

STANOWISKO IZBY GOSPODARCZEJ REKLAMY ZEWNETRZNEJ

w sprawie projektu ustawy o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu

A/ Projekt narusza szesnaście artykułów Konstytucji RP, w tym dwanaście zasad konstytucyjnych.

B/ Branża reklamowa wyraża protest przeciwko sposobie procedowania projektu ustawy, który w wypadku przyjęcia przez Sejm, będzie przykładem źle stanowionego prawa.

Projekt w szczególności:

- 1)** nakłada kolejny, trzeci już podatek (obok podatku od umowy dzierżawy, podatku od budowli – dodatkową opłatę za reklamy) dla znacznej części społeczeństwa:
 - każdego kto wynajmuje, wynajmie lub wykorzystywał swoją nieruchomość lub jej część na cele reklamowe, w tym spółdzielnie mieszkaniowe, wspólnoty mieszkaniowe, ich członków, przy czym dotknie to najbardziej osoby najuboższe, ratujące swój budżet czynszem najmu,
 - znaczną część przedsiębiorców – wszystkich, którzy promują swoją działalność przy pomocy reklamy zewnętrznej,
- 2)** nie przewiduje żadnych odszkodowań za ograniczenie prawa własności, dotyczące znacznej części społeczeństwa,
- 3)** uniemożliwi prowadzenie kampanii wyborczych w formie reklamy zewnętrznej,
- 4)** zagraża represjami karnymi za bliżej niesprecyzowane czyny każdemu, kto np. udzieli rady lub informacji, pomoże w usytuowaniu reklamy, nie wyłączając plakatów wyborczych,
- 5)** narusza ostateczne decyzje administracyjne i wyroki sądów administracyjnych
- 6)** nie zapewnia żadnych nowych narzędzi egzekwowania ochrony krajobrazu przed „dziką” i nieprofesjonalną reklamą, zwłaszcza krytykowanymi powszechnie ogromnymi banerami
- 7)** obciąża znaczną część społeczeństwa kolejnymi, biurokratycznymi procedurami (wprowadzając kolejne deklaracje podatkowe) i represjami za ich niedopełnienie,
- 8)** prowadzi do wyeliminowania profesjonalnej, estetycznej reklamy,
- 9)** nie realizuje Europejskiej Konwencji Krajobrazowej, a wręcz niweczy jej cele, dotyczące potrzeb *działalności gospodarczej, tworzenia zatrudnienia, dobrobytu całości społeczeństwa, nie wdraża procedur podnoszenia świadomości społeczeństwa, szkolenia i edukacji, przeprowadzenia konsultacji społecznych z udziałem ogółu społeczeństwa, stron zainteresowanych.*

C/ Projekt nie wprowadza żadnego mechanizmu, zapewniającego profesjonalne uporządkowanie przestrzeni publicznej oraz rozwoju nowoczesnych rozwiązań reklamowych. Przeciwnie, nie ma nawet społecznie uzasadnionych mechanizmów takich jak przy uchwalaniu miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego.

D/ Branża Reklamowa nie zgadza się na stanowienie złego prawa. Projekt, eliminując założenia ustawy proponowanej przez Prezydenta RP, nie służy ochronie krajobrazu i nie realizuje oczekiwań społeczeństwa.

Warszawa, 3 marca 2015 roku