



Zastępca Prezydenta Miasta Szczecin

Łukasz Kadlubowski

pl. Armii Krajowej 1, 70-456 Szczecin

tel. + 4891 42 45 209

fax + 4891 42 45 207

lkadlubowski@um.szczecin.pl • www.szczecin.eu

Szczecin, 2025 – 06 – 04

Pan

Wojciech Dorżynkiewicz

Radny Rady Miasta Szczecin

Nasz znak: WGK-II.0003.0766.2025.EK

Dotyczy: odpowiedzi na interpelację nr 1198

Szanowny Panie Radny,

w odpowiedzi na interpelację nr 1198 informuję, że zgodnie z art. 45 ust. 1 pkt 7 ustawy Prawo o ruchu drogowym zabrania się umieszczania na drodze lub w jej pobliżu urządzeń wysyłających lub odbijających światło w sposób powodujący oślepienie albo wprowadzających w błąd uczestników ruchu.

Należy również zwrócić uwagę, że umieszczenie tego typu neonu będzie spełniać przesłanki zajęcia pasa drogowego. Jego forma i funkcja będzie bowiem mieściła się w definicji reklamy w rozumieniu ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych. W skróconym brzmieniu art. 4 pkt 23 przywołanej ustawy, reklamą jest umieszczone w polu widzenia użytkownika drogi tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe w rozumieniu ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, a także każdy inny nośnik informacji wizualnej wraz z jej elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, niebędący znakiem drogowym, ustawionym przez gminę znakiem informującym o obiektach zlokalizowanych przy drodze, w tym obiektach użyteczności publicznej, znakiem informującym o formie ochrony zabytków lub tablicą informacyjną o nazwie formy ochrony przyrody. W orzecznictwie sądowo-administracyjnym wskazuje się, że reklamą są wszystkie, nie wymienione wyżej jako wyłączenia, nośniki zawierające informacje promujące osoby, towary, usługi, przedsiębiorstwa, przedsięwzięcia, ruchy społeczne itd.

Z kolei zgodnie z art. 40 ust. 1-2 ustawy o drogach publicznych zajęcie pasa drogowego na cele niezwiązane z budową, przebudową, remontem, utrzymaniem i ochroną dróg wymaga zezwolenia zarządcy drogi, wydanego w drodze decyzji administracyjnej. Zezwolenie, o którym mowa dotyczy m.in. umieszczania w pasie drogowym reklam. Jednocześnie nawiązując do art. 39 ust. 3 pkt 2 ustawy, zarządca drogi odmawia wydawania zezwolenia na umieszczenie w pasie drogowym reklam, jeżeli ich umieszczenie mogłoby powodować niszczenie lub uszkodzenie drogi i jej urządzeń, lub zmniejszenie jej trwałości, lub zagrażać bezpieczeństwu ruchu drogowego.

W aspekcie dbałości o infrastrukturę drogi należy mieć na uwadze, że neon miałby być umieszczony na nowopowstającym obiekcie inżynierskim, który będzie objęty ochroną

prawną inwestora w zakresie rękojmi i gwarancji. Zgodnie z art. 39 ust. 3 pkt 1 ustawy o drogach publicznych właściwy zarządca drogi może odmówić wydania zezwolenia na umieszczenie w pasie drogowym urządzeń i infrastruktury, o których mowa w ust. 1a (infrastruktura telekomunikacyjna, urządzenia służące do doprowadzania lub odprowadzania płynów, pary, gazu, energii elektrycznej, punkty ładowania drogowego transportu publicznego) wyłącznie, jeżeli ich umieszczenie spowodowałoby zagrożenie bezpieczeństwa ruchu drogowego, naruszenie wymagań wynikających z przepisów odrębnych lub miałyby doprowadzić do utraty uprawnień z tytułu gwarancji lub rękojmi w zakresie budowy, przebudowy lub remontu dróg. Tym bardziej, w przypadku umieszczenia w pasie drogowym innych nielinowych urządzeń obcych niezwiązanych funkcjonalnie z drogą lub ruchem drogowym, czy też reklam, utrata uprawnień z tytułu gwarancji (rękojmi), stanowi przesłankę do odmowy wyrażenia przez zarządcę drogi zgody na ich lokalizację w pasie drogowym.

W kontekście przywołanych unormowań prawnych przede wszystkim należy mieć na względzie wpływ reklamy na bezpieczeństwo użytkowników drogi. Zgodnie z utrwaloną doktryną w zakresie stosowania przepisów ustawy o drogach, należy zważyć na bezsprzeczny negatywny wpływ funkcjonowania reklam w otoczeniu pasa drogowego na bezpieczeństwo ruchu drogowego. Zgodnie z opracowanymi przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju, Generalną Dyрекcję Dróg Krajowych i Autostrad, Instytut Transportu Samochodowego, Politechnikę Warszawską, Uniwersytet Warszawski i Politechnikę Gdańską wytycznymi w ramach projektu pn. „Wpływ reklam na bezpieczeństwo ruchu drogowego”, reklamy nie powinny być sytuowane między innymi nad pasami ruchu. Wśród czynników zwiększających ryzyko zdarzeń drogowych jest umieszczenie reklamy świetlnej. Niezalecanie jest też umieszczanie reklam w tzw. obszarach konfliktowych tj. przy skrzyżowaniach, na odcinkach drogi gdzie zlokalizowane są zjazdy, pasy włączenia itp. Wszystkie te czynniki mają miejsce w rozpatrywanej sytuacji. Ponadto, jest to ulica, na której dopuszczalna prędkość podniesiona jest do 70 km/h, gdzie prowadzący pojazd ma krótszy czas na reakcję.

2 poniedziałek
ZASTĘPCA PREZYDENTA MIASTA
Kucharski
Łukasz Kadłubowski