienie przedmiotowego określenia urzędnikom jest na wskroś niesprawiedliwe gdyż dopuszcza

możliwość różnorakiego podchodzenia do identycznych spraw. Niedopuszczalne jest również, aby przepisy prawa o randze ustawowej były uregulowane w aktach niższego rzędu w szczególności w aktach prawa miejscowego. Pojęcie "szyld" nie posiada definicji legalnej, zawartej w akcie normatywnym. Obecnie termin ten jest używany dwojako, albo w znaczeniu niematerialnym albo w materialnym. Szyld w aspekcie niematerialnym jest synonimem godła, natomiast w znaczeniu materialnym wskazuje na zewnętrzną część lokalu, na którym jest umieszczona kategoria rozróżniająca przedsiębiorstwa, czyli firma, znak towarowy bądź też nazwa przedsiębiorstwa. Szyld jako synonim godła jest utożsamiany z nazwą zakładu, w którym jest prowadzona działalność gospodarcza. Może to być nie tylko symbol słowny, ale także symbol obrazowy, który wyróżnia określony zakład, lokal czy też jednostkę gospodarczą. Obowiązujące przepisy prawne nie określają zasad tworzenia szyldu i w związku z tym mogą być komponowane z różnych oznaczeń graficznych oraz słownych. Nazwa oraz szyld mogą być tożsame, co może się zdarzyć, gdy przedsiębiorca posiada przedsiębiorstwo jednozakładowe. Pozostawienie Radzie Gminy zdefiniowanie terminu szyld jest niezgodne z procesem legislacyjnym i może powodować rozróżnienie ze względu na miejsce, w którym taka definicja zostanie przez urzędników przyjęta. zasadniczym i, wbrew pozorom, bardzo istotnym wymogiem wobec wprowadzanych w życie przepisów prawnych jest ich formułowanie w taki sposób, by stan faktyczny czy prawny, z którym wiąże się obowiązek świadczenia podatkowego, był dostatecznie jasno i precyzyjnie określony. Wprowadzanie nowych norm, szczególnie takich, które nakładają na podatników większe obciążenia lub pozbawiają ich pewnych, wcześniej istniejących uprawnień, wymaga zastosowania przez ustawodawcę techniki przepisów przejściowych, albo co najmniej wystarczająco długiego okresu *vacatio legis*

- h) wprowadzają liczne rozwiązania, które mogą być wykorzystywane jako źródło dochodu przez Gminy, a nie jako instrumenty dla kształtowania ładu przestrzeni publicznej, stanowią zagrożenie dla rynku pracy - zwiększenie kosztów ekspozycji obrazów reklamowych, spowoduje ograniczenie działalności przez firmy reklamowe, co z kolei wpłynie na podmioty z nimi współpracujące, dla których często współpraca ta jest jedynym źródłem dochodu (drukarnie specjalizujące się wyłącznie w druku siatek reklamowych, domy mediowe itp.).
- i) Zapis w następującej formie „obiekt należy utrzymywać w należyтым stanie technicznym i estetycznym nie dopuszczając by obiekt oszpecał otoczenie” – skąd osoba prywatna ma wziąć pieniądze na remont kamienicy, skoro odbiera im się jakiegokolwiek możliwości zarobkowania na nieruchomości? Nie w każdej nieruchomości można wynająć miejsce

pod biura itp. Dla wielu właścicieli pieniądze z reklamy są jedynymi pozwalającymi utrzymać obiekt w należytym stanie. Ponadto ponownie pojawiają się liczne ogólne określenia, które nie posiadają definicji legalnej w obowiązującym systemie prawa pozostawiając to różnorodnej interpretacji przez urzędników.

- j) audyty krajobrazowe jakie będą instrukcje przy formułowaniu zaleceń odnośnie reklamy?
  - k) nie jest możliwa sensowna ocena projektu jeżeli jego głównym założeniem jest wprowadzenie opłaty, a brak jest wskazania w jakiej kwocie maksymalnej może ona zostać nałożona.
-