

REKLAMA A INFRASTRUKTURA I OCHRONA ŚRODOWISKA



157

Prawo budowlane

- ustawa z 7.07.1994 r. – Prawo budowlane w art. 3 wśród budowli (czyli obiektów budowlanych niebędących budynkiem lub obiektem małej architektury) wymienia także wolno stojące, trwale związane z gruntem tablice reklamowe i urządzenia reklamowe
- przepisy prawa budowlanego znajdują zatem zastosowanie także w przypadku reklamy zewnętrznej

158

Ustawa Prawo budowlane

Art. 29.



3. Nie wymaga decyzji o pozwoleniu na budowę, natomiast wymaga zgłoszenia, o którym mowa w art. 30, wykonywanie robót budowlanych polegających na:

3) instalowaniu:

c) tablic i urządzeń reklamowych, z wyjątkiem reklam świetlnych i podświetlanych usytuowanych poza obszarem zabudowanym w rozumieniu przepisów o ruchu drogowym,

159

obowiązek zgłoszenia – art. 30 ust. 5 ustawy Prawo budowlane

- wykonywanie robót budowlanych podlega zgłoszeniu przed ich rozpoczęciem właściwemu organowi administracji architektoniczno-budowlanej*
- Zgłoszenia należy dokonać przed terminem zamierzonego rozpoczęcia robót budowlanych.
- Organ administracji architektoniczno-budowlanej, w terminie 21 dni od dnia doręczenia zgłoszenia, może, w drodze decyzji, wnieść sprzeciw.
- Do wykonywania robót budowlanych można przystąpić, jeżeli organ administracji architektoniczno-budowlanej nie wniósł sprzeciwu w tym terminie.

160

obowiązek zgłoszenia – art. 30 ust. 7 ustawy Prawo budowlane

□ Organ administracji architektoniczno-budowlanej może nałożyć, w drodze decyzji, o której mowa w ust. 5, obowiązek uzyskania pozwolenia na wykonanie określonego obiektu lub robót budowlanych objętych obowiązkiem zgłoszenia, jeżeli ich realizacja może naruszać ustalenia miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego, decyzji o warunkach zabudowy lub spowodować:

- 1) zagrożenie bezpieczeństwa ludzi lub mienia;
- 2) pogorszenie stanu środowiska lub stanu zachowania zabytków;
- 3) pogorszenie warunków zdrowotno-sanitarnych;
- 4) wprowadzenie, utrwalenie, zwiększenie ograniczeń lub uciążliwości dla terenów sąsiednich.

161

ROZPORZĄDZENIE MINISTRA INFRASTRUKTURY z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie

§ 293. 1. Tablice informacyjne, reklamy i podobne urządzenia oraz dekoracje powinny być tak usytuowane, wykonane i zamocowane, aby nie stanowiły zagrożenia bezpieczeństwa dla użytkowników budynku i osób trzecich.

2. Daszki, balkony oraz stałe i ruchome osłony przeciwsłoneczne mogą być umieszczane na wysokości co najmniej 2,4 m nad poziomem chodnika, z pozostawieniem nieosłoniętego pasma ruchu od strony jezdni o szerokości co najmniej 1 m.

3. Wystawy sklepowe, gabloty reklamowe, a także obudowy urządzeń technicznych nie mogą być wysunięte poza płaszczyznę ściany zewnętrznej budynku o więcej niż 0,5 m – przy zachowaniu użytkowej szerokości chodnika nie mniejszej niż 2 m oraz zapewnieniu bezpieczeństwa ruchu dla osób z dysfunkcją narządu wzroku.

4. Skrzydła drzwiowe i okienne oraz kraty, okiennice lub inne osłony, w pozycji otwartej lub zamkniętej, nie mogą zawężać szerokości użytkowej chodnika usytuowanego bezpośrednio przy ścianie zewnętrznej budynku, w której się znajdują.

5. Wymaganie określone w ust. 4 dotyczy także zewnętrznych schodów i pochylni.

6. Urządzenia oświetleniowe, w tym reklamy, umieszczone na zewnątrz budynku lub w jego otoczeniu nie mogą powodować uciążliwości dla jego użytkowników ani też przechodniów i kierowców. Jeżeli światło skierowane jest na elewację budynku zawierającą okna, natężenie oświetlenia na tej elewacji nie może przekraczać 5 luksów w przypadku światła białego i 3 luksów w przypadku światła kolorowego lub światła o zmieniającym się natężeniu, błyskawiczo, ewentualnie pulsującego.

**ROZPORZĄDZENIE MINISTRA INFRASTRUKTURY
z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych,
jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie**

- billboard, czyli tablica reklamowa (urządzenie reklamowe trwale związane z gruntem), stanowi w rozumieniu definicji ustawowej obiekt budowlany, a konkretnie budowlę
- budynek na działce budowlanej należy sytuować w odległości od granicy z sąsiednią działką budowlaną nie mniejszej niż 3 m - w przypadku budynku zwróconego ścianą bez otworów okiennych lub drzwiowych w stronę tej granicy
 - ponieważ billboard nie jest budynkiem a budowlą, ograniczenie dot. 3 m nie ma zastosowania
- Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad mimo to każe utrzymać reklamę typu billboard powiązanej z gruntem w odległości 3 m od granicy działki

<http://www.budownictwo.abc.com.pl/czytaj/-/artykul/jaka-jest-wlasciwa-odleglosc-posadowienia-reklamy-typu-billboard-od-granicy-dzialki>

163

**Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z
dnia 16 sierpnia 1999 r. w sprawie warunków technicznych
użytkowania budynków mieszkalnych (zmienione 2009 r.)**

§ 14a. 1. Budynek mieszkalny wielorodzinny powinien być użytkowany w sposób zapewniający nieograniczenie oświetlenia dziennego mieszkań.

3. Na budynku mieszkalnym wielorodzinnym mogą być instalowane urządzenia i nośniki reklamowe oraz inne urządzenia niezwiązane z użytkowaniem budynku lub mieszkania, o ile nie ograniczają oświetlenia dziennego mieszkania.

- czyli można zawiesić nośnik reklamowy np. na ślepych ścianach (klatki schodowe, korytarze itp.)

4. Przepisu ust. 1 nie stosuje się w przypadku wykonywania robót budowlanych dotyczących elewacji tego budynku.

164

ustawa z 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami

☐ **Art.36.1.** Pozwolenia wojewódzkiego konserwatora zabytków wymaga:

10) umieszczanie na zabytku wpisanym do rejestru: urządzeń technicznych, tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w rozumieniu art. 2pkt 16b i 16c ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz napisów, z zastrzeżeniem art. 12 ust. 1;

11) podejmowanie innych działań, które mogłyby prowadzić do naruszenia substancji lub zmiany wyglądu zabytku wpisanego do rejestru, z wyłączeniem działań polegających na usuwaniu drzew lub krzewów z terenu nieruchomości lub jej części niebędącej wpisanym do rejestru parkiem, ogrodem albo inną formą zaprojektowanej zieleni;

Art.12.1. Starosta, w uzgodnieniu z wojewódzkim konserwatorem zabytków, może umieszczać na zabytku nieruchomym wpisanym do rejestru znak informujący o tym, iż zabytek ten podlega ochronie.

za: *Ilustrowane prawo reklamy* – K. Grzybczyk

☐ Należy również pamiętać, że w świetle wskazanej wyżej regulacji prawnej nie wolno tablic reklamowych umieszczać na zabytkach – w rzeczywistości są one umieszczane na rusztowaniach okalających remontowane zabytki, zasłaniając również w ten sposób brud i bałagan związany z pracami.



Reklamy Tommy Hilfiger wraz z salonami Gomez Fashion Store wspomagały remont dwóch kamieniczek na poznańskim rynku

<https://www.signs.pl/poznanski-rynek%3A-reklama-marki-tommyhilfiger-na-zabytkowych-kamieniczkach,17510,artykul.html>

**ustawa z 23 lipca 2003 r.
o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami
- wprowadzone ustawą krajobrazową**

Art. 118. 1. Kto bez pozwolenia umieszcza na zabytku wpisanym do rejestru: urządzenie techniczne, tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w rozumieniu art. 2 pkt 16b i 16c ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, lub napis, podlega karze ograniczenia wolności albo grzywny.

2. Podżeganie i pomocnictwo są karalne.

3. W razie popełnienia wykroczenia można orzec przepadek przedmiotów służących lub przeznaczonych do popełnienia wykroczenia, choćby nie stanowiły własności sprawcy, lub obowiązek przywrócenia do stanu poprzedniego.

167

**Ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r.
o ochronie przyrody**

Art. 15.1. W parkach narodowych oraz w rezerwatach przyrody zabrania się:

19) umieszczania tablic, napisów, ogłoszeń reklamowych i innych znaków niezwiązanych z ochroną przyrody, udostępnianiem parku albo rezerwatu przyrody, edukacją ekologiczną, z wyjątkiem znaków drogowych i innych znaków związanych z ochroną bezpieczeństwa i porządku powszechnego;

168

Ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody

Art. 45.1. W stosunku do pomnika przyrody, stanowiska dokumentacyjnego, użytku ekologicznego lub zespołu przyrodniczo-krajobrazowego mogą być wprowadzone następujące zakazy:

- 11) umieszczania tablic reklamowych.

169

Ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody

Art. 51.1. W stosunku do dziko występujących roślin lub grzybów gatunków objętych ochroną gatunkową mogą być wprowadzone następujące zakazy:

- 8) zbywania, oferowania do sprzedaży, wymiany, darowizny lub transportu okazów gatunków;

Art. 52.1. W stosunku do dziko występujących zwierząt gatunków objętych ochroną gatunkową mogą być wprowadzone następujące zakazy:

- 10) zbywania, oferowania do sprzedaży, wymiany, darowizny lub transportu w celu sprzedaży okazów gatunków;

170

Ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody

- ❑ naruszenie zakazów może spowodować odpowiedzialność karną (*wykroczenie*)
skazany podlega karze aresztu albo grzywny
- ❑ wchodzenie w posiadanie okazów roślin, zwierząt, grzybów objętych ochroną gatunkową w liczbie większej niż nieznaczna
LUB
handlowanie okazami gatunku podlegającego ochronie stanowowi przestępstwo
zagrożone karą pozbawienia wolności od 3 mcy do lat 5

171

Ustawa z dnia 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska

Art. 80.

Reklama lub inny rodzaj promocji towaru lub usługi nie powinny zawierać treści propagujących model konsumpcji sprzeczny z zasadami ochrony środowiska i zrównoważonego rozwoju, a w szczególności wykorzystywać obrazu dzikiej przyrody do promowania produktów i usług negatywnie wpływających na środowisko przyrodnicze.

Art. 39.

Organizacje społeczne mogą występować do właściwych organów administracji o zastosowanie środków zmierzających do zaprzestania reklamy lub innego rodzaju promocji towaru lub usługi, jeśli reklama ta lub inny rodzaj promocji sprzeczne są z art. 80.

Art. 328.

Organizacje ekologiczne mogą występować do sądu z roszczeniem o zaprzestanie reklamy lub innego rodzaju promocji towaru lub usługi, jeśli reklama ta lub inny rodzaj promocji sprzeczne są z art. 80.

172

ustawa z 25 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu

- wprowadziła szereg rozwiązań do różnych ustaw mających na celu uporządkowanie kwestii przestrzeni publicznej
- jest to tzw. *ustawa krajobrazowa*



opłata reklamowa (wprowadzona ustawą krajobrazową) w ustawie z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych

Art. 17a. 1. Rada gminy może wprowadzić opłatę reklamową od umieszczonych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych.

2. Opłata reklamowa może być pobierana jedynie na obszarach, dla których obowiązują zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń.

3. Opłatę reklamową pobiera się od:

- 1) właścicieli nieruchomości lub obiektów budowlanych, z wyłączeniem nieruchomości gruntowych oddanych w użytkowanie wieczyste,
- 2) użytkowników wieczystych nieruchomości gruntowych,
- 3) posiadaczy samoistnych nieruchomości lub obiektów budowlanych,
- 4) posiadaczy nieruchomości lub ich części albo obiektów budowlanych lub ich części, stanowiących własność Skarbu Państwa lub jednostki samorządu terytorialnego, jeżeli posiadanie:
 - a) wynika z umowy zawartej z właścicielem, Agencją Nieruchomości Rolnych lub z innego tytułu prawnego,
 - b) jest bez tytułu prawnego – jeżeli na tych nieruchomościach lub obiektach budowlanych znajdują się tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe, niezależnie od tego czy na tablicy reklamowej lub urządzeniu reklamowym 174 eksponowana jest reklama.

opłata reklamowa (wprowadzona ustawą krajobrazową) w ustawie z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych

Art. 17a. 5. Opłaty reklamowej nie pobiera się jeżeli tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe, o których mowa w ust. 2:

- 1) nie są widoczne z przestrzeni dostępnych publicznie;
- 2) stanowią szyld, o ile jest on zgodny z zasadami i warunkami sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń;
- 3) są realizacją obowiązku nałożonego przepisami prawa;
- 4) służą wyłącznie do upowszechniania informacji:
 - a) trwale upamiętniającej osoby, instytucje lub wydarzenia,
 - b) o charakterze religijnym, związanym z działalnością kościołów lub innych związków wyznaniowych, jeżeli tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe sytuowane są w granicach terenów użytkowanych jako miejsca kultu i działalności religijnej oraz cmentarzy.

175

opłata reklamowa (wprowadzona ustawą krajobrazową) w ustawie z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych

Art. 17b. 1. Opłata reklamowa składa się z **części stałej** i **części zmiennej**.

2. Część stała ma zryczałtowaną wysokość niezależną od pola powierzchni tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego służącego ekspozycji reklamy.

3. Część zmienna zależy od wielkości pola powierzchni tablicy lub urządzenia reklamowego służących ekspozycji reklamy.

4. Jeśli kształt urządzenia reklamowego uniemożliwia wyznaczenie pola powierzchni służącej ekspozycji reklamy, o którym mowa w ust. 3, wysokość opłaty zależy od pola powierzchni bocznej prostopadłościanu opisanego na urządzeniu reklamowym.

176

ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym
- zmiany za ustawą krajobrazową

- w art. 2 dodano ust. 16a-16f, w których zdefiniowano pojęcia dotyczące reklamy przestrzennej i pojęć dotyczących krajobrazu

177

ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym
- zmiany za ustawą krajobrazową

- REKLAMA** – upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne
- TABLICA REKLAMOWA** – przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, o płaskiej powierzchni służącej ekspozycji reklamy, w szczególności baner reklamowy, reklama naklejana na okna budynków i reklamy umieszczane na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem

178

ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym
- zmiany za ustawą krajobrazową

- URZĄDZENIE REKLAMOWE** – przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, inny niż tablica reklamowa, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem
- SZYLD** – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe informująca o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują

179

ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym
- zmiany za ustawą krajobrazową

- KRAJOBRAZ** – postrzegana przez ludzi przestrzeń, zawierająca elementy przyrodnicze lub wytwory cywilizacji, ukształtowana w wyniku działania czynników naturalnych lub działalności człowieka
- KRAJOBRAZ PRIORYTETOWY** – krajobraz szczególnie cenny dla społeczeństwa ze względu na swoje wartości przyrodnicze, kulturowe, historyczne, architektoniczne, urbanistyczne, ruralistyczne lub estetyczno-widokowe, i jako taki wymagający zachowania lub określenia zasad i warunków jego kształtowania

180

ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym
- zmiany za ustawą krajobrazową

Art. 37a. 1. Rada gminy może ustalić w formie uchwały zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

2. W odniesieniu do szyldów w uchwale, o której mowa w ust. 1, określa się zasady i warunki ich sytuowania, gabaryty oraz liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność.

3. W uchwale, o której mowa w ust. 1, rada gminy może ustalić zakaz sytuowania ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z wyłączeniem szyldów.

181

ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym
- zmiany za ustawą krajobrazową

Art. 37a. 4. Uchwała, o której mowa w ust. 1, jest aktem prawa miejscowego.

5. Uchwała, o której mowa w ust. 1, dotyczy całego obszaru gminy, z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu. 6. Uchwała, o której mowa w ust. 1, może przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy określając w sposób jednoznaczny granice tych obszarów.

7. W przypadku, o którym mowa w ust. 6, uchwała, o której mowa w ust. 1, może zawierać załącznik graficzny wraz z opisem, jednoznacznie określającym ich granice.

182

ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym **- zmiany za ustawą krajobrazową**

Art. 37a. 8. Uchwała, o której mowa w ust. 1, w zakresie dotyczącym ogrodzeń, nie ma zastosowania do ogrodzeń autostrad i dróg ekspresowych oraz ogrodzeń linii kolejowych.

9. Uchwała, o której mowa w ust. 1, określa 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.

10. Uchwała, o której mowa w ust. 1, może:

- 1) wskazywać rodzaje obiektów małej architektury, które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale;
- 2) wskazywać obszary oraz rodzaje ogrodzeń dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania ogrodzeń istniejących w dniu jej wejścia w życie do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale.

183

ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym **- zmiany za ustawą krajobrazową**

Art. 37c. Przepisów dotyczących reklam nie stosuje się do upowszechniania informacji wyłącznie:

- 1) trwale upamiętniającej osoby, instytucje lub wydarzenia;
- 2) o charakterze religijnym, związanym z działalnością kościołów lub innych związków wyznaniowych, jeżeli tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe sytuowane są w granicach terenów użytkowanych jako miejsca kultu i działalności religijnej oraz cmentarzy.

Art. 37d. 1. Podmiot, który umieścił tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe niezgodne z przepisami uchwały, o której mowa w art. 37a ust. 1, podlega karze pieniężnej.

184

Uchwała Krajobrazowa Gdańska



witryna to nie billboard
wyklejanie folią całej powierzchni witryny
jest niezgodne z Uchwałą Krajobrazową Gdańska

CO PRZYNOŚI UCHWAŁA KRAJOBRAZOWA W SOPOCIE?



Uchwała Krajobrazowa Gdańska



Ustawa z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych

Art. 22.1. Zarząd drogi sprawuje nieodpłatny trwały zarząd gruntami w pasie drogowym.

2. Grunty, o których mowa w ust. 1, zarząd drogi może oddawać w najem, dzierżawę albo je użyczać, w drodze umowy, na cele związane z potrzebami zarządzania drogami, ruchu drogowego lub obsługi użytkowników ruchu, a także na cele instalacji urządzeń, o których mowa w art. 20g ust. 1. Zarząd drogi pobiera z tytułu najmu lub dzierżawy opłaty w wysokości ustalonej w umowie. Przepisów art. 43 ust. 2 pkt 3 i art. 85 ust. 1 ustawy z dnia 21 sierpnia 1997 r. o gospodarce nieruchomościami nie stosuje się.

2a. W przypadku zawarcia umowy o partnerstwie publiczno-prywatnym partner prywatny może otrzymać w najem, dzierżawę albo użyczenie nieruchomości leżące w pasie drogowym, w celu wykonywania działalności gospodarczej.

2c. W granicach miast na prawach powiatu tablice reklamowe i urządzenia reklamowe mogą być umieszczane na gruntach, o których mowa w ust. 1, na podstawie odpłatnej umowy cywilnoprawnej w wypadkach uzasadnionych względami funkcjonalnymi, w szczególności wówczas gdy takie tablice lub urządzenia są umieszczone na wiatach przystankowych lub obiektach małej architektury.

Ustawa z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych

Art. 39. 1. Zabrania się dokonywania w pasie drogowym czynności, które mogłyby powodować niszczenie lub uszkodzenie drogi i jej urządzeń albo zmniejszenie jej trwałości oraz zagrażać bezpieczeństwu ruchu drogowego. W szczególności zabrania się:

- 5) umieszczania reklam:
 - a) imitujących znaki i sygnały drogowe oraz urządzenia bezpieczeństwa ruchu drogowego,
 - b) poza obszarem zabudowanym, z wyłączeniem parkingów i miejsc obsługi podróżnych;

187

Ustawa z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych

Art. 40. 1. Zajęcie pasa drogowego na cele niezwiązane z budową, przebudową, remontem, utrzymaniem i ochroną dróg, wymaga zezwolenia zarządcy drogi, wydanego w drodze decyzji administracyjnej
– zezwolenie nie jest wymagane w przypadku zawarcia umowy, o której mowa w art. 22 ust. 2, 2a lub 2c.

2. Zezwolenie, o którym mowa w ust. 1, dotyczy:
 - 1) prowadzenia robót w pasie drogowym;
 - 2) umieszczania w pasie drogowym urządzeń infrastruktury technicznej niezwiązanych z potrzebami zarządzania drogami lub potrzebami ruchu drogowego;
 - 3) umieszczania w pasie drogowym obiektów budowlanych niezwiązanych z potrzebami zarządzania drogami lub potrzebami ruchu drogowego oraz reklam;
 - 4) zajęcia pasa drogowego na prawach wyłączności w celach innych niż wymienione w pkt 1–3.

Ustawa z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych

Art.40. 5. Opłatę za zajęcie pasa drogowego w celu, o którym mowa w ust. 2 pkt 2, ustala się jako iloczyn liczby metrów kwadratowych powierzchni pasa drogowego zajętej przez rzut poziomy urządzenia i stawki opłaty za zajęcie 1m² pasa drogowego pobieranej za każdy rok umieszczenia urządzenia w pasie drogowym, przy czym za umieszczenie urządzenia w pasie drogowym lub na drogowym obiekcie inżynierskim przez okres krótszy niż rok opłata obliczana jest proporcjonalnie do liczby dni umieszczenia urządzenia w pasie drogowym lub na drogowym obiekcie inżynierskim.

6. Opłatę za zajęcie pasa drogowego w celu, o którym mowa w ust. 2 pkt3, ustala się jako iloczyn liczby metrów kwadratowych powierzchni pasa drogowego zajętej przez rzut poziomy obiektu budowlanego albo powierzchni reklamy, liczby dni zajmowania pasa drogowego i stawki opłaty za zajęcie 1m² pasa drogowego.

6a. Nie pobiera się opłaty za zajęcie pasa drogowego w związku z umieszczaniem w pasie drogowym tablic informujących o nazwie formy ochrony przyrody, o których mowa w art.115 ustawy z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody oraz znaków informujących o formie ochrony zabytków.

6b. Opłatę za zajęcie pasa drogowego, o której mowa w ust. 6, powiększa się, od dnia wprowadzenia opłaty reklamowej przez radę gminy, o wysokość opłaty reklamowej, o której mowa w art. 17a ustawy z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach¹⁸⁹ lokalnych.

Ustawa z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych

Art. 40. 12. Za zajęcie pasa drogowego:

- 1) bez zezwolenia zarządcy drogi lub bez zawarcia umowy, o której mowa w art. 22 ust. 2, 2a lub 2c,
 - 2) z przekroczeniem terminu zajęcia określonego w zezwoleniu zarządcy drogi lub w umowie, o której mowa w art. 22 ust. 2, 2a lub 2c,
 - 3) o powierzchni większej niż określona w zezwoleniu zarządcy drogi lub w umowie, o której mowa w art. 22 ust. 2, 2a lub 2c
- zarządca drogi wymierza, w drodze decyzji administracyjnej, **karę pieniężną** w wysokości 10-krotności opłaty ustalonej zgodnie z ust. 4–6.

Ustawa z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych

- zgodnie z art. 43 ust. 1 obiekty budowlane przy drogach powinny być usytuowane w określonych szczegółowo (z uwzględnieniem rodzaju drogi i położenia drogi w terenie zabudowy lub poza nim) odległościach od zewnętrznej krawędzi jezdni

Lp.	Rodzaj drogi	W terenie zabudowy	Poza terenem zabudowy
1	Autostrada	30 m	50 m
2	Droga ekspresowa	20 m	40 m
3	Droga ogólnodostępna:		
	a) krajowa	10 m	25 m
	b) wojewódzka, powiatowa	8 m	20 m
	c) gminna	6 m	15 m

Ustawa o ochronie roślin

środki ochrony roślin - substancje aktywne lub preparaty zawierające jedną lub więcej substancji aktywnych, w postaci dostarczonej użytkownikowi, przeznaczone do:

- a) ochrony roślin, produktów roślinnych lub przedmiotów przed organizmami szkodliwymi lub zapobiegania występowaniu tych organizmów,
- b) wpływania na procesy życiowe roślin w inny sposób niż składnik pokarmowy, w tym regulator wzrostu,
- c) zabezpieczenia produktów roślinnych, jeżeli te substancje lub preparaty nie są objęte odrębnymi przepisami,
- d) niszczenia niepożądanych roślin,
- e) niszczenia części roślin lub hamowania, lub zapobiegania niepożądanemu wzrostowi roślin;

Art. 45.

1. Zezwolenie na dopuszczenie środka ochrony roślin do obrotu zawiera:
 - 1) nazwę, siedzibę i adres wnioskodawcy oraz producenta środka ochrony roślin, jeżeli wnioskodawca nie jest producentem tego środka;
 - 2) nazwę i rodzaj środka ochrony roślin;
 - 3) nazwy chemiczne i zwyczajowe substancji aktywnych, określenie ich zawartości w środku ochrony roślin oraz nazwę, siedzibę i adres producenta tych substancji;
 - 4) informację o klasyfikacji środka ochrony roślin pod względem stwarzania przez niego zagrożeń dla zdrowia człowieka, pszczół i organizmów wodnych;
 - 5) wymagania jakościowe dla środka ochrony roślin;
 - 6) treść etykiety-instrukcji stosowania w języku polskim**

193

USTAWA z dnia 13 września 2002 r. o produktach biobójczych

Art. 46.

1. Reklamie produktu biobójczego musi towarzyszyć następujący tekst „Produkt biobójczy należy używać, z zachowaniem szczególnych środków ostrożności. Przed użyciem należy przeczytać etykietę i ulotkę informacyjną”. Tekst ten musi być wyróżniony od pozostałej treści reklamy.
2. W tekście, o którym mowa w ust. 1, określenie „biobójczy” może być zastąpione dokładnym określeniem grupy produktu, którego dotyczy reklama.

Art. 47.

Reklama produktu biobójczego nie może wprowadzać w błąd odnośnie zagrożenia produktu dla ludzi, zwierząt i środowiska i nie może zawierać określeń „produkt biobójczy o niskim ryzyku”, „nietoksyczny”, „nieszkodliwy” ani o podobnym znaczeniu.

194