Reklama w pasie drogowym

Kategoria: Komunikacja i Transport
Opublikowano: poniedziałek, 01, czerwiec 2015 00:00
Bernadeta Skóbel
Odsłony: 1419

O tym, co jest reklamą, a co reklamą nie jest, decydują przepisy ustawy o drogach publicznych, która zawiera definicję legalną tego pojęcia.

Zgodnie z art. 4 pkt 23 tego aktu, reklama to nośnik informacji wizualnej w jakiejkolwiek materialnej formie wraz z elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, umieszczony w polu widzenia użytkowników drogi, niebędący znakiem w rozumieniu przepisów o znakach i sygnałach lub znakiem informującym o obiektach użyteczności publicznej ustawionym przez gminę. Powyższe przepisy wyznaczają podstawy prawne wydanego przez organy administracyjne rozstrzygnięcia i równocześnie zakres ustaleń faktycznych, jakie organy te powinny dokonać w toku rozpoznania niniejszej sprawy. Wydanie decyzji o nałożeniu kary za samowolne zajęcie pasa drogowego powinny poprzedzać ustalenia w zakresie: podmiotu, czasookresu i miejsca zajęcia powierzchni reklamy.

Wyrok WSA we Wrocławiu z 8 maja 2015 r. sygn. III SA/Wr 816/14.

Źródło: CBOSA

Phoca PDF