

From: OSOBA FIZYCZNA

Sent: Thursday, June 20, 2013 9:11 AM

To: Stanowisko informacyjne w BLO

Subject: Konsultacje społeczne Prezydencki projekt ustawy - ochrona krajobrazu

Szanowni Państwo,

Bardzo Państwu dziękuję za umożliwienie udziału w konsultacjach społecznych projektu *ustawy o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu*.

W załączeniu zakres proponowanej zmiany, bez części ekonomicznej wymagającej moim zdaniem odrębnego procedowania.

Zaproponowane zmiany **rozszerzają ujęcie przedmiotowe** problemu.

Obecnie, z wykorzystaniem danych jak dla metody reprezentacyjnej wyceny pracuje z grupą naukowców nad kompleksową wyceną przestrzeni publicznej z tytułu jej komercyjnego wykorzystania – badania dotyczą miasta Krakowa.

Wstępnie, zdecydowanie szacunkowo w kategoriach ostrożnej wyceny, w skali Polski komercyjną przestrzeń publiczną wyceniam na ok. 2 mld. zł. rocznie, miasto Kraków to wpływ do budżetu ok. 180 mln. zł./rocznie.

Jeżeli Państwo zechcieliby poznać moje szersze uzasadnienie tej bardzo interesującej mnie kwestii - uprzejmie proszę o uwzględnienie mojej osoby w grupie ekspertów za co z góry dziękuję.

Z wyrazami szacunku:

OSOBA FIZYCZNA

Tabela 1.

Lp	Numer artykułu	Treść dotychczasowa	Zakres proponowanej zmiany	Uzasadnienie	Uwagi Autor, dzień
Ustawa z dnia ... o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu Projekt Prezydenta RP z dnia 21 maja 2013 roku					
1	2	3	4	5	6
1	4	2) w art. 1a ust. 1 po pkt 3 dodaje się pkt 3a w brzmieniu: „3a) reklama, nośnik reklamy, tablica reklamowa, urządzenie reklamowe – odpowiednio reklamę, nośnik reklamy, tablicę reklamową, urządzenie reklamowe w rozumieniu przepisów ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym;”;	3.a) Reklamą w rozumieniu niniejszej ustawy jest każdy nośnik, osoba(y), lub dowolnie inne urządzenie o charakterze komercyjno-informacyjnym w formie: - graficznej, - słownej, - słowno-graficznej, - świetlnej, - akustycznej, umieszczony w przestrzeni publicznej w jakiegokolwiek orientacji: - poziomej, - pionowej, -przestrzennej, -stacjonarnej, bądź ruchomej, -czasowej, lub stałej	Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie przewiduje reklam poziomych, ruchomych, świetlnych, akustycznych, czy bardzo często spotykanych tak zwanych reklam żywych	OSOBA FIZYCZNA
2	4	4. Opłaty od reklam nie pobiera się jeżeli tablice lub urządzenia reklamowe, o których mowa w ust. 2: 1) nie są widoczne z przestrzeni dostępnych publicznie; 2) stanowią niewielką powierzchniowo reklamę informacyjną związaną z działalnością gospodarczą prowadzoną na nieruchomości, na której tablica lub urządzenie reklamowe są zlokalizowane (szyld).	4.4.1 Proponuje skreślić 4.4.2 Proponuje skreślić	Przestrzeń publiczna jest dobrem wspólnym w związku, z czym każda reklama podlega opłacie. Wyłączenia w tym zakresie będą prawdopodobnie możliwe wyłącznie na etapie uchwał i trybu legislacji w Samorządach	OSOBA FIZYCZNA