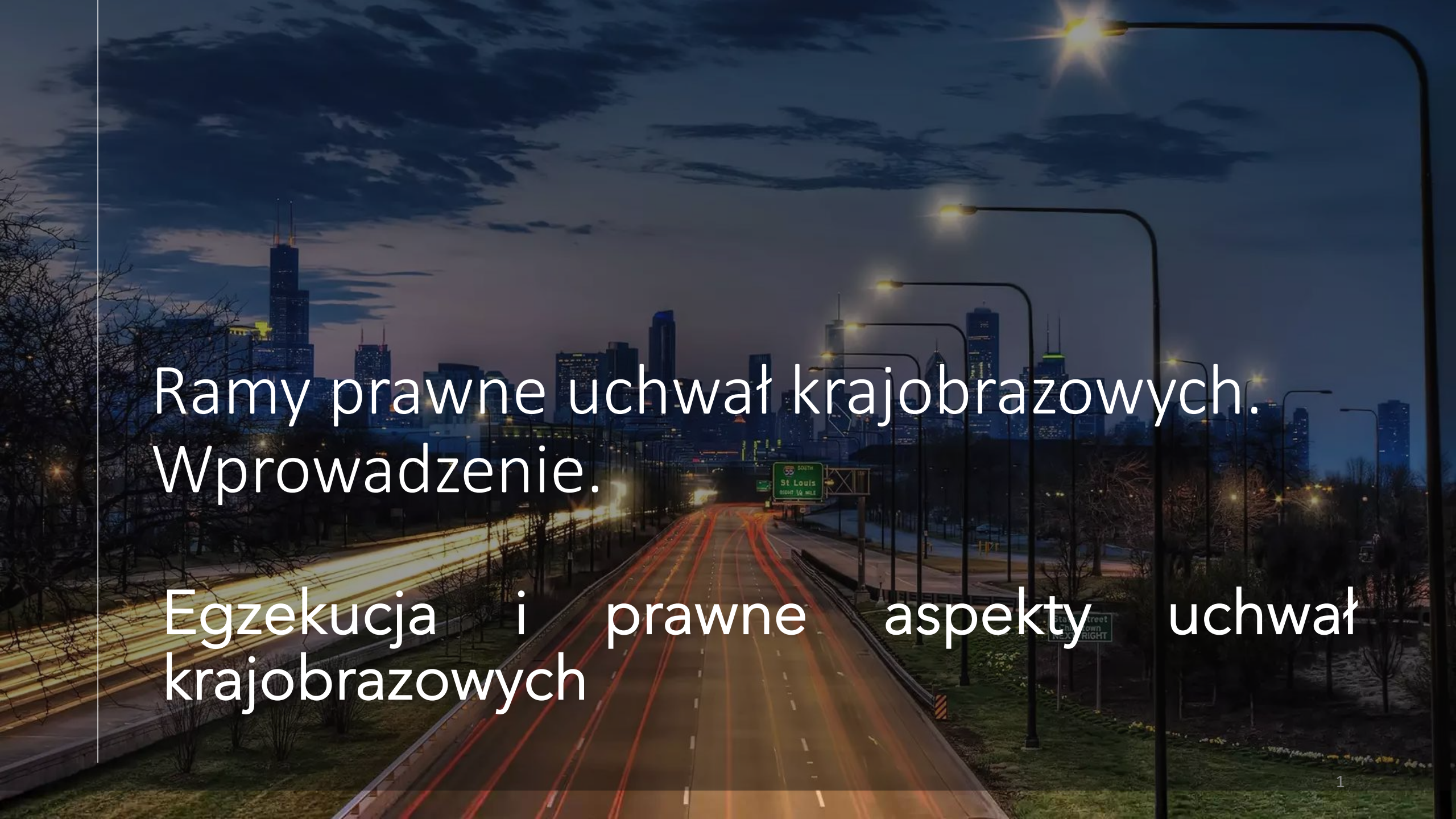


A long-exposure photograph of a multi-lane highway at night. The road is illuminated by streetlights, and the headlights and taillights of cars have created long, bright white and red light trails. In the background, a city skyline is visible under a dark, cloudy sky. The Chicago skyline, including the Willis Tower, is prominent on the left side of the image. A green highway sign for I-55 South towards St. Louis is visible in the distance.

Ramy prawne uchwał krajobrazowych. Wprowadzenie.

Egzekucja i prawne aspekty uchwał
 krajobrazowych



I. **„Wnioski z raportu Najwyższej Izby Kontroli „Zarządzanie Reklamą w Przestrzeni Publicznej”.**



II **„Ramy prawne uchwał krajobrazowych. Wprowadzenie”,** w tym:

- informacje czym jest uchwała krajobrazowa;
- zakres uchwały krajobrazowej;
- etapy tworzenia uchwały krajobrazowej;
- podstawy i kontrowersje prawne (w kontekście wyroku Trybunału Konstytucyjnego);
- proces legislacyjny.



III **„Egzekucja i prawne aspekty uchwał krajobrazowych”,** w tym:

- projekt uchwały, a możliwości egzekucyjne;
- opłata karna.

Wnioski z raportu Najwyższej Izby Kontroli „Zarządzanie Reklamą w Przestrzeni Publicznej”

Brak kompleksowych zasad zarządzania reklamą w przestrzeni miast

nie wypracowano i nie wdrożono kompleksowych koncepcji zarządzania reklamą w przestrzeni publicznej, które uwzględniałyby: zasady weryfikacji legalności reklam na terenie całego miasta, sposoby przeciwdziałania nielegalnemu wykorzystaniu mienia komunalnego na cele reklamowe, gospodarowania posiadaną powierzchnią reklamową i współpracy pomiędzy komórkami urzędu miasta i miejskimi jednostkami organizacyjnymi

Nie w pełni skuteczne wdrożenie uchwał krajobrazowych

przyjęte w uchwałach krajobrazowych zasady nie zawsze były rzetelnie przestrzegane w działalności właściwych komórek urzędów i jednostek miejskich (np. błędna praktyka w zakresie ustalania opłat za umieszczenie reklamy w pasie drogowym, niedochodzenie kar za reklamy niespełniające wymogów uchwały krajobrazowej)

Negatywna ocena nieegzekwowania zasad określonych w uchwale krajobrazowej

Nie wykonywanie postanowień uchwały krajobrazowej lub nie przyjęcie uchwał krajobrazowych pomimo nawet siedmiu lat pracy nad projektami

Nieprzypisanie odpowiedzialności komórkom organizacyjnym urzędu i jednostkom miejskim

zadania związane z reklamami nie były wyodrębnione jako oddzielne i realizowano je jako jeden z elementów ogólnego zakresu zadań poszczególnych komórek.

Wnioski z raportu Najwyższej Izby Kontroli „Zarządzanie Reklamą w Przestrzeni Publicznej”

Brak bieżącej inwentaryzacji reklam w przestrzeni publicznej w miastach

Tylko w jednej gminie (1 z 5) przeprowadzono inwentaryzację przestrzeni miejskiej w zakresie reklam, w celu wykorzystania jej wyników przy projektowaniu rozwiązań prawnych i organizacyjnych. W efekcie utworzono (za pomocą narzędzi informatycznych) stale aktualizowaną bazę reklam na terenie miasta.

Brak nadzoru nad reklamami na nieruchomościach komunalnych i Skarbu Państwa

Tylko w jednym urzędzie przeprowadzano kontrole pod kątem wykorzystania nieruchomości komunalnych i Skarbu Państwa na cele reklamowe

Udostępnianie pasa drogowego lub infrastruktury komunalnej w sposób dowolny

Jedynie w dwóch zarządach dróg (2 z 5) wiaty przystankowe i słupy reklamowe lub grunty w pasie drogowym pod ww. nośniki udostępniane były podmiotom zewnętrznym na podstawie umów zawartych w wyniku przeprowadzenia postępowań o charakterze konkurencyjnym.

Dowolność postępowania przy wydawaniu decyzji zezwalającej na umieszczenie reklam w pasie drogowym

decyzje zezwalające na umieszczenie reklamy w pasie drogowym wydawano na podstawie wniosków, które nie zawierały wymaganych załączników i nie wzywano też wnioskodawców do ich uzupełnienia

Wnioski z raportu Najwyższej Izby Kontroli „Zarządzanie Reklamą w Przestrzeni Publicznej”

Nieprawidłowe ustalanie wysokości opłaty za umieszczenie reklamy w pasie drogowym

Nieprawidłowo ustalano wysokość opłaty za zajęcie pasa drogowego w celu umieszczenia reklamy. Do wyliczenia przyjmowano mniejszą wartość powierzchni reklamy (wyłącznie część ekspozycyjną), z pominięciem elementów konstrukcyjnych i zamocowań. W żadnej z czterech jednostek nie przeprowadzono audytów i kontroli wewnętrznych i zewnętrznych w zakresie weryfikacji realizacji zadań przez zarząd w ramach zarządzania reklamą w przestrzeni publicznej

Brak procedur monitorowania pasa drogowego

Brak pisemnych zasad monitorowania pasa drogowego, obejmujących m.in. procedurę ujawniania przypadków samowolnego zajęcia pasa drogowego, kontroli zgodności zajęcia pasa drogowego z wydanymi decyzjami oraz okresowych objazdów drogowych

Niewystarczający nadzór nad legalnością reklam w pasie drogowym

działania zarządów dróg nie zapobiegały samowolnemu umieszczaniu nośników w pasie drogowym

Opieszale prace nad projektami uchwał krajobrazowych

Bardzo długi czas od podjęcia uchwał intencyjnych do podjęcia uchwał krajobrazowych

II. Ramy prawne uchwał krajobrazowych. Wprowadzenie

Podstawą przyjęcia uchwały krajobrazowej są przepisy ustawy z 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym oraz ustawy z 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, w szczególności art. 37a ust. 1 oraz art. 37b ust. 6.

Podstawą wprowadzenia na terenie gminy opłaty reklamowej jest art. 17a ustawy z 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych.



Czym jest uchwała krajobrazowa?

Pełna nazwa:

uchwała w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń.

Uchwała ma na celu:

- **uporządkowanie przestrzeni publicznej** – poprzez ograniczenie chaosu reklamowego (tzw. "reklamozy"),
- **ochronę krajobrazu kulturowego i przyrodniczego,**
- **ustanowienie jednolitych standardów** dla reklam, ogrodzeń i elementów małej architektury,
- **zapewnienie estetyki i funkcjonalności przestrzeni miejskiej.**

Zakres uchwały krajobrazowej

Obszar obowiązywania:

Gmina może podzielić swój obszar na różne **strefy krajobrazowe**, np. starówka, obszar chroniony, osiedla mieszkaniowe.

W każdej strefie mogą obowiązywać inne zasady dla reklam, ogrodzeń i małej architektury

Zasady sytuowania reklam:

Uchwała może określać:

- **Lokalizacje dozwolone i zakazane** (np. zakaz w parkach, na dachach, przy zabytkach),
- **Typy dozwolonych reklam** (np. szyldy, słupy ogłoszeniowe, billboardy, ekrany LED),
- **Minimalne odległości** od skrzyżowań, przystanków, szkół itd.

Wygląd i forma reklam:

Uchwała może ustalać:

- **Maksymalne wymiary** (wysokość, szerokość, powierzchnia),
- **Kolorystykę i styl** dostosowany do otoczenia (np. elewacji budynków zabytkowych),
- **Zakaz ruchomych elementów**, błysków, agresywnych animacji,
- **Zasady oświetlenia** – np. zakaz świecenia w nocy.

Ustawa - kompendium

szyld - tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe informująca o działalności **prowadzonej na nieruchomości**, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują

reklama - upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne

Uchwała **może** przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy określając w sposób jednoznaczny granice tych obszarów. W takich przypadku uchwała zawiera część graficzną określającą granice obszarów.

W uchwale określa się warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych, nie krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały.

W odniesieniu do szyldów w uchwale określa się zasady i warunki ich sytuowania, gabaryty oraz liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność

Zakres uchwały krajobrazowej

W uchwale krajobrazowej, jako jedne z elementów obligatoryjnych, powinny znaleźć się przepisy sankcjonujące naruszanie postanowień uchwały.

Zgodnie z art. 37d ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, powinny one uwzględniać nałożenie kary pieniężnej na podmiot, który umieścił tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe niezgodne z przepisami uchwały, a jeżeli nie można ustalić tego podmiotu, karę pieniężną wymierza się odpowiednio właścicielowi, użytkownikowi wieczystemu lub posiadaczowi samoistnemu nieruchomości lub obiektu budowlanego, na których umieszczono tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe.

- ✓ Kara wymierzana jest w drodze decyzji wójta (burmistrza, prezydenta miasta).
- ✓ Wymierza się ją od dnia, w którym organ wszczął postępowanie w sprawie, do dnia dostosowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego do przepisów uchwały, albo usunięcia tablicy lub urządzenia z wyznaczonego miejsca.

Etapy tworzenia uchwały krajobrazowej

Podjęcie uchwały o przystąpieniu do sporządzenia uchwały krajobrazowej

- Rada gminy/miasta podejmuje formalną uchwałę o zamiarze przygotowania uchwały krajobrazowej.
- Wyznaczane są granice obszaru objętego projektowaną uchwałą.



Analizy krajobrazowe i inwentaryzacja przestrzeni

Wykonywana jest szczegółowa **inwentaryzacja reklam, ogrodzeń i obiektów małej architektury**.

Oceniany jest stan estetyczny przestrzeni i wpływ reklam na ład przestrzenny.

Wykonywane są **analizy wizualne, historyczne, przyrodnicze i kulturowe**.



Sporządzenie projektu uchwały

Na podstawie analiz opracowywany jest projekt uchwały zawierający:

- podział na strefy krajobrazowe,
- szczegółowe zasady sytuowania reklam, ogrodzeń i małej architektury,
- ewentualne opłaty reklamowe

Etapy tworzenia uchwały krajobrazowej

Konsultacje społeczne i opinie

Projekt uchwały jest **wyłożony do publicznego wglądu** na minimum 21 dni.

Mieszkańcy mogą składać uwagi i wnioski.

Zasięga się opinii m.in. wojewódzkiego konserwatora zabytków, urzędu wojewódzkiego, organizacji społecznych, urbanistycznych i gospodarczych.



Uwzględnianie uwag i modyfikacja projektu

Władze analizują uwagi i mogą wprowadzić zmiany do projektu uchwały.

Przygotowywana jest ostateczna wersja dokumentu.



Przyjęcie uchwały przez radę gminy/miasta

Rada podejmuje głosowanie nad uchwałą. Uchwała staje się aktem prawa miejscowego.



Vacatio legis – wejście w życie

Uchwała może wejść w życie po 30 dniach od publikacji (prawo miejscowe), ale przepisy mogą określić **okres przejściowy** (nie krótszy niż 12 miesięcy od wejścia w życie uchwały) dla dostosowania się do nowych zasad.

Podstawy i kontrowersje prawne - w kontekście wyroku Trybunału Konstytucyjnego

*„Art. 37a ust. 9 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2023 r. poz. 977, ze zm.) **w zakresie, w jakim przewiduje obowiązek określenia w uchwale, o której mowa w art. 37a ust. 1 powołanej ustawy, warunków i terminu dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie, wzniesionych na podstawie zgody budowlanej, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów określonych w tej uchwale, bez zapewnienia ustawowych podstaw i trybu dochodzenia odszkodowania przez podmioty, które są zobowiązane do ich usunięcia, jest niezgodny** z art. 21 w związku z art. 2 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej.”*

Wnioski:

1. Wyrok dotyczy tablic i urządzeń wzniesionych na podstawie zgody budowlanej.
2. Nie dotyczy pozostałych tablic/urządzeń.
3. Czy uchwały krajobrazowe mogą być nadal podejmowane?
4. Brak ustalenia w przepisach zasad określania wysokości odszkodowania.
5. Kto ma wypłacać odszkodowanie.



Proces legislacyjny

1. Uchwała intencyjna – ws. przystąpienia do opracowania projektu uchwały;
2. Wójt (burmistrz, prezydent miasta) niezwłocznie:
 - ogłasza o podjęciu uchwały o przystąpieniu do sporządzania projektu uchwały;
 - sporządza projekt uchwały;
 - zasięga opinii regionalnego dyrektora ochrony środowiska o projekcie uchwały;
 - uzgadnia projekt uchwały z wojewódzkim konserwatorem zabytków;
 - uzgadnia projekt uchwały z ministrem właściwym do spraw zdrowia w zakresie zagospodarowania obszarów ochrony uzdrowiskowej;
 - zasięga opinii właściwego organu Państwowej Straży Pożarnej;
 - zasięga opinii marszałka województwa;
 - wprowadza zmiany, wynikające uzyskanych opinii i dokonanych uzgodnień;
 - ogłasza rozpoczęcie konsultacji społecznych;
 - przeprowadza konsultacje społeczne, a następnie wprowadza zmiany do projektu uchwały i powtarza czynności uzgodnień;
 - przedstawia radzie gminy projekt uchwały.



Uchwała opłatowa

- Po wprowadzeniu uchwały reklamowej samorząd może podjąć decyzję o wprowadzeniu obowiązku wnoszenia opłaty reklamowej od umieszczonych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych.
- Jest to uprawnienie, nie obowiązek. O wprowadzeniu opłaty decyduje rada stosowną uchwałą.
- Opłata może być pobierana tylko na obszarach, na których obowiązują zasady i warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych.
- Opłata składa się z części stałej oraz zmiennej. Wysokość obu części ustalana jest w uchwale.
- Część zmienna zależna jest od powierzchni urządzenia reklamowego lub tablicy reklamowej, natomiast stała określana jest w sposób zryczałtowany.

Projekt uchwały, a możliwości egzekucyjne:

Projekt uchwały krajobrazowej – czyli wstępna, robocza wersja przygotowywanego aktu prawa miejscowego – **ma istotne znaczenie dla późniejszej możliwości skutecznej egzekucji jej postanowień.**

Jako dokument planistyczny, musi być precyzyjny, spójny i zgodny z obowiązującym prawem.

Jeśli **projekt uchwały zawiera niejasne, nieprecyzyjne lub niejednoznaczne zapisy**, to uchwała może być później **trudna do egzekwowania** – np. właściciele reklam mogą podważać interpretację przepisów.

Zbyt ogólne definicje (np. czym jest „reklama o charakterze informacyjnym” lub „element dominujący wizualnie”) prowadzą do **sporów prawnych i uchylecia decyzji administracyjnych.**

Egzekucja i prawne aspekty uchwał krajobrazowych

Jeżeli projekt narusza prawa właścicieli (np. ogranicza w nadmierny sposób możliwość korzystania z nieruchomości), istnieje **ryzyko zakwestionowania uchwały przez sąd administracyjny**.

Uchwała oparta na błędnym projekcie może zostać **unieważniona przez wojewodę** jako nadzór prawny – co przekreśla możliwość egzekwowania jej przepisów.

Brak **rzetelnej inwentaryzacji** i analizy krajobrazowej w projekcie może prowadzić do oskarżeń o **arbitralność przepisów**, co osłabia legitymizację uchwały.

Dlatego kluczowe jest, aby projekt był: precyzyjny, oparty na analizie, zgodny z prawem, konsultowany społecznie.

Kara pieniężna – ustawowe zasady ogólne

Podmiot, który umieścił tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe niezgodne z przepisami uchwały reklamowej, podlega karze pieniężnej.

Jeżeli nie jest możliwe ustalenie podmiotu, który umieścił tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, karę pieniężną wymierza się odpowiednio:

- właścicielowi,
- użytkownikowi wieczystemu lub
- posiadaczowi samoistnemu nieruchomości lub obiektu budowlanego, na których umieszczono tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe.

Karę pieniężną wymierza się od dnia, w którym organ wszczął postępowanie w sprawie, do dnia dostosowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego do przepisów uchwały reklamowej albo usunięcia tablicy lub urządzenia.

Karę pieniężną wymierza, w drodze decyzji, **wójt** (burmistrz, prezydent miasta).

Obowiązek dostosowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego albo usunięcia tablicy lub urządzenia, określony w decyzji, podlega natychmiastowemu wykonaniu.

Ustawa o p.z.p. wskazuje, że w sprawach nieuregulowanych, dotyczących kar pieniężnych, zastosowanie mają przepisy ordynacji podatkowej.

Oznacza to, że przepisy te będą miały zastosowanie do terminów, odsetek i zaległości oraz ulg i przedawnień a także te, dotyczące nadpłaty oraz odpowiedzialności solidarnej i odpowiedzialności następców prawnych oraz osób trzecich.

Zgodnie z art. 2 pkt. 16b oraz 16c ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi są zarówno przedmioty materialne **służące** ekspozycji reklamy, jak i te **przeznaczone** do ekspozycji reklamy.

Opłacie podlegają tylko celowo umieszczone tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, czyli takie, które ulokowano w miejscu widocznym dla potencjalnego odbiorcy reklamy, np. na budynku, na murze, na słupie, na drzewie, nad ulicą.

Kara pieniężna - wysokość

Z UCHWAŁĄ OPŁATOWĄ

Wysokość kary pieniężnej ustala się jako **iloczyn pola powierzchni** tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego służącej ekspozycji reklamy, **wyrażonej w metrach kwadratowych oraz 40-krotności uchwalonej przez radę gminy stawki części zmiennej opłaty reklamowej, powiększony o 40-krotność uchwalonej przez radę gminy stawki części stałej tej opłaty, za każdy dzień niezgodności** tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego z przepisami uchwały reklamowej.

BEZ OBOWIĄZYWANIA UCHWAŁY OPŁATOWEJ

Jeżeli rada gminy **nie określiła wysokości stawek** opłaty reklamowej, wysokość kary pieniężnej ustala się jako **iloczyn pola powierzchni tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego służącej ekspozycji reklamy, wyrażonej w metrach kwadratowych oraz 40-krotności maksymalnej stawki części zmiennej opłaty reklamowej, o której mowa w art. 19 pkt 1 lit. h ustawy o podatkach i opłatach lokalnych, powiększony o 40-krotność maksymalnej stawki części stałej opłaty reklamowej, o której mowa w art. 19 pkt. 1 lit. g tej ustawy, za każdy dzień niezgodności** tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego z przepisami uchwały reklamowej.

Obliczanie wysokości kary

Konieczna jest dokładność w wymiarach! Cytat z Wyroku sądu:

„W trakcie oględzin organ ustalił, że tablice reklamowe mają wymiary I reklamy to 4,294 m x 2,283 m-powierzchnia 9,80 m²; II reklamy to 4,278 m x 2,281 m-powierzchnia 9,76 m²; III reklamy to 4,290 m x 2,280 m-powierzchnia 9,78 m²; IV reklamy to 4,287 m x 2,296 m-powierzchnia 9,84 m²; V reklamy to 4,288 m x 2,291m powierzchnia 9,82 m²; łączna powierzchnia 49,00 m².”

„Wzór” na obliczenie wysokości kary

$$((\text{liczba m}^2 \text{ reklamy} \times 40 \times \text{stawka części zmiennej opłaty reklamowej}) + (40 \times \text{stawka części stałej opłaty reklamowej})) \times \text{liczba dni niezgodności tablicy z prawem}$$

Dane przykładowe:

Czas umieszczenia – 30 dni

Wymiary: 2x2m

Stawki max z ustawy:

Część stała – 3,14 zł / dzień

Część zmienna – 0,28 zł /m/ dzień

$$(4 \times 40 \times 0,28) + (40 \times 3,14) \times 30$$
$$(44,8 + 125,6) \times 30 = \mathbf{5.112 \text{ zł}}$$

Funkcje kary

Kary mają dyscyplinować w stosowaniu postanowień uchwały reklamowej

Poprawa ładu przestrzennego
(czyszczenie krajobrazu)

Dodatkowe dochody do budżetu
(pośrednia funkcja kary)

Zastosowanie okresu przejściowego wskazuje, że kary nie są celem wiodącym ustawodawcy

Nałożenie kary jest decyzją tzw. związaną, a więc nie zależy od decyzji organu – jeśli zachodzą przesłanki, organ musi karę wymierzyć

Wykonalność decyzji karnej

Jeśli tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe nie są zgodne z przepisami uchwały, w decyzji określa się:

- 1) wysokość kary pieniężnej za okres od dnia wszczęcia postępowania w sprawie do dnia wydania decyzji, oraz
- 2) obowiązek dostosowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego albo usunięcia tablicy lub urządzenia.

Decyzja, w części dotyczącej obowiązku dostosowania lub usunięcia, podlega natychmiastowemu wykonaniu.

Po wykonaniu obowiązku dostosowania lub usunięcia reklamy, organ określa, w drodze decyzji, wysokość kary pieniężnej za okres od dnia wydania decyzji, odpowiednio do dnia dostosowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego do przepisów uchwały, albo usunięcia tablicy lub urządzenia.

Procedura wymierzenia kary – KPA – odstępnie od nałożenia kary

Art. 189 f KPA – Odstąpienie od nałożenia administracyjnej kary pieniężnej

Organ administracji publicznej, w drodze decyzji, **odstępuje od nałożenia administracyjnej kary pieniężnej i poprzestaje na pouczeniu**, jeżeli:

- 1) **waga naruszenia prawa jest znikoma, a strona zaprzestała naruszania prawa** lub
- 2) za to samo zachowanie prawomocną decyzją na stronę została uprzednio nałożona administracyjna kara pieniężna przez inny uprawniony organ administracji publicznej lub strona została prawomocnie ukarana za wykroczenie lub wykroczenie skarbowe, lub prawomocnie skazana za przestępstwo lub przestępstwo skarbowe i uprzednia kara spełnia cele, dla których miałyby być nałożona administracyjna kara pieniężna.

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 16 listopada 2022 r. II SA/Gd 421/22

„Przyjąć zatem należy, że przesłanki odstąpienia od nałożenia administracyjnej kary pieniężnej mogą mieć zastosowanie do wszystkich rodzajów administracyjnych kar pieniężnych, w tym kar wymierzanych na podstawie u.p.z.p. Unormowanie w art. 189f § 1 pkt 1 k.p.a. umożliwia odstąpienie od nałożenia kary, jeżeli **kumulatywnie zostaną spełnione dwie wymienione w nim przesłanki - waga naruszenia prawa jest znikoma oraz strona zaprzestała naruszania prawa.**”

Orzeczenia – znikome naruszenie prawa



„Za uznaniem naruszenia prawa za znikome nie przemawia fakt usunięcia części reklamowej nośnika. Okoliczność ta przekłada się na wymiar nałożonej kary, którą ustalono jedynie od powierzchni pozostawionego fundamentu”.

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 22 września 2022 r. III SA/Gd 15/22



„Wielomiesięczne pozostawienie obiektu w pasie drogowym uniemożliwia uznanie wagi naruszenia prawa za znikomą.”

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 22 września 2022 r. III SA/Gd 3/22



*„W świetle okoliczności stanu faktycznego rozpatrywanej sprawy organ odwoławczy prawidłowo stwierdził, że **waga naruszenia prawa - zakazu umieszczania reklam z naruszeniem zasad określonych w uchwale krajobrazowej - nie była znikoma**. Skarżąca niewątpliwie wiedziała o obowiązujących zasadach umieszczania reklam na terenie miasta Gdańska. Skarżąca w ramach prowadzonej działalności gospodarczej od wielu lat zajmuje się działalnością reklamową i promowaniem oferowanych produktów, w tym umieszczaniem reklam na elewacjach własnych obiektów handlowych. **W u.p.z.p. został zawarty dwuletni okres na dostosowanie ekspozycji reklam na terenie miasta Gdańska, pomimo tego skarżąca nie zmieniła sposobu ekspozycji reklam swojej działalności, ani nie podjęła kroków celem dostosowania do obowiązujących przepisów. Nie zasługuje też na uwzględnienie zarzut, że ekspozycja reklam nie zaburza lokalnego krajobrazu, bowiem to uchwała krajobrazowa ma decydujące znaczenie i jej treść wskazuje jakiego rodzaju tablice reklamowe uznawane są za dopuszczalne, a zatem nie ingerujące w lokalny krajobraz miasta**. Nośniki reklamowe widniejące na budynku przy ul. (...) w Gdańsku w okresie, za który wymierzono kare **wymogów tych nie spełniają, nie sposób zatem mówić o znikomym stopniu naruszenia prawa**.”*

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 16 listopada 2022 r. II SA/Gd 421/22

Postępowanie – informacje ogólne

Jeżeli reklama w postaci tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego została zamontowana niezgodnie z przepisami prawa miejscowego, wójt (burmistrz, prezydent miasta) może w drodze decyzji nałożyć karę pieniężną.

Decyzja określa:

- wysokość kary pieniężnej za okres od dnia wszczęcia postępowania w sprawie do dnia wydania decyzji;
- obowiązek dostosowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego do przepisów albo usunięcia tablicy lub urządzenia.

Jeżeli nie można ustalić, kto ustawił reklamę, karę pieniężną wymierza się odpowiednio właścicielowi, użytkownikowi wieczystemu lub posiadaczowi samoistnemu nieruchomości lub obiektu budowlanego, na których umieszczono tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe.

Warunki konieczne do wymierzenia kary:

- obowiązywanie uchwały krajobrazowej,
- zakończenie okresu dostosowawczego przed wszczęciem postępowania - w przypadku urządzeń reklamowych i tablic reklamowych istniejących przed podjęciem uchwały,
- stwierdzenie niezgodności tablicy lub urządzenia z postanowieniami uchwały,
- właściwe wszczęcie postępowania w sprawie wymierzenia kary pieniężnej za umieszczenie tablicy reklamowej niezgodnie z przepisami uchwały krajobrazowej lub jej niedostosowanie,
- prawidłowe przeprowadzenie postępowania dowodowego.

Postępowanie administracyjne ws wymierzenia kary

1. Ustalenie podmiotu odpowiedzialnego za umieszczenie tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego.
2. Przeprowadzenie postępowania (zebranie materiałów, ewentualna rozprawa administracyjna, przesłuchanie, poinformowanie strony o możliwości zapoznania się z zebranych materiałem dowodowym i możliwości złożenia wyjaśnień).
3. Konieczne jest ustalenie faktu występowania niezgodności z uchwałą reklamową, rozmiaru, miejsca oraz czasu umieszczenia urządzenia reklamowego lub tablicy reklamowej.
4. Wydanie decyzji wymierzającej karę za umieszczenie reklamy niezgodnej z uchwałą reklamową lub niedostosowanie tablicy lub urządzenia reklamowego. Konieczne jest poprawne ustalenie wysokości kary w oparciu o (jeśli została podjęta) uchwałę opłatową lub w oparciu o przepisy ustawy.

Postępowanie dowodowe ws wymierzenia kary

Postępowanie dowodowe

Ustalenie podmiotu
zobowiązanego do
poniesienia kary

Udowodnienie okresu
umieszczenia tablicy
reklamowej /
urządzenia
reklamowego

Wskazanie lokalizacji
tablicy reklamowej /
urządzenia
reklamowego

Dokładne wskazanie
wymiarów tablicy
reklamowej /
urządzenia
reklamowego

Odniesienie do
obowiązującej uchwały
reklamowej i wskazanie
niezgodności z nią

Uwaga: najczęstszy powód uchylania decyzji karnych w dotychczasowych postępowaniach to wadliwe przeprowadzenie postępowania dowodowego (niewłaściwy podmiot, za wcześnie wszczęte postępowanie, uwagi do lokalizacji tablicy / urządzenia).

Wyrok Trybunału Konstytucyjnego

- Wyrok z dnia 12 grudnia 2023 r. sygn. akt P 20/19;
- Publikacja Wyroku – DZ. U. 21 grudnia 2023 r., Poz. 2739;

Sentencja Wyroku:

„Art. 37a ust. 9 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2023 r. poz. 977, ze zm.) **w zakresie, w jakim przewiduje obowiązek określenia w uchwale, o której mowa w art. 37a ust. 1 powołanej ustawy, warunków i terminu dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie, wzniesionych na podstawie zgody budowlanej, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów określonych w tej uchwale, bez zapewnienia ustawowych podstaw i trybu dochodzenia odszkodowania przez podmioty, które są zobowiązane do ich usunięcia, jest niezgodny z art. 21 w związku z art. 2 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej.**”

Fragmenty zapytania (Postanowienia) NSA, skierowanego do TK

„2.8. Z istoty uznania danego urządzenia reklamowego za niedozwolone w danym miejscu (**mimo że zostało zbudowane legalnie na podstawie zgody budowlanej**) wynikają takiego rodzaju ograniczenia uprawnień właściciela tego nośnika reklamowego, które ingerują bezpośrednio w ów "rdzeń" prawa własności, **powodując niedopuszczalne jego naruszenie, a także skutek równoważny z wywłaszczeniem** (całkowitym odjęciem własności danego przedmiotu), **mimo że ustawa nie zawiera przepisu nakazującego w takich przypadkach wypłaty odszkodowania lub jakiejkolwiek rekompensaty finansowej dla właściciela**, który traci przedmiot własności (wart w przypadku większych nośników reklamowych o charakterze obiektów budowlanych kilkadziesiąt tysięcy złotych za każdy jeden nośnik).”

2.16. **Brak możliwości wprowadzenia w uchwale krajobrazowej na podstawie ww. przepisu art. 37a ust. 9 lub ust. 10 upzp wyjątków dla takich tablic i urządzeń reklamowych lub możliwości znacznego zróżnicowania (istotnego wydłużenia) okresów dostosowawczych dla takich legalnych tablic i urządzeń reklamowych budzi wątpliwość co do tego czy nie narusza wprost art. 2 i wyrażoną w nim zasadę ochrony praw nabytych.**

Fragmenty zapytania (Postanowienia) NSA, skierowanego do TK

„3.2 (...)

Wykazano przy tym (o czym poniżej) istotne wątpliwości (wg aktualnego orzecznictwa sądów administracyjnych nie dające się usunąć w drodze wykładni) co do zgodności tej regulacji z Konstytucją RP oraz z prawem międzynarodowym, w zakresie w jakim ogranicza ona prawo własności rzeczy – **obiektów budowlanych w postaci wzniesionych legalnie na podstawie pozwoleń na budowę lub zgłoszeń robót budowlanych** tablic i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie danej uchwały krajobrazowej - przez ich całkowite unicestwienie (usunięcie/rozbiórkę) w przypadkach, gdy takie obiekty budowlane zostaną w danym obszarze regulowanym przez uchwałę krajobrazową zakazane **nie tylko ze skutkiem prospektywnym** (w postaci zakazu wznoszenia nowych tablic i urządzeń reklamowych tego typu w danym miejscu), **ale także ze skutkiem retrospektywnym** poprzez nałożenie obowiązku dostosowania tych już istniejących, skutkującego w efekcie obowiązkiem ich rozbiórki **bez zapewnienia właścicielowi odszkodowania lub jakiejkolwiek rekompensaty pieniężnej**, a także w zakresie, w jakim **nie zapewnia ona podmiotom, które wzniosły ww. obiekty budowlane w takich przypadkach żadnego mechanizmu ochrony praw nabytych przez te podmioty w sferze prawa administracyjnego, a wynikających z decyzji o pozwoleniu na budowę lub dokonanych przez nie zgłoszeń robót budowlanych dotyczących przedmiotowych obiektów budowlanych.**”

Fragmenty uzasadnienia Wyroku Trybunału Konstytucyjnego

„4.3 Uchwała krajobrazowa eliminuje bowiem prawny **skutek decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę** wskazanych w niej tablic i nośników reklamowych powstałych przed wejściem w życie uchwały. Właściciele nieruchomości, którzy występowali **o pozwolenia na budowę** tablic i nośników reklamowych, działali w pełni legalnie, z przekonaniem, że **prawomocna decyzja administracyjna** w tym zakresie zabezpiecza ich interes i pozwala na prowadzenie bez przeszkód działalności reklamowej. Odebranie im możliwości prowadzenia tej działalności, bez zapewnienia im słusznego odszkodowania sprawia, że przepisy nie różnicują w ogóle grup podmiotów, które swoją działalność prowadziły legalnie, **na podstawie prawomocnych pozwoleń oraz takich, które tablice i nośniki wzniosły bez tych pozwoleń**. Prowadzi to do naruszenia interesu właścicieli tablic i nośników reklamowych objętych uchwałą krajobrazową ze względu na legislacyjną działalność państwa, w stosunku do tych podmiotów, które dochowały wszelkiej staranności o legalność swoich działań i którym państwo w majestacie prawa zezwoliło na taką działalność. Z tego powodu Trybunał uznał, że art. 37a ust. 9 u.p.z.p. w zakresie, w jakim przewiduje obowiązek określenia w uchwale, o której mowa w art. 37a ust. 1 u.p.z.p., warunków i terminu dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie, **wzniesionych na podstawie zgody budowlanej**, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów określonych w tej uchwale, bez zapewnienia ustawowych podstaw i trybu dochodzenia odszkodowania przez podmioty, które są zobowiązane do ich usunięcia, jest niezgodny z art. 21 w związku z art. 2 Konstytucji.”

„Art. 37a ust. 9 u.p.z.p. nie przewiduje przy tym ani możliwości **wprowadzenia wyjątków** w zakresie dostosowania tablic i nośników do warunków określonych w uchwale krajobrazowej, ani **określenia przez organ gminy** mechanizmu kompensacyjnego.”

Wyrok Trybunału Konstytucyjnego

Wnioski z Wyroku TK:

1. *Uchwały przez jst mogą być nadal podejmowane, w tym ustalanie opłat reklamowych;*
2. *Jaki zakres obejmuje Wyrok TK – za niekonstytucyjny uznano obowiązek określenia w uchwale warunków i terminu dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie, **wzniesionych na podstawie zgody budowlanej**, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów określonych w tej uchwale, bez zapewnienia **ustawowych podstaw** i trybu dochodzenia odszkodowania;*
3. *„zgoda budowlana” – z zapytania NSA: „decyzje o udzieleniu pozwolenia na budowę oraz zgłoszenie zamiaru budowlanego”;*

Odszkodowanie - art. 417 (1) kodeksu cywilnego

Jeżeli szkoda została wyrządzona przez wydanie aktu normatywnego, jej naprawienia można żądać po stwierdzeniu we właściwym postępowaniu niezgodności tego aktu z Konstytucją, ratyfikowaną umową międzynarodową lub ustawą.

Orzecznictwo w kontekście zakresu rozpatrywanego przez Trybunał Konstytucyjny

Uchwała krajobrazowa nie może określać co to znaczy nośnik "posadowiony legalnie" i "posadowiony nielegalnie", skoro bowiem ustawa takiego rozróżnienia nie przewiduje, to rada gminy czyniąc w ten sposób wykraczałaby poza delegację ustawową.

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 402/18

W u.p.z.p. brak jest delegacji dla rady gminy do wprowadzenia uregulowań dotyczących odszkodowań dla tych podmiotów, którym w chwili wejścia w życie uchwały przysługiwał tytuł prawny do nośników reklamowych objętych obowiązkiem dostosowania do warunków uchwały lub likwidacji.

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 6 lutego 2019 r. II SA/Gd 400/18

Okoliczność, iż dany nośnik został postawiony zgodnie z przepisami prawa budowlanego, nie oznacza jeszcze, że nie ingeruje nadmiernie w estetykę, ład przestrzenny i krajobraz gminy.

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 20 lutego 2019 r. II SA/Gd 531/18

Orzecznictwo po Wyroku TK

Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 19 grudnia 2024 r. II OSK 631/23

W świetle stwierdzonej niekonstytucyjności art. 37a ust. 9 u.p.z.p. zgodzić się należy, że wprowadzenie w uchwale krajobrazowej regulacji, nakazującej dostosowanie zrealizowanych legalnie, gdyż na podstawie zgody budowlanej przed dniem jej wejścia w życie tablic lub urządzeń reklamowych, bez jakiegokolwiek mechanizmu kompensacyjnego (regulacji ochronnych), jest niezgodne z prawem.

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 12 marca 2025 r. II SA/Gd 1115/24

Wprowadzenie w uchwale krajobrazowej regulacji nakazującej dostosowanie zrealizowanych legalnie, gdyż na podstawie zgody budowlanej (pozwolenia na budowę lub zgłoszenia robót budowlanych) przed dniem jej wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, bez jakiegokolwiek mechanizmu kompensacyjnego (regulacji ochronnych), jest niezgodne z prawem.

Projekt z 18 kwietnia 2024 r. zmiany ustawy:

„9a. Jeżeli w związku z podjęciem uchwały, o której mowa w ust. 1, ustalającej zakaz, o którym mowa w ust. 3, korzystanie z nieruchomości lub jej części w dotychczasowy sposób lub zgodnie z dotychczasowym przeznaczeniem stało się niemożliwe lub istotnie ograniczone, właściciel albo użytkownik wieczysty nieruchomości, który usytuował ogrodzenie, tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe zgodnie z przepisami ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. – Prawo budowlane, z przepisami niniejszej ustawy oraz przepisami wydanymi na jej podstawie, może żądać od gminy odszkodowania za poniesioną rzeczywistą szkodę. Przepisy art. 37h ust. 1–3 stosuje się odpowiednio, z tym że wysokość odszkodowania określa wójt, burmistrz albo prezydent miasta”.

Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 9 listopada 2021 r. II GSK 2062/21

„Nie miało przy tym znaczenia, że materiał dowodowy został zgromadzony w toku czynności kontrolnych, które zostały przeprowadzone przez organ przed wszczęciem postępowania administracyjnego. Jakkolwiek kontroli pasa drogowego, przeprowadzonej przed wszczęciem postępowania administracyjnego nie można przypisać charakteru oględzin w rozumieniu art. 67 § 2 k.p.a., to jednak materiały zgromadzone w toku przeprowadzania tych czynności mogą stanowić dowód w sprawie.

Zgodnie bowiem z art. 75 § 1 k.p.a. jako dowód należy dopuścić wszystko, co może przyczynić się do wyjaśnienia sprawy, a nie jest sprzeczne z prawem. Jest oczywiste, że w sytuacji, gdy pracownicy organu stwierdzą, że niedopuszczalne zajęcie pasa drogowego, to mogą sporządzić stosowną dokumentację, stanowiącą podstawę do ewentualnego wszczęcia postępowania administracyjnego w przedmiocie kary pieniężnej.

Wszczęcie postępowania następuje na skutek ustaleń dokonanych w toku takich czynności, a po wszczęciu postępowania strona ma możliwość zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym i jego kwestionowania. Na żadnym etapie postępowania w rozpoznawanej sprawie, skarżący nie przedstawił dowodów potwierdzających dokonanie błędnych ustaleń przez organ w powyższym zakresie.”

Orzecznictwo – podmiot kary

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 9 czerwca 2021 r. II SA/Gd 169/21

*„To właśnie reklamodawca, **przedsiębiorca zlecający fizyczne umieszczenie tablicy lub urządzenia, jest podmiotem "umieszczającym" tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, a w konsekwencji podlegającym karze pieniężnej.**”*

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 9 czerwca 2021 r. II SA/Gd 172/21

*„Zgodnie bowiem z art. 37d ust. 1 u.p.z.p. **podmiotem, który podlega karze pieniężnej za naruszenie postanowień uchwały krajobrazowej jest podmiot, który umieścił tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe.** Zdaniem sądu, adresatem kary pieniężnej nie muszą być osoby związane prawnie z nieruchomością, na której umieszczono tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe (zob. M.J. Nowak, Kary pieniężne wymierzane za naruszenie uchwały reklamowej, LEX/el. 2017). **W szczególności nie jest wymagane, aby był to właściciel, gdyż w tym zakresie ustawodawca przewiduje pewną hierarchię podmiotów.**”*

Orzecznictwo – wszczęcie postępowania

Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 11 października 2024 r. II OSK 1602/23

Za datę wszczęcia postępowania w znaczeniu wynikającym z art. 37d ust. 4 u.p.z.p. należy uznać dzień doręczenia przez organ podmiotowi pisma zawiadamiającego o wszczęciu z urzędu postępowania w sprawie wymierzenia kary pieniężnej, a zatem pierwszej czynności urzędowej w sprawie. Od tej chwili podmiot, który umieścił tablicę lub urządzenie reklamowe niezgodnie z przepisami ma prawny obowiązek dostosowania się do zasad i warunków sytuowania tych obiektów zgodnie z przepisami uchwały krajobrazowej oraz możliwość dobrowolnego dostosowania tablicy lub urządzenia reklamowego do przepisów uchwały, z kolei organ w razie niezastosowania się podmiotu do tego obowiązku - do wymierzenia od tej daty kary pieniężnej.

Wcześniej:

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 16 listopada 2022 r. II SA/Gd 421/22

„Zawiadomienie o czynnościach organu jest wymogiem niezbędnym dla wyznaczenia daty wszczęcia postępowania administracyjnego z urzędu, lecz nie determinującym daty wszczęcia postępowania. Nie ma wobec tego też decydującego znaczenia data doręczenia owego zawiadomienia stronie, gdyż to nie zawiadomienie, tylko dokonana przez organ czynność wszczyna postępowanie.”

Orzecznictwo – istniejące w dniu wejścia w życie reklamy

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Gdańsku z dnia 8 września 2021 r. II SA/Gd 225/21

*„Nie ulega więc wątpliwości, że także **wobec tych reklam, które umieszczono na danym terenie w przeszłości, a które po wejściu w życie uchwały krajobrazowej okazały się niezgodne z jej postanowieniami, ustawodawca przewidział karalność.** Taka jest bowiem konsekwencja pozostawania w przestrzeni publicznej reklamy, która nie została dostosowana do uchwały krajobrazowej, w terminie w niej przewidzianym.*

Należy zauważyć, że intencja ustawodawcy było wprowadzenie zasad sytuowania obiektów malej architektury, tablic i urządzeń reklamowych, ogrodzeń, nie tylko dla obiektów nowych, ale także do obiektów istniejących, zatem zakładając racjonalność prawodawcy, przewidziana karalność za naruszenie zapisów uchwały krajobrazowej odnosi się zarówno do obiektów nowopowstałych, jak i wcześniej już istniejących. Gdyby bowiem ustawodawca nie dopuszczał karalności istnienia tablic reklamowych umieszczonych w przeszłości zgodnie z prawem, lecz niezgodnych z przepisami aktualnie obowiązującymi regulacjami z zakresu porządkowania krajobrazu i przestrzeni publicznej, to nie przewidywałby w ustawie kompetencji, a właściwie obowiązku, określenia okresu dostosowawczego istniejących reklam do zasad i warunków określonych w uchwale krajobrazowej.”

Orzecznictwo – istniejące w dniu wejścia w życie reklamy

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Krakowie z dnia 9 września 2022 r. III SA/Kr 533/22

„Przyjmując, że na nośniku lub tablicy reklamowej musi wystąpić jakaś treść jednocześnie należy podkreślić, że nie ma znaczenia co ona komunikuje. Może więc zawierać jedynie numer telefonu podmiotu oferującego usługę reklamową, a już będzie reklama w rozumieniu ustawy o drogach publicznych.”

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 15 listopada 2022 r. VI SA/Wa 565/22

„Ramy wyświetlanego obrazu, wyodrębniające jego postrzeganie, podkreślające emitowaną treść, stanowią informację wizualną. Jednocześnie ramki stanowią także element konstrukcyjny i zamocowanie, wypełniając definicję art. 4 pkt 23 u.d.p”

Orzecznictwo – istniejące w dniu wejścia w życie reklamy

VI SA/Wa 1398/21, Wyrok WSA w Warszawie z dnia 6 lipca 2021 r.

Zgodnie z art. 2 pkt 16d ustawy z 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przez "szyld" należy rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe informującą o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują. Zatem definicja "szyldu", jako także tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, mieści się wprost w definicji reklamy, ujętej w art. 4 pkt 23 u.d.p.

Wyrok WSA w Białymstoku z dnia 18 lutego 2021r. II SA/Bk 860/20

*Skoro reklama w myśl przepisu art. 2 pkt 16a u.p.z.p. to działanie mające na celu zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu konkretnych towarów lub do skorzystania z określonych usług, przez upowszechnianie w jakiegokolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne, to przyjąć należy, iż również samo **logo** czy **nazwa firmy** wypełnia kwalifikację przekazu wizualnego upowszechniającego informacje o konkretnym przedsiębiorstwie (reklamującym to przedsiębiorstwo).*

Wyrok NSA z dnia 19 stycznia 2022 r. II GSK 2600/21

W ocenie NSA należy w pełni zaakceptować argumentację ukształtowaną licznymi wyrokami sądów administracyjnych (w tym NSA), a wskazującą, że: **"Reklamą są wszystkie nośniki, które nie są znakami i sygnałami lub znakiem informującym o obiektach użyteczności publicznej ustanowionym przez gminę, bez względu na ich treść, tzn. nie muszą zawierać informacji o przedmiocie prowadzonej przez podmiot działalności czy sformułowań mających na celu wpływanie na kształtowanie się popytu, zwiększenia zbytu czy rozszerzenia klienteli na dany produkt lub usługę. Wystarczające jest, by nośniki zawierały nazwę własną podmiotu lub jego logo."**

Tak więc reklamą w rozumieniu tego przepisu jest każdy nośnik informacji wizualnej - nie będący znakiem w rozumieniu przepisów o znakach i sygnałach lub znakiem informującym o obiektach użyteczności publicznej ustanowionym przez gminę - jeżeli spełnia łącznie następujące przesłanki, a mianowicie:

- a) występuje w jakiejkolwiek materialnej formie, np. tablicy, billboardu, znaku etc.,
- b) wraz z elementami konstrukcyjnymi oraz zamocowaniami i
- c) został umieszczony w polu widzenia użytkowników drogi.



r.pr. Bartłomiej Tkaczyk

bartlomiej.tkaczyk@legallysmart.pl
tel. 609-686-522



609 686 522



www.legallysmart.pl