



Nowa opłata

2020-09-30

Czym jest opłata reklamowa? Na jakiej podstawie została stworzona i jaka będzie jej wysokość? Projekt uchwały w sprawie ustanowienia opłaty reklamowej został przedstawiony radnym z Komisji Budżetowej i wzbudził wiele kontrowersji.

Zgodnie z zapisami uchwały krajobrazowej gmina ma prawo wprowadzić opłatę od nośników reklamowych. Opłata reklamowa ma przede wszystkim na celu utrzymanie zasad uchwały krajobrazowej i stosowanie się do jej zapisów. Obowiązek uiszczenia opłaty reklamowej ciąży odpowiednio na: właścicielu, użytkowniku wieczystym lub samoistnym posiadacz nieruchomości lub obiektu budowlanego, na których znajduje się tablica lub urządzenie reklamowe, chyba że reklama nie jest widoczna z przestrzeni dostępnych publicznie lub stanowi szyld reklamowy. Ustawodawca uznał bowiem, że odmiennie należy potraktować niewielką informację o działalności gospodarczej prowadzonej na danym terenie i reklamę nie mającą żadnego związku z miejscem, w którym jest zlokalizowana. Na opłatę składa się część stała (niezależna od powierzchni reklamy) i część zmienna (proporcjonalna do wielkości reklamy). Stawki opłaty reklamowej wynoszą:

- część stała opłaty reklamowej - 2,70 zł dziennie,
- część zmienna opłaty reklamowej - 0,24 zł od 1m kw. pola powierzchni tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego służących ekspozycji reklamy dziennie.

Dochody z tytułu opłaty reklamowej, zgodnie z zapisami ustawy, pomniejszą w części wpływy z tytułu podatku od nieruchomości. Radni mieli wątpliwości związane z zapisami powyższego projektu uchwały. Radny Michał Starobrat pytał, o ile zostaną pomniejszone dochody z tytułu podatku od nieruchomości w związku z opłatą reklamową. I otrzymał odpowiedź, iż będzie to ok. 22 proc.

- Jestem zwolennikiem opłaty reklamowej, jednak niepokoi mnie, że będzie to duże obciążenie dla firm reklamowych. Może warto pomyśleć o programie osłonowym dla firm z branży reklamowej, szczególnie tych najmniejszych – proponował radny Starobrat.

Kontrowersje radnych budzi przede wszystkim fakt, iż opłata nakładana jest na właściciela nieruchomości, a nie zaś na właścicieli nośników reklamowych.

Dochody z tytułu opłaty reklamowej w pierwszym roku obowiązywania szacuje się na poziomie 15 mln zł, a po dostosowaniu reklam do wymagań uchwały krajobrazowej dochody z tytułu opłaty reklamowej winny wynosić około 10 mln zł rocznie. Szacunkowy koszt poboru opłaty reklamowej wyniesie rocznie około 1,7 mln zł. Druk jednak nie uzyskał pozytywnej opinii Komisji.