

Reklama w pasie drogowym

Kategoria: Komunikacja i Transport

Opublikowano: sobota, 11, październik 2014 00:00

Bernadeta Skóbel

Odłony: 1657

Skoro zakaz umieszczania reklam w pasie drogowym jest zasadą (art. 39 ust. 1), a odstąpienie od tego zakazu wyjątkiem (art. 39 ust. 3), to należy uznać, że to wnioskodawca powinien przedstawić argumenty i dowody na to, że zamieszczenie reklam na obszarze sąsiadującym ze skrzyżowaniem nie spowoduje w konkretnych okolicznościach zagrożenia dla bezpieczeństwa ruchu drogowego. Ponadto wnioskodawca winien wykazać, że zamieszczenie reklamy jest "szczególnie uzasadnionym przypadkiem". Wyrok NSA z 31 lipca 2013 r. sygn. II GSK 749/12.

Przyjęcie takiego stanowiska w żadnym wypadku nie narusza zasady prawdy obiektywnej wyrażonej przez art. 7 k.p.a. Organ prowadzący postępowanie jest nią związany, choć zakres jej zastosowania zdeterminowany jest rozkładem ciężaru dowodu, który wynika z przepisów prawa materialnego stosowanych w analizowanym postępowaniu. Zasada ta realizowana jest więc w nim przede wszystkim przez dokładną analizę i ocenę dowodów przedstawionych przez stronę na poparcie zgłaszanego przez nią żądania. Powinny one znaleźć odzwierciedlenie w uzasadnieniu decyzji zarządcy drogi. W tym zakresie organ może także przeprowadzić z urzędu określone dowody, które posłużą weryfikacji materiału przedstawionego przez wnioskodawcę, np. z opinii biegłego. Nie ma jednak co do zasady takiego obowiązku.

Źródło: [CBOSA](#)