

Opinia prawna

do projektu uchwały grupy Radnych Rady Miejskiej w Tarnowie w zmieniającej uchwałę w sprawie 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.

Projektowaną uchwałą przedłuża się termin obowiązku dostosowania tablic i urządzeń reklamowych do zasad i warunków określonych w uchwale Nr XVI/181/2019 Rady Miejskiej w Tarnowie z dnia 12 września 2019 r. W uzasadnieniu uchwały podano między innymi, że występuje niepewność co do możliwości egzekwowania od właścicieli nieruchomości dostosowania reklam do zasad i warunków określonych w uchwale, a to na skutek zawisłego przed Trybunałem Konstytucyjnym pytania o zgodność z Konstytucją przepisu art. 37a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym w zakresie w jakim przewiduje obowiązek określenia w uchwale „krajobrazowej” warunków i terminu dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie wzniesionych na podstawie zgody budowlanej, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów określonych w uchwale, bez zapewnienia ustawowych podstaw i trybu dochodzenia odszkodowania przez podmioty, które są zobowiązane do ich usunięcia. Przesunięcie terminu dostosowawczego jest zdaniem projektodawców „pożądane z uwagi na interes majątkowy Miasta, a także z uwagi na interes społeczny wyrażający się w zapewnieniu poszanowania prawa”.

Projektowana uchwała budzi zastrzeżenia prawne:

Uchwała nie została poprzedzona przeprowadzeniem procedury przewidzianej w przepisie art. 37b ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2021 r. poz. 741, 784, 922 i 1873). Przepis ten przewiduje między innymi:

- 1) podjęcie uchwały rady o przygotowaniu przez prezydenta projektu uchwały ustalającej 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 (w dalszej treści opiniujący będzie określał uchwałę jako uchwałę w sprawie zasad i warunków sytuowania reklam lub uchwałę „krajobrazową”);
- 2) podanie do publicznej wiadomości informacji o podjęciu przez radę gminy uchwały, o której mowa w pkt 1;
- 3) sporządzenie projektu uchwały określającej zasady i warunki sytuowania reklam;
- 3) zasięgnięcie opinii regionalnego dyrektora ochrony środowiska o projekcie uchwały;
- 4) uzgodnienie projektu uchwały z wojewódzkim konserwatorem zabytków;
- 5) zasięgnięcie opinii właściwego organu Państwowej Straży Pożarnej oraz marszałka województwa;

- 6) wyłożenie projektu uchwały do publicznego wglądu, na okres co najmniej 21 dni;
- 7) zbieranie uwag do tego projektu;
- 8) rozstrzygnięcie o zgłoszonych uwagach.

Opisany wyżej tryb określony został przez ustawodawcę dla podjęcia uchwały ustalającej zasady i warunki sytuowania reklam, a nie do zmiany uchwały, jak w projekcie lecz zdaniem opiniującego poprawna legislacja wymaga, by tryb ten miał zastosowanie również do uchwał zmieniających.

Stanowisko opiniującego w tym zakresie nie przesądza o niezgodności uchwały z prawem, bowiem można przywołać argumenty przeciwne postawionej tezie.

Po pierwsze można zwrócić uwagę na fakt, że w art. 27 tej samej ustawy o planowaniu przestrzennym ustawodawca wyraźnie stanowi, że „zmiana studium lub planu miejscowego następuje w takim trybie, w jakim są one uchwalane”. W odniesieniu do uchwały „krajobrazowej” brak jest takiego wskazania, stąd można twierdzić, że gdyby ustawodawca chciał poddać określonemu trybowi przyjmowanie uchwał zmieniających uchwały krajobrazowe, to zapisał by to wyraźnie tak jak w odniesieniu do zmian studium oraz planu.

Po drugie można wskazać, że tryb przewidziany w art. 37b ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewidziany został dla ustalania zasad i warunków sytuowania reklam zaś projektowana uchwała ich nie określa, a jedynie zmienia termin obowiązku dostosowania reklam do wymogów uchwały. Zmiana nie dotyczy zatem kwestii merytorycznych, na których rozważenie nakierowany jest tryb określony w art. 37b ustawy.

Uchwała narusza także regułę nie działania prawa wstecz. Retroakcja przejawia się w przywróceniu terminu obowiązku dostosowania do wymogów uchwały billboardów, o czym przesądza uchylene § 32 ust. 3 uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania reklam. Obowiązek dostosowania tych urządzeń reklamowych do zasad i warunków określonych w uchwale krajobrazowej wszedł w życie z dniem 29 marca 2021 r. stąd w odniesieniu do billboardów nie mamy do czynienia z przedłużeniem terminu lecz jego przywróceniem. Zabieg ten nie jest zgodny z prawem, bowiem nie rozstrzyga i nie może rozstrzygnąć wstecz sytuacji prawnej w okresie, w którym obowiązek dostosowawczy istniał.

Uchwała budzi także zastrzeżenia redakcyjne bowiem pozostawia się w treści zmienianego ust. 2 odesłanie do ust. 3 cyt. „z zastrzeżeniem ust. 3,”, a następnie ust. 3 uchyla się. Dla poprawnej redakcji należałoby usunąć to zastrzeżenie.

Ubocznie opiniujący potwierdza, że niepewność, co do zgodności z Konstytucją przepisu art. 37b ust. 9 ustawy o planowaniu przestrzennym istnieje bowiem do Trybunału Konstytucyjnego wpłynęło pytanie prawne takie jakie opisują wnioskodawcy. Ewentualny wyrok Trybunału stwierdzający sprzeczność tego przepisu z Konstytucją istotnie może

wpłynąć na odpowiedzialność Miasta za szkody wyrządzone na skutek wymuszenia dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie urządzeń reklamowych do zasad i warunków określonych w tarnowskiej uchwale krajobrazowej. Z tego punktu widzenia przedłużenie terminu dostosowawczego jest pożądane.


RADCA PRAWNY
Piotr Wójcik