

From: Krzysztof Zwierzyński [<mailto:krzysiek@adimedia.pl>]
Sent: Thursday, June 20, 2013 1:38 PM
To: Stanowisko informacyjne w BLO
Subject: dotyczy: Ustawy o planowanym wzmocnieniu ochrony krajobrazu
Importance: High

Szanowny Panie Prezydencie,

Jako obywatel Rzeczypospolitej Polskiej oraz przedsiębiorca działający w branży reklamy zewnętrznej, doceniam inicjatywę Pana Prezydenta zawartą w projekcie Ustawy o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu, zmierzającą m.in. do uporządkowania reklamy zewnętrznej w Polsce.

Jednocześnie chciałbym skorzystać z zaproszenia Pana Prezydenta i wziąć udział w konsultacjach społecznych nad wspomnianą wyżej propozycją poprzez podzielenie się swoimi spostrzeżeniami, jako uczestnika rynku reklamowego.

Nasze największe obawy budzą niektóre z proponowanych rozwiązań. Mamy oczywiście świadomość, iż zaprezentowany projekt zostanie jeszcze uszczegółowiony. Niemniej z obecnego jego kształtu rysują się pewne konsekwencje:

1. Proponowana zmiana zakłada wprowadzenie dodatkowego (ponad już istniejące, np. miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego) ograniczenia w eksponowaniu nośników reklamy zewnętrznej, gdzie – naszym zdaniem – zbyt dużą dowolność w kształtowaniu tych regulacji powierza się gminom. W szczególności proponowane rozwiązania nie zawierają niezbędnych warunków brzegowych, w obrębie których musiałyby się poruszać akty prawa miejscowego dotyczące reklam zewnętrznych. Tym samym proponowane rozwiązanie nie zawiera rzeczowej propozycji uporządkowania reklamy zewnętrznej, a jedynie daje takie narzędzie Gminom, które mogą z niego skorzystać, bądź nie. Gminy będą mogły znacznie szybciej wprowadzać ograniczenia w zakresie ekspozycji reklam i zmieniać je w zależności od poglądów, nastrojów politycznych lub społecznych. Brak jest bowiem w projekcie ustawy określenia zakresu delegacji ustawowej, wskazania w jaki sposób Gminy powinny realizować swoje uprawnienia, aby ich działania efektywnie kształtowały ład przestrzenny, nie pozbawiając przy tym przedsiębiorców takich jak my możliwości prowadzenia podstawowej działalności gospodarczej.
2. Propozycja opłaty za reklamy to po prostu wprowadzenie nowego podatku. To nic innego jak pogłębienie fiskalizmu państwowego, który najzupełniej uderzy w najmniejszych przedsiębiorców i ich rodziny. Każdy podmiot gospodarczy w Polsce chcący w jakikolwiek sposób prowadzić działalność gospodarczą oraz korzystać z nośników reklamy zewnętrznej w celu promocji swoich produktów i usług będzie zobligowany do uiszczenia nowego podatku. Z pewnością nowy podatek uderzy pośrednio również we wszystkie branże życia gospodarczego w Polsce.
3. W naszej opinii regulacje tego typu mogą i powinny zawierać miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego. Tymczasem – jak słusznie zauważył Pan Prezydent w uzasadnieniu do projektu Ustawy – znaczna część terytorium kraju nie jest objęta takimi planami. Powstaje zatem pytanie, czy wizja czerpania przez Gminy przychodów z opłat za reklamy będzie wystarczającą zachętą dla Gmin dla przygotowania takich aktów prawa miejscowego? Obawiamy się, że główne działania Gmin skoncentrowane będą na maksymalizowaniu potencjalnych przychodów z reklam, a nie na opracowaniu takich koncepcji funkcjonowania nośników reklamowych, które z jednej strony zapewnią określony porządek krajobrazowy, z drugiej zaś, uwzględnią w tym ładzie funkcjonowanie określonej liczby nośników reklamowych. W naszej ocenie przygotowanie dobrej i efektywnej koncepcji

przez Gminy wymagać będzie współpracy ze strony przedsiębiorców znających branżę reklamową i możliwości wykorzystania nowoczesnych form nośników. Dotyczy to w szczególności dużych miast.

4. Ponadto nasze wątpliwości budzi wyjęcie spod reżimu proponowanej ustawy tzw. szyldów. Obawiamy się że definicja tego nośnika będzie interpretowana rozszerzająco, a niejednokrotnie to właśnie tego typu reklamy w stopniu największym zakłócają estetykę krajobrazu, na co zwracała uwagę w swoim stanowisku choćby Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej.
5. Pragniemy zwrócić wreszcie uwagę, iż niejednokrotnie eksponowanie reklam wielkoformatowych na elewacjach remontowanych budynków jest istotnym źródłem przychodów dla wspólnot mieszkaniowych decydujących się na remonty swoich budynków. Wyremontowane i odnowione fasady budynków bez wątpienia wpływają na poprawę otaczającego nas krajobrazu. Warto zatem również przygotować takie rozwiązania prawne, które nie będą ograniczały wspólnotom mieszkaniowym korzystania z tego źródła przychodu.

Mając nadzieje, że podjęta przez Pana Prezydenta inicjatywa zrealizuje założone w niej cele, nie powodując likwidacji rynku reklamy zewnętrznej ani też nie spowoduje nadmiernego zwiększenia kosztów prowadzonej przez nas działalności. Reklama zewnętrzna bowiem to nie tylko fizycznie ustawione billboardy. To nie tylko kwestie krajobrazowe. To również w wielu przypadkach jedyne źródło utrzymania dziesiątków tysięcy rodzin. Należy zatem postawić pytanie, czy wobec powyższego warto jedną ustawą pozbawić nas przeświadczenia o sensowności pozostania w naszym kraju i pracy na rzecz wspólnego dobrobytu? Ile jeszcze osób musi wyjechać za zachód Europy, aby ktoś w końcu zaczął myśleć o drugim człowieku i dostrzegać jego problemy i potrzeby?

Pozostaję z poważaniem,

Krzysztof Zwierzyński
Wiceprezes Zarządu

e-mail: krzysiek@adimedia.pl
tel. kom.: +48 602 631 454



ad i media Group Sp. z o.o.
ul. Chmielna 26 lok. 12B
00-020 Warszawa

tel.: (+48 22) 827 40 55
tel./fax: (+48 22) 827 03 22

www.adimedia.pl
www.siatunie.pl
www.ledplanner.pl
www.creativestudio.com.pl

Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy XII Wydział Gospodarczy, KRS nr 0000361589, Kapitał zakładowy 20 000,00 PLN, NIP: 525-24-85-614, REGON: 142512098,
Bank PKO BP 48 1020 1097 0000 7502 0237 2084