



MINISTER
INFRASTRUKTURY I BUDOWNICTWA

DPP.054.21.2016.TT

Warszawa, kwietnia 2016 r.

Pan

Marek Kuchciński

Marszałek Sejmu RP

Szanowny Panie Marszałku,

w odpowiedzi na interpelację nr 450 posła Aleksandra Mrówczyńskiego, przekazaną przez Ministra Środowiska, w sprawie wdrożenia ustawy o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. z 2015 r. poz. 774), uprzejmie informuję, co następuje.

W przedmiotowej ustawie zawarto przepisy umożliwiające władzom gmin podjęcie uchwał (będących aktem prawa miejscowego) regulujących kwestie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane – art. 37a dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2015 r. poz. 199, z późn. zm.), zwana dalej uchwałą reklamową. W ustawie zawarto szereg szczegółowych regulacji dotyczących kwestii reklam, włączając w to tak definicję pojęć, jak i sankcje związane z nieprzestrzeganiem przepisów miejscowych.

Ustawodawca, mając na względzie zasadę subsydiarności, jak również fakt, iż sprawy ładu przestrzennego, zgodnie z art. 7 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2015 r. poz. 1515, z późn. zm.), należą do zadań własnych gmin, przesądził, iż przepisy ustawowe dotyczące kwestii uregulowania omawianego obszaru nie będą miały charakteru obligatoryjnego. Stąd zarówno skorzystanie z narzędzi ustawowych, jak i termin oraz zakres podejmowanych działań, zależy wyłącznie od władz gminy. Powyższe oznacza, iż to wyłącznie władze gminy mają prawną możliwość, by wszcząć procedurę dotyczącą ww. uchwały, przyjąć tę uchwałę i ją realizować. Tym samym faktyczne wdrożenie przepisów omawianej ustawy i efekty jej wejścia w życie, tj. uporządkowanie kwestii reklam i zminimalizowanie ich występowania na terenach szczególnie cennych krajobrazowo, zależy przede wszystkim od aktywności gmin.

Dodatkowo należy zauważyć, iż w omawianej ustawie, mając na względzie poszanowanie dla praw nabytych, zasadę prawidłowej legislacji oraz ochronę zaufania obywatela wobec państwa, zawarto nakaz, by uchwała reklamowa określająca warunki 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, wskazywała, iż termin na dostosowanie nie może być krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały reklamowej.

Jednocześnie należy zauważyć, iż przepisy przedmiotowej ustawy zawierają szereg przepisów zachęcających gminy do podejmowania uchwał reklamowych oraz wzmacniających ich realizację. Należą do nich przede wszystkim regulacje umożliwiające naliczanie opłaty reklamowej, jak również przepisy o charakterze sankcyjnym, dotyczące nakładania kar administracyjnych, w przypadku gdy tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe nie są zgodne z regulacjami uchwały reklamowej – co jest możliwe dopiero po przyjęciu uchwały reklamowej.

Reasumując i odnosząc się do przytoczonego przez Pana Posła faktu, iż przy drodze z Chojnic do Charzyków nie ubywa tablic reklamowych, podkreślić należy, iż uregulowanie lokalizowania tablic reklamowych zależy od działań podejmowanych przez gminy, które omawiana ustawa wyposaża w skuteczne narzędzia dotyczące przywracania ładu przestrzennego w przedmiotowym obszarze. Obecnie też jest zbyt wcześnie, by możliwa była ocena korzystania z tych narzędzi przez gminy – z uwagi na wyżej opisany okres dostosowawczy, który nie może być krótszy niż 12 miesięcy.

Dokonanie oceny skuteczności przyjętych rozwiązań merytorycznych będzie możliwe po ok. 2 latach od dnia wejścia w życie ustawy.

Z wyrazami szacunku

Tomasz Żuchowski

Podsekretarz Stanu