



NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI

Delegatura we Wrocławiu

LWR.410.22.1.2023

**Pan
Jacek Sutryk
Prezydent Wrocławia**

Urząd Miejski Wrocławia
pl. Nowy Targ 1-8
50-141 Wrocław

WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

P/23/079 – „Zarządzanie reklamą w przestrzeni publicznej”

NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI
Delegatura we Wrocławiu
ul. Marszałka J. Piłsudskiego 15-17, 50-044 Wrocław
T +48 71 711 83 00, F +48 71 711 83 50
lwr@nik.gov.pl

I. Dane identyfikacyjne

Jednostka kontrolowana	Urząd Miejski Wrocławia ¹ , pl. Nowy Targ 1- 8, 50-141 Wrocław
Kierownik jednostki kontrolowanej	Jacek Sutryk, Prezydent Wrocławia, od 19 listopada 2018 r.
Zakres przedmiotowy kontroli	1. Założenia i zasady eliminowania z przestrzeni miejskiej zbędnych i nielegalnych reklam oraz gospodarowania powierzchnią reklamową. 2. Nadzór nad umieszczaniem nośników reklamowych w przestrzeni miasta i gospodarowaniem powierzchnią reklamową.
Okres objęty kontrolą	Lata 2020 – 2023 do dnia zakończenia kontroli ² , z wykorzystaniem dowodów wytworzonych przed tym okresem, jeżeli miały one istotny wpływ dla ustaleń i ocen kontroli.
Podstawa prawna podjęcia kontroli	Art. 2 ust. 2 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli ³ .
Jednostka przeprowadzająca kontrolę	Najwyższa Izba Kontroli Delegatura we Wrocławiu
Kontroler	Ryszard Puchała, główny specjalista kontroli państwowej, upoważnienie do kontroli nr LWR/130/2023 z 8 sierpnia 2023 r. (akta kontroli: str. 1)

¹ Dalej: UMW lub Urząd.

² Tj. do 30 października 2023 r.

³ Dz. U. z 2022 r. poz. 623, dalej: ustawa o NIK.

II. Ocena ogólna⁴ kontrolowanej działalności

OCENA OGÓLNA

Na terenie miasta Wrocławia⁵ nie wprowadzono kompleksowych i spójnych zasad określających zarządzanie reklamą w przestrzeni miejskiej, a obowiązujące przepisy miały charakter fragmentaryczny. Uregulowania wprowadzone przez Prezydenta Wrocławia, odnosiły się wyłącznie do nieruchomości, których właścicielem była Gmina Wrocław⁶. Przyjęta 10 kwietnia 2014 r. przez Radę Miejską Wrocławia⁷ uchwała nr LVI/1465/14 w sprawie utworzenia parku kulturowego „Stare Miasto”⁸ porządkowała m.in. zagadnienia związane z prezentacją reklam w przestrzeni miejskiej, dotyczyła jednak wyłącznie niewielkiego obszaru Miasta. Zagadnienia związane z posadowieniem reklam regulowała również część miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego⁹.

NIK ocenia jako nierzetelne działania na rzecz wykonania uchwały RMW z 15 września 2016 r.¹⁰, zobowiązującej Prezydenta Wrocławia do przygotowania projektu uchwały ustalającej zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Pomimo upływu siedmiu lat (do czasu zakończenia kontroli, tj. do 30 października 2023 r.), projekt uchwały nie został przedłożony RMW celem dalszego procedowania.

Nadzór Urzędu nad umieszczaniem reklam w przestrzeni miejskiej, w tym na składnikach mienia gminnego nie był w pełni prawidłowy. Nie wdrożono mechanizmów nadzoru nad bezumownym wykorzystywaniem mienia komunalnego dla celów reklamowych. Nie podejmowano także systematycznych działań, których celem miałyby być weryfikacja legalności posadowienia nośników reklamowych w przestrzeni miejskiej, w szczególności na składnikach majątkowych Gminy. Podejmowane w Urzędzie działania, mające na celu usuwanie nielegalnych nośników reklamowych z nieruchomości komunalnych, miały charakter doraźny i stanowiły reakcję na wpływające informacje spoza struktur administracji miejskiej lub były wynikiem jednostkowych ustaleń pracowników, dokonywanych w związku z innymi czynnościami służbowymi.

⁴ Najwyższa Izba Kontroli formułuje ocenę ogólną jako ocenę pozytywną, ocenę negatywną albo ocenę w formie opisowej.

⁵ Dalej: Miasto.

⁶ Dalej: Gmina.

⁷ Dalej: RMW.

⁸ Dz. Urz. Woj. Doln. z 2023 r., poz. 3357 ze zm.

⁹ Dalej: mpzp.

¹⁰ Uchwała nr XXX/606/16 Rady Miejskiej Wrocławia z dnia 15 września 2016 r. w sprawie przygotowania projektu uchwały ustalającej zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, dalej: uchwała w sprawie przygotowania projektu uchwały krajobrazowej.

III. Opis ustalonego stanu faktycznego oraz oceny cząstkowe¹¹ kontrolowanej działalności

OBSZAR

1. Założenia i zasady eliminowania z przestrzeni miejskiej zbędnych i nielegalnych reklam oraz gospodarowania powierzchnią reklamową

Opis stanu faktycznego

1.1. RMW 15 września 2016 r. podjęła uchwałę w sprawie przygotowania projektu uchwały krajobrazowej. Wykonanie tego zadania powierzono Prezydentowi Wrocławia. Do czasu zakończenia czynności kontrolnych, tj. do 30 października 2023 r., projekt uchwały krajobrazowej¹² nie wpłynął do Biura RMW, co opisano szerzej w sekcji *Stwierdzone nieprawidłowości*.

Jednocześnie, w latach 2020 – 2023 (III kwartał) nie wypracowano kompleksowych uregulowań dotyczących zasad umieszczania reklam na terenie całego Miasta.

Uchwałą RMW z 10 kwietnia 2014 r.¹³ utworzono Park Kulturowy „Stare Miasto”¹⁴. Według stanu na 30 września 2023 r. obejmował on obszar Starego Miasta i Wysp Odrzańskich (Ostrów Tumski, Wyspa Piasek, Wyspa Młyńska, Wyspa Słodowa, Wyspa Bielarska, Tamka) stanowiących ogółem około 215,39 ha¹⁵, tj. około 0,7% powierzchni Miasta¹⁶.

Na terenie Parku Kulturowego wprowadzono zakazy i ograniczenia m.in. w zakresie: [1] montażu szyldów i prowadzenia działań reklamowych na budynkach, [2] umieszczania nośników reklamowych w witrynach i otworach okiennych, [3] działań reklamowych, [4] umieszczania reklamy na siatkach ochronnych rusztowań remontowanych budynków, [5] prowadzenia działalności handlowej i usługowej, [6] sytuowania stojaków eksponujących towar, przed lokalem w którym prowadzi się działalność handlową.

(akta kontroli: str. 54 - 64)

Według stanu na 23 sierpnia 2023 r. na terenie Wrocławia obowiązywało 518 miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego¹⁷.

W latach 2003 – 2015 elementem mpzp było określenie sposobu sytuowania nośników reklamowych i w tym czasie sporządzono 290 mpzp, w których regulacje takie zostały ujęte. W związku z wejściem w życie ustawy z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu¹⁸, postanowienia dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic

¹¹ Oceny cząstkowe to oceny działalności w poszczególnych obszarach badań kontrolnych. Ocena cząstkowa może być sformułowana jako ocena pozytywna, ocena negatywna albo ocena w formie opisowej.

¹² Uchwały, o której mowa w art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2023 r. poz. 977, ze zm.), dalej: uchwała krajobrazowa.

¹³ Zmienioną uchwałami: 1) nr XXXII/686/16 Rady Miejskiej Wrocławia z dnia 24 listopada 2016 r. (Dz. Urz. Woj. Doln., poz. 5478), 2) nr XLVII/1213/21 Rady Miejskiej Wrocławia z dnia 25 listopada 2021 r. (Dz. Urz. Woj. Doln., poz. 5749).

¹⁴ Zwany dalej: Parkiem Kulturowym.

¹⁵ Powierzchnia Wrocławia według danych GUS 292,8 km², tj. około 29 280 ha. https://wroclaw.stat.gov.pl/files/gfx/wroclaw/pl/defaultstronaopisowa/1731/1/2/wazniejsze_dane_o_wroclawiu_2021.pdf - dostęp: 10 października 2023 r. Powierzchnia Parku według danych ujętych w wystąpieniu pokontrolnym LWR.410.026.01.2016 P/16/074 z 28 kwietnia 2016 r.

¹⁶ Zapisane w uchwale główne cele utworzenia Parku to: ochrona materialnego i krajobrazowego dziedzictwa kulturowego, regulacja handlu i działalności gastronomicznej oraz regulacja działań reklamowych. Wytyczono obszar, którego celem jest ochrona przestrzeni publicznej o najwyższych wartościach kulturowych poprzez ograniczanie takich zjawisk jak między innymi reklamy wielkoformatowe, nośniki reklamowe (billboardy, citylighty), reklamy o niskiej jakości, nagabywanie, lokale prowadzące działalność o charakterze erotycznym, graffiti na elewacjach nieruchomości, nielegalny handel.

¹⁷ Dalej: mpzp.

¹⁸ Dz. U. poz. 774, ze zm.; dalej: ustawa o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu.

i urządzeń reklamowych nie mogły być ustalane w mpzp. Wejście w życie ww. przepisów¹⁹ spowodowało uchylenie art. 15 ust. 3 pkt 9 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym²⁰, którego regulacje to umożliwiały. Od 11 września 2015 r. powyższe kwestie mogły być regulowane wyłącznie w uchwale krajobrazowej, której zakres i procedura sporządzenia zostały określone w art. 37a-37b ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.

(akta kontroli: str. 72, 73, 154-166)

Na podstawie badania 20 obowiązujących w okresie objętym kontrolą mpzp stwierdzono, że trzy z nich, procedowane po 2015 r., nie zawierały postanowień odnoszących się do kwestii reklamy zewnętrznej. W pozostałych mpzp uchwalonych przed 11 września 2015 r. stwierdzono:

- w pięciu mpzp zawarto całkowity zakaz nośników reklamowych;
- w jednym mpzp dopuszczono lokalizację wolnostojących, związanych trwale z gruntem urządzeń reklamowych na terenach przeznaczonych do realizacji lokalnych celów publicznych z wyjątkiem terenu oznaczonego symbolem 2KD-S²¹, a na terenach oznaczonych symbolami AGC²², AG²³ i U²⁴ dopuszczono dodatkowo instalowanie urządzeń reklamowych na budynkach,
- w jednym przypadku, mpzp dopuszczał nośniki reklamowe na elewacjach budynków o powierzchni nie większej niż 4,5 m² oraz w ramach elementów wyposażenia przystanków transportu publicznego,
- pozostałe 10 mpzp zawierało następujące postanowienia: [1] zakaz lokalizacji wolnostojących nośników reklamowych i zakaz umieszczania reklam na budynkach znajdujących się w rejestrze zabytków; [2] zakaz sytuowania reklam i nośników reklamowych zarówno w obiektach jak i w formie wolnostojących wielkogabarytowych konstrukcji; dopuszcza się informacje dotyczące poszczególnych obiektów w formie szyldów; zakaz nadwieszania elementów informacyjnych i nośników reklamowych nad ulicami stanowiącymi ośie widokowo-kompozycyjne; [3] zakaz sytuowania wolnostojących nośników reklamowych z wyjątkiem stanowiących wyposażenie przystanków komunikacji zbiorowej; [4] zakaz nośników reklamowych na budowach oraz wolnostojących, o ile ustalenia dla terenów nie stanowią inaczej (nie dotyczy nośników reklamowych stanowiących wyposażenie przystanków komunikacji zbiorowej); zakaz nośników reklamowych o powierzchni tablicy większej niż 4 m², o ile ustalenia dla terenów nie stanowią inaczej; [5] zakaz nośników reklamowych z wyjątkiem stanowiących wyposażenie przystanków transportu publicznego oraz słupów reklamowych oraz [6] dotyczące wykluczenia lokalizacji wolnostojących, wielkogabarytowych tablic reklamowych (megareklam, tablic billboardowych i innych, kasetonów, neonów).

(akta kontroli: str. 54-59, 170-171)

Prezydent Wrocławia zarządzeniami z 17 czerwca 2019 r., oraz z 11 marca 2022 r.²⁵ określił, w odniesieniu do nieruchomości stanowiących własność Gminy, zasady umieszczania tablic, urządzeń reklamowych i szyldów, ustalając jednocześnie wysokość opłat za korzystanie z tych nieruchomości.

W ww. zarządzeniach określono wymogi w zakresie rozpatrywania wniosków i zasad umieszczania reklam na elementach mienia komunalnego (szyldów, stojaków, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych), w tym ich formy (tj. wymiarów, kształtu,

¹⁹ Od 11 września 2015 r.

²⁰ Dalej: ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.

²¹ Droga krajowa klasy S.

²² Tereny aktywności przemysłowej.

²³ Tereny przemysłowe.

²⁴ Teren usług.

²⁵ Odpowiednio nr 1161/19 i nr 7275/22 w sprawie określenia zasad udostępniania nieruchomości gminnych w celu umieszczania szyldów, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

stylistyki, koloru, materiału, konstrukcji) . W zarządzeniach wskazano komórki Urzędu i jednostki organizacyjne Gminy właściwe do przyjmowania wniosków w przedmiotowym zakresie: [1] Biuro Rozwoju Gospodarczego²⁶ - w sprawie lokalizacji stojaka, tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, [2] zarządcę zasobu nieruchomości komunalnych - w sprawie lokalizacji szyldu oraz [3] pozostałe jednostki organizacyjne Gminy - w sprawie lokalizacji szyldów.

(akta kontroli: str. 2-53)

W latach 2020 – 2023 (III kwartał) dwukrotnie dokonano zmian regulacji dotyczących zarządzania reklamą. Zarządzeniem 3131/20 z 3 czerwca 2020 r. Prezydent Wrocławia zmienił zarządzenie nr 1161/19 w sprawie określenia zasad udostępniania nieruchomości gminnych w celu umieszczania szyldów, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w zakresie możliwości obniżenia opłat za nośniki reklamowe w przypadkach wystąpienia zdarzeń zewnętrznych, niemożliwych do przewidzenia (wywołanych siłą wyższą), za które inwestor nie ponosi odpowiedzialności i które nie dotyczą jego osoby.

Natomiast zarządzeniem 7275/22 z 11 marca 2022 r. Prezydent Wrocławia uchylił zarządzenie 1161/19 i wprowadził nowe uregulowania w przedmiotowym zakresie. Powyższe zmiany dotyczyły m.in.:

- dodania nowego rodzaju urządzenia reklamowego w formie stojaka, związanego z działalnością lokalu użytkowego w obrębie Parku Kulturowego,
- wprowadzenia rozróżnienia wysokości opłat za słupy reklamowe, w zależności od typu słupa (konstrukcja nowoczesna, plakaty podświetlane od wewnątrz lub tradycyjna), w związku ze zmieniającym się asortymentem oferowanym przez firmy reklamy zewnętrznej,
- ujęcia przeprowadzanych corocznie waloryzacji stawek o wysokość współczynnika inflacji ogłaszanych przez Prezesa GUS.

(akta kontroli: str. 5-53, 75)

W sprawie realizowanej we Wrocławiu „polityki reklamowej” Sekretarz Miasta wyjaśnił, że polityka ta wynikała z aktów prawa miejscowego, tj. uchwały o utworzeniu Parku Kulturowego oraz mpzp, w których ujmowane były zapisy dotyczące sytuowania tablic czy urządzeń reklamowych. Ramy tej polityki zostały określone w zarządzeniach Prezydenta Wrocławia. Sekretarz Miasta wyjaśnił również, że decyzje w kwestii polityki reklamowej podejmowane były także podczas Kolegium Prezydenta Wrocławia, kiedy to podjęto decyzję o usunięciu reklam z budynków szkół, czy też zaprzestaniu udostępniania przez Zarząd Dróg i Utrzymania Miasta we Wrocławiu²⁷ latarni na cele reklamowe.

(akta kontroli: str. 102)

Sekretarz Miasta wyjaśnił, że prace nad określeniem zasad zarządzania reklamą, tj. przygotowanie projektów zarządzeń Prezydenta Wrocławia w sprawie zasad umieszczania reklam, analizę, weryfikację, przygotowanie i realizację umów "reklamowych", prace nad projektem uchwały RMW w sprawie utworzenia Parku Kulturowego, realizację postanowień dot. reklam w mpzp, w Urzędzie zaangażowane były przede wszystkim BRG, Wydział Architektury i Zabytków UMW²⁸ oraz Wydział Planowania Przestrzennego²⁹.

(akta kontroli: str. 92)

Sekretarz Miasta wyjaśnił także, że projekt zmiany zarządzenia Prezydenta Wrocławia 7275/22 był przesyłany zgodnie z ustaleniami i prośbą o przekazanie uwag

²⁶ Dalej: BRG.

²⁷ Dalej: ZDiUM.

²⁸ Dalej: WAB; wcześniej Wydział Architektury i Budownictwa UMW.

²⁹ Dalej: BRW.

do ówczesnego dyrektora WAB, Biura Miejskiego Konserwatora Zabytków³⁰, koordynatora projektu plastycznego wystroju miasta w WAB oraz do dyrektora BRW (obecnie Wydziału Planowania Przestrzennego) UMW.

Każda lokalizacja reklamy, która miała zostać ujęta w umowie prowadzonej przez BRG była konsultowana – zgodnie z zarządzeniem – uprzednio z zarządcą terenu (odpowiednio Wydziałem Mienia Komunalnego UMW, Zarządem Zasobu Komunalnego³¹, etc.), Wydziałem Nabywania i Sprzedaży Nieruchomości UMW oraz WAB, a w razie potrzeby także Zarządem Zieleni Miejskiej. Tylko lokalizacje posiadające pozytywne opinie/stanowiska były ujmowane w umowie i jeśli inwestor przedstawił dokumenty³² wymagane przepisami ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane³³, wtedy mógł dokonać montażu reklamy w wyznaczonej lokalizacji ujętej w załączniku do umowy.

(akta kontroli: str. 103, 105-168)

W latach 2020 – 2023 (III kwartał) spółki z udziałem Gminy nie realizowały, w ramach powierzenia zadania własnego gminy, działań związanych z zarządzaniem reklamą lub mieniem komunalnym wyposażonym w nośniki reklamowe. Nie dokonano także powierzenia spółce komunalnej (lub spółce z udziałem kapitałowym gminy) albo podmiotowi prywatnemu zadania własnego gminy w zakresie wynikającym z art. 18 pkt 1 lub 2 ustawy z dnia 16 grudnia 2010 r. o publicznym transporcie zbiorowym³⁴, polegającego na utrzymaniu infrastruktury przystankowej, w tym wiat przystankowych.

We Wrocławiu udostępniano odpłatnie powierzchnie reklamowe zlokalizowane na nośnikach stanowiących mienie komunalne lub znajdujących się na takim mieniu. Dotyczyło to wiat przystankowych i słupów reklamowo-ogłoszeniowych. Zadania w tym zakresie były realizowane przez ZDiUM. W okresie objętym kontrolą Gmina nie zawierała, a także nie wykonywała umów koncesji na roboty budowlane lub usługi, w rozumieniu art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 21 października 2016 r. o umowie koncesji na roboty budowlane lub usługi³⁵, w zakresie budowy, przebudowy lub remontu wiat przystankowych.

(akta kontroli: str. 72-105)

1.2. W okresie objętym kontrolą nie projektowano oraz nie wdrażano rozwiązań i narzędzi dotyczących porządkowania przestrzeni publicznej oraz gospodarowania powierzchnią reklamową innych niż projekt uchwały krajobrazowej³⁶.

(akta kontroli: str. 92-104)

Na przykładzie trzech umów zawartych przez BRG stwierdzono, że każda nowa lokalizacja reklamy, która miała zostać ujęta w umowie była konsultowana z zarządcą terenu³⁷, Wydziałem Nabywania i Sprzedaży Nieruchomości UMW, WAB oraz z Zarządem Zieleni Miejskiej. Lokalizacje posiadające pozytywne opinie były ujmowane w umowach jako niezrealizowane i po przedstawieniu dokumentów wymaganych przepisami ustawy Prawo budowlane³⁸ inwestor mógł dokonać montażu reklamy w wyznaczonej lokalizacji ujętej w załączniku do umowy.

(akta kontroli: str. 102-104)

³⁰ Dalej: MKZ.

³¹ Jednostka budżetowa Gminy Wrocław do zadań, której należało zarządzanie powierzonym zasobem komunalnym Gminy, obejmującym zasób mieszkaniowy, lokale użytkowe, garaże, urządzenia komunalne i nieruchomości gruntowe z ich częściami składowymi; dalej: ZZK.

³² Decyzja pozwolenie na budowę/przyjęcie zgłoszenia budowy lub wykonania innych robót budowlanych.

³³ Dz. U. z 2023 r. poz. 682, ze zm.; dalej: Prawo budowlane.

³⁴ Dz. U. z 2022 r. poz. 1343, ze zm.

³⁵ Dz. U. z 2023 r. poz. 140.

³⁶ Park Kulturowy powołano w okresie wcześniejszym, a prace nad projektem uchwały krajobrazowej opisano w *Sekcji nieprawidłowości* w obszarze 1 niniejszego wystąpienia pokontrolnego.

³⁷ Odpowiednio Wydziałem Mienia Komunalnego UMW, ZZK, etc.

³⁸ Decyzja pozwolenie na budowę/przyjęcie zgłoszenia budowy lub wykonania innych robót budowlanych.

W umowach "reklamowych" realizowanych przez BRG, zawarto zapis o treści: "inwestorowi nie wolno prezentować na nośnikach treści reklamowych niezgodnych z obowiązującymi przepisami prawa. inwestor ponosi odpowiedzialność za treść reklam niezgodnych z obowiązującymi przepisami prawa, umieszczanych na zainstalowanych przez siebie nośnikach".

Sekretarz Miasta wyjaśnił, że Gmina nie ma podstaw prawnych ingerencji w treść plakatów i oceny przekazu pod kątem ewentualnej obrazy uczuć innych osób, wywoływania zgorszenia w miejscu publicznym, czy też nieuczciwej konkurencji. Przeszkodą do podjęcia tego typu działań władczych przez Gminę był brak przepisów prawa materialnego. Jest to kwestia podlegająca rozstrzygnięciu przez sąd, w indywidualnych sprawach zainicjowanych przez zainteresowane osoby. W dalszej części wyjaśnień Sekretarz Miasta wskazał, że Wrocław podjął inicjatywę uregulowania pewnych kwestii plakatów "kontrowersyjnych" w ramach przepisów prawa miejscowego³⁹ dotyczącego Parku Kulturowego, gdzie wprowadzono regulację w brzmieniu: "Zakazuje się wystaw, tablic, plakatów, napisów i innych obiektów przedstawiających treści lub obrazy drastyczne, odrażające, wulgarne, obraźliwe, naruszających dobre obyczaje lub dobra osobiste, zachęcających do popełnienia aktów przemocy, a także przedstawiających przemoc lub okrucieństwo". Zapis ten został wprowadzony z uwagi na fakt, iż pewnego rodzaju treści i obrazy, poprzez swój nachalny, natarczywy i szokujący charakter burzyły możliwość niezakłóconej percepcji tak poszczególnych obiektów zabytkowych, jak i krajobrazu kulturowego w całości.

(akta kontroli: str. 92-97)

Analiza zapisów zarządzeń Prezydenta Wrocławia nr 1161/19 oraz nr 7275/22, uchwały w sprawie Parku Krajobrazowego oraz umów „reklamowych” zawartych przez BRG wykazała, że nie doszło do wyodrębnienia określonej preferowanej przez Gminę kategorii nośników reklamowych. Przedmiotem umów było umieszczanie w przestrzeni miejskiej różnych typów nośników reklamowych jak np. billboardy różnych typów i rozmiarów, frontlighty różnych typów i rozmiarów, megaligty, citylighty, słupy ogłoszeniowe etc.

(akta kontroli: str. 5-63, 172-264)

1.3. Zgodnie z przyjętą w latach 2020 – 2023 (III kwartał) organizacją Urzędu, zadania z zakresu zarządzania reklamą w przestrzeni publicznej realizowane były przez:

– BRG⁴⁰, będące komórką właściwą do zawierania umów (maksymalnie na okres trzech lat, regulujących zasady umieszczania sieci reklam przeznaczonych do reklamy zmiennej) z firmami reklamowymi, umieszczającymi sieć nośników reklamowych. Działowi Handlu i Reklam w BRG przypisano obsługę reklamy zewnętrznej celem umieszczenia sieci nośników reklamowych, a w szczególności zadania z zakresu przygotowania i realizowania polityki Gminy oraz opracowania projektów aktów normatywnych w tym zakresie;

– WAB⁴¹, w którym umiejscowiony był koordynator ds. plastycznego wystroju miasta. Wydawał on opinie plastyczne w odniesieniu m.in. do szyldów, tablic, urządzeń reklamowych, ogródków gastronomicznych, a także innych elementów stałego lub tymczasowego zagospodarowania wystroju terenu Miasta, dotyczące wyłącznie estetyki opiniowanych form. Opinie te były opiniami pomocniczymi m.in. dla inwestorów, zarządców, jednostek miejskich, a także dla MZK do wydania pozwolenia konserwatorskiego. W postępowaniu administracyjnym dotyczącym wydania

³⁹ RMW 25 listopada 2021 r. podjęła uchwałę nr XLVII/1213/21 zmieniającą uchwałę nr LVI/1465/14 z dnia 10 kwietnia 2014 r. w sprawie utworzenia Parku Kulturowego „Stare Miasto” we Wrocławiu.

⁴⁰ Wcześniej Biuro Rozwoju Gospodarczego oraz Wydział Oświaty - dyrektorzy szkół.

⁴¹ Wcześniej, do 3 stycznia 2022 r., Wydział Architektury i Budownictwa oraz Biuro MKZ.

pozwolenia na budowę opinie te nie stanowiły dokumentu, który inwestor musiał załączyć do projektu budowlanego. W przypadku obiektów zabytkowych lub obiektów położonych na obszarach objętych ochroną konserwatorską MZK w latach 2020-2023 (do 7 stycznia 2023 r.)⁴² wydawał pozwolenia konserwatorskie na podstawie art. 36 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami⁴³ dotyczące „umieszczania na zabytku wpisanym do rejestru: urządzeń technicznych, tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych”;

– Wydział Inżynierii Miejskiej w Departamencie Infrastruktury i Transportu UMW, w zakresie opiniowania możliwości ulokowania nośników reklamowych w granicach pasa drogowego dróg publicznych.

Kompetencje komórek Urzędu i miejskich jednostek organizacyjnych w zakresie udostępniania nieruchomości komunalnych dla celów umieszczania reklam określone zostały przez Prezydenta Wrocławia we wspomnianych wcześniej zarządzeniach z dnia 17 czerwca 2019 r. oraz 11 marca 2022 r. Przyjęto w nich, że umieszczenie szyldów, stojaków oraz tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych na nieruchomościach gminnych odbywało się na wniosek inwestora, w drodze umowy.

Zgodnie w przyjętym podziałem kompetencji w przypadku stojaków, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych właściwym do zawarcia umowy byli Dyrektor Departamentu Strategii i Rozwoju Miasta oraz Dyrektor BRG. Decyzję o podjęciu lub kontynuowaniu współpracy z danym inwestorem (tj. firmą reklamy zewnętrznej) w przypadku sieci tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych podejmował Prezydent Wrocławia, któremu przedstawiana była przez BRG oferta oraz informacja odnośnie podmiotu, jego dotychczasowych działań na rynku reklamy zewnętrznej, liczba i rodzaj (jakość) nośników reklamowych oraz (w przypadku kontynuacji współpracy) informacja o wiarygodności finansowej, tj. terminowym regulowaniu wobec Gminy zobowiązań finansowych wynikających z poprzedniej umowy. Obsługą zadań z obszaru reklamy leżącym we właściwości BRG zajmowały się trzy osoby.

W przypadku szyldów umieszczanych jako urządzenia naścienne lub systemowe urządzenia wolnostojące oraz w przypadku działań reklamowych na wielkoformatowych siatkach ochronnych rusztowań, stawianych wyłącznie na czas prowadzenia prac remontowo-budowlanych przy obiektach wchodzących w skład zasobu nieruchomości komunalnych jako właściwego do zawarcia umowy wskazano dyrektora lub prezesa zarządcy nieruchomości albo kierownika właściwej jednostki organizacyjnej Gminy.

Udostępnianie pasa drogowego w celu umieszczenia szyldu, stojaka, tablicy lub urządzenia reklamowego należało do ZDiUM w związku z art. 21 ust. 1 i 40 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych⁴⁴.

(akta kontroli: str. 83-84, 92)

1.4. W Urzędzie nie dysponowano inwentaryzacją nośników reklamowych na terenie Wrocławia, ani bieżącą i aktualną informacją o reklamach znajdujących się na mieniu komunalnym, w tym także o umowach zawartych przez jednostki organizacyjne wymienione w § 4 zarządzeń Prezydenta Wrocławia nr 1161/19 i 7275/22.

⁴² W związku z wypowiedzeniem porozumienia w sprawie wykonywania niektórych zadań Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków, zawartego w 2011 r. z sprawy z zakresu ochrony konserwatorskiej związane z wydawaniem pozwoleń konserwatorskich oraz zaleceń będą załatwiane do 7 stycznia 2023 r., a te, które w tym terminie nie zostaną zakończone będą przekazane do dalszego procedowania przez Dolnośląskiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków we Wrocławiu.

⁴³ Dz. U. z 2022 r. poz. 840, ze zm.; dalej: ustawa o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami.

⁴⁴ Dz. U. z 2023 r. poz. 645, ze zm.

Dysponowano natomiast informacją o liczbie i rozlokowaniu nośników reklamowych na nieruchomościach komunalnych, w stosunku do których BRG zawarło długoterminowe umowy z firmami reklamowymi.

W latach 2020 – 2023 (III kwartał) funkcjonowało ogółem 12 takich umów przedmiotem, których było udostępnienie nieruchomości Gminy (z wyłączeniem pasa drogowego dróg publicznych), celem umieszczenia przez inwestora nośników reklamowych stanowiących jego własność. Umowy zawarte były z czterema podmiotami, a na ich podstawie, umieszczono nośniki reklamowe w odpowiednio 69, 68, 65 i 67 lokalizacjach.

(akta kontroli: str. 98-147)

1.5. Zasady nadzoru nad realizacją zadań i podległości służbowej określono w regulaminie organizacyjnym UMW.

Sprawy dotyczących planowania i zagospodarowania przestrzennego, architektury, administracji budowlanej, estetyki Miasta, ochrony zabytków, rozwoju gospodarczego oraz geodezji i katastru miejskiego, w tym w zakresie polityki reklamowej prowadził, w imieniu Prezydenta Wrocławia, Wiceprezydent nadzorujący Departament Strategii i Rozwoju Miasta.

W odniesieniu do działań BRG kompetencje nadzorcze określono w zarządzeniach Prezydenta Wrocławia nr 1169/19 i nr 7275/2022. W § 8 tych zarządzeń wskazano, że Dyrektor BRG zapoznaje się z działaniami podmiotów zarządzających nieruchomościami Gminy Wrocław w zakresie realizacji zadań związanych z umieszczaniem szyldów, tablic i urządzeń reklamowych, w miarę potrzeby koryguje je w celu zapewnienia zgodności z polityką reklamową, a także może zwracać się do tych podmiotów o przesyłanie okresowych informacji i sprawozdań z realizacji zadań związanych z umieszczaniem szyldów, tablic i urządzeń reklamowych.

W przypadku umów dotyczących sieci tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych zawieranych przez BRG każdorazowo decyzję o podjęciu lub kontynuowaniu współpracy z danym inwestorem (tj. firmą reklamy zewnętrznej) podejmował Prezydent Wrocławia na podstawie przedstawionej dokumentacji.

Sekretarz Miasta wyjaśnił, że na przestrzeganie ustalonych zasad prawidłowego użytkowania mienia komunalnego w tym zakresie miało wpływ m.in. omawianie polityki reklamowej (problemów, efektów, nowelizacji) na Kolegium Prezydenta Wrocławia; konsultacje proponowanych zmian z Wydziałami UMW (w szczególności koordynatorem projektu plastycznego wystroju miasta), decyzje Prezydenta Wrocławia (bądź Kolegium Prezydenta Wrocławia) w kwestii przyjęcia oferty współpracy pomiędzy Gminą, a firmą reklamową z omówieniem m.in. potencjału firmy, warunków finansowych, informacją o efektach weryfikacji lokalizacji, opinią WAB w zakresie formy, tj. wymiarów, kształtu, stylistyki, koloru, materiału, konstrukcji proponowanej sieci nośników.

(akta kontroli: str. 271-283)

W Urzędzie nie wprowadzono sformalizowanych zasad postępowania w sprawach bezumownego korzystania z gruntów i dzierżawy gruntów. Postępowania w takich sprawach prowadzono w oparciu o zasady wypracowane w praktyce. Nie było także sformalizowanej procedury monitoringu przestrzeni miejskiej pod kątem legalności zamieszczania tam nośników reklamowych, w tym na składnikach majątkowych Gminy.

(akta kontroli: str. 92-97)

W latach 2020 – 2023 (III kwartał) złożono ogółem 14 wniosków o udostępnienie informacji publicznej, których przedmiotem były sprawy związane funkcjonowaniem reklamy w przestrzeni publicznej. Pytania zawarte we wnioskach dotyczyły, przede wszystkim, legalności konkretnych nośników reklamowych w konkretnych

lokalizacjach. Przedmiotem wniosków były m.in. informacje o postępie prac nad projektem uchwały krajobrazowej. Wszystkie wnioski rozpatrzono, a informacji udzielono w terminie od siedmiu do 14 dni. W każdym przypadku udzielono odpowiedzi stosownie do złożonego zapytania⁴⁵.

W latach 2020 – 2023 (III kwartał) w Centralnym Rejestrze Skarg i Wniosków UMW nie odnotowano skarg lub wniosków odnoszących się do funkcjonowania reklamy w przestrzeni miejskiej Wrocławia.

(akta kontroli: str. 72-87, 265-266)

W przypadku pytań składanych przez mieszkańców (w trybie ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej⁴⁶, lub innych zapytań) WAB w oparciu o prowadzone rejestry komputerowe informował wnioskodawcę, czy w przypadku nośnika reklamowego na wskazanej działce uzyskano pozwolenie konserwatorskie, pozwolenie na budowę lub zostało przyjęte zgłoszenie.

(akta kontroli: str. 85)

W latach 2020 – 2023 (III kwartał) do UMW wpłynęła jedna interpelacja radnych w sprawach związanych z reklamą. Interpelację złożono 16 sierpnia 2022 r., a pytania zawarte w interpelacji dotyczyły przetargu na dostawę i montaż billboardów wielkogabarytowych wraz z opracowaniem dokumentacji projektowej oraz utrzymaniem przez okres trzech lat, ogłoszonego przez ZDiUM 8 sierpnia 2022 r. Odpowiedzi udzielono pismem z 29 sierpnia 2022 r., uzupełniając ją pismem z 30 września 2022 r. Na pytanie czy nośniki reklamowe, których powstanie zakłada ogłoszony przetarg zostały ujęte w przygotowywanym projekcie uchwały krajobrazowej udzielono odpowiedzi, że lokalizacja tych nośników była konsultowana i akceptowana przez urzędników zajmujących się przygotowaniem przedmiotowej uchwały.

(akta kontroli: str. 268-270)

Stwierdzone
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie stwierdzono nieprawidłowość polegającą na niedoprowadzeniu do przedłożenia RMW projektu uchwały krajobrazowej, co było działaniem nierzetelnym. Pomimo upływu ponad siedmiu lat od podjęcia uchwały w sprawie przygotowania projektu uchwały krajobrazowej nie została ona wykonana, tj. stosowny projekt nie wpłynął do RMW celem dalszego procedowania.

W ramach prac nad projektem uchwały krajobrazowej, od 11 do 14 września 2017 r., stosownie do uregulowań zawartych w zarządzeniu Prezydenta Wrocławia z dnia 26 stycznia 2017 r.⁴⁷ w sprawie zasad i trybu prowadzenia konsultacji z mieszkańcami Wrocławia, przeprowadzono publiczne konsultacje w formie ankiety, spotkania konsultacyjne (spotkanie dla firm reklamowych, spotkanie dla biznesu, spotkanie właścicieli i zarządców nieruchomości) oraz, prowadzonego według przygotowanego scenariusza, spacer badawczy. Przedmiotem konsultacji były zasady i warunki sytuowania małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń mieszczące się w ramach ustawy z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych

⁴⁵ W jednym przypadku zapytanie dotyczyło informacji na temat cofniętych zezwoleń na sprzedaż alkoholu z powodu naruszeń zakazów reklamowych w latach 2019 i 2020, w czterech przypadkach informacji o pracach nad projektem uchwały krajobrazowej, w czterech przypadkach informacji o obowiązujących zasadach i warunkach sytuowania obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń dla nieruchomości położonych we Wrocławiu, w jednym przypadku pozwolenia na budowę dla nośników reklamowych, w jednym przypadku dotyczyło wykazu reklam jakie opiniował MKZ, w trzech przypadkach dotyczyło lokalizacji konkretnych nośników (w każdym z tych trzech przypadków nośnik zlokalizowano na terenie prywatnym).

⁴⁶ Dz. U. z 2022 r. poz. 902.

⁴⁷ Nr 6221/17.

ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu. Po upływie czterech lat prowadzenia konsultacji, ostateczny termin na zgłoszenie uwag do projektu uchwały krajobrazowej wyznaczono na 24 maja 2021 r. Następnie 18 lutego 2022 r. i 27 lipca 2022 r. dokonano prezentacji projektu uchwały⁴⁸, jednostkom i spółkom miejskim. Według stanu na dzień zakończenia kontroli, tj. 30 października 2023 r., projekt uchwały krajobrazowej nadal podlegał procedurze przygotowania technicznego przed przekazaniem do RMW.

Sekretarz Miasta wyjaśnił, że ze względu na m.in. brak rozstrzygnięcia Trybunału Konstytucyjnego⁴⁹ w sprawie pytania prawnego o zgodność art. 37a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z art. 2, 21, 64 § 1 i 3 oraz 31 § 3 Konstytucji RP, nie ma wskazania do procedowania przez RMW projektu uchwały krajobrazowej. Sekretarz Miasta stwierdził ponadto, że przyjęcie uchwały krajobrazowej nie jest obowiązkowe. Ustawodawca nie przewidział również granicznego terminu, w którym prezydent miasta ma zakończyć działania określone w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, po podjęciu uchwały w sprawie przygotowania projektu uchwały krajobrazowej. Tym samym przepisy ww. ustawy nie określają terminu na opracowanie i uchwalenie przedmiotowej uchwały co oznacza, że prezydent posiada swobodę w zakresie terminu zakończenia działań związanych ze sporządzaniem projektu przedmiotowej uchwały, dlatego też nie zaplanowano harmonogramu dalszych prac nad projektem uchwały.

(akta kontroli: str. 146-147)

NIK nie podziela przedstawionych argumentów. W odniesieniu do kwestii potencjalnej niekonstytucyjności art. 37a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym należy zauważyć, że obowiązuje zasada domniemania konstytucyjności aktu normatywnego do chwili rozstrzygnięcia o niezgodności tego aktu lub jego części z Konstytucją RP. NIK wskazuje również, że rolą organu wykonawczego gminy była realizacja zadań powierzonych przez organ stanowiący, w tym wypadku polegających na przygotowaniu projektu uchwały krajobrazowej. Ostateczna decyzja o podjęciu takiej uchwały należy do RMW. Przyjęty sposób postępowania prowadzi de facto do nieuprawnionego ograniczenia funkcji stanowiącej RMW, wynikającej z art. 15 ust. 1 w związku z art. 18 ust. 2 pkt 15 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym⁵⁰ i art. 37a ust. 1 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. NIK wskazuje również, że w świetle art. 37b ust. 2 i 3 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym⁵¹, wszystkie działania podejmowane w ramach przygotowania projektu powinny być podejmowane niezwłocznie, co w badanym przypadku nie miało miejsca.

OCENA CZĄSTKOWA

Na terenie Miasta nie wprowadzono kompleksowych i spójnych zasad określających zarządzanie reklamą w przestrzeni miejskiej, a obowiązujące przepisy miały charakter fragmentaryczny. Uregulowania wprowadzone przez Prezydenta Wrocławia, odnosiły się wyłącznie do nieruchomości, których właścicielem była Gmina. Przyjęta 10 kwietnia 2014 r. przez RMW uchwała nr LVI/1465/14 w sprawie utworzenia parku kulturowego „Stare Miasto” porządkowała m.in. zagadnienia związane z prezentacją reklam w przestrzeni miejskiej, dotyczyła jednak wyłącznie niewielkiego obszaru Miasta. Zagadnienia związane z posadowieniem reklam regulowała również część mpzp.

⁴⁸ Brak jest wymogu prawnego do dokonania takiej prezentacji.

⁴⁹ Sprawa P/20/19.

⁵⁰ Dz. U. z 2023 r. poz. 40, ze zm.

⁵¹ W brzmieniu mającym zastosowanie do przedmiotowego projektu uchwały krajobrazowej, tj. w brzmieniu przed zmianą dokonaną ustawą dnia 7 lipca 2023 r. o zmianie ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. poz. 1688).

NIK ocenia jako nierzetelne działania na rzecz wykonania uchwały RMW z 15 września 2016 r., zobowiązującej Prezydenta Wrocławia do przygotowania projektu uchwały krajobrazowej. Pomimo upływu siedmiu lat (do czasu zakończenia kontroli, tj. do 30 października 2023 r.), projekt uchwały nie został przedłożony RMW celem dalszego procedowania.

OBSZAR

2. Nadzór nad umieszczaniem nośników reklamowych w przestrzeni miasta i gospodarowaniem powierzchnią reklamową

Opis stanu faktycznego

2.1. W latach 2020 – 2023 (III kwartał) realizowano dwa projekty finansowane ze środków UE, których elementem była budowa, przebudowa lub remont wiat przystankowych, pn. Zintegrowany System Transportu Szynowego Aglomeracji i we Wrocławiu – Etap III A⁵² oraz Budowa wydzielonej trasy autobusowo-tramwajowej łączącej osiedle Nowy Dwór z Centrum Wrocławia⁵³. Wiatami zbudowanymi w ramach tych projektów zarządzał ZDiUM i nie były one oddane w najem/dzierżawę podmiotom trzecim.

(akta kontroli: str. 104)

2.2. Prezydent Wrocławia, w odniesieniu do nieruchomości komunalnych wydał zarządzenia nr 1161/19 i 7275/22, poprzez które, według wyjaśnień Sekretarza Miasta, realizowana była polityka Gminy w zakresie reklam, sytuowanych na nieruchomościach komunalnych. Zgodnie z ww. zarządzeniami prowadzone i dokumentowane były procedury zawierania umów z firmami reklamy zewnętrznej, konsultowane lokalizacje nośników, czy naliczane opłaty wynikające z tychże umów realizowanych przez BRG. Informacje o stanie realizacji umów z firmami reklamowymi były przekazywane Prezydentowi Wrocławia z upływem terminów ich obowiązywania. W latach 2020 – 2023⁵⁴ informacja taka została przekazana Prezydentowi Wrocławia dwukrotnie, tj. 24 listopada 2020 r. oraz 19 października 2023 r.

(akta kontroli: str. 271-299)

W okresie objętym kontrolą Dyrektor BRG nie wykonywał uprawnień do zwracania się do miejskich jednostek organizacyjnych o przesłanie informacji, czy sprawozdań z realizacji zadań w zakresie zarządzania reklamą, co opisano w sekcji *Stwierdzone nieprawidłowości*. Jedynie w 2019 r. oraz w 2023 r. wystąpiono o udzielenie informacji w sprawie realizacji założeń polityki reklamowej określonych w zarządzeniu Prezydenta Wrocławia do ZZK oraz Wrocławskich Mieszkań Sp. z o.o.

(akta kontroli: str. 297-299)

W okresie objętym kontrolą realizacja zadania związanego z zarządzaniem reklamą nie była powierzana spółkom komunalnym lub podmiotom prywatnym.

(akta kontroli: str. 72-105)

2.3. W latach 2020 – 2023 (III kwartał) Urząd nie prowadził planowych, systematycznych działań mających na celu weryfikację legalności reklam umieszczonych na nieruchomościach komunalnych, co opisano w sekcji *Stwierdzone nieprawidłowości*.

W analizowanym okresie, z inicjatywy własnej, a także w wyniku działania wynikającego z sygnałów zewnętrznych, usunięto 30 reklam umieszczonych na nieruchomościach gminnych bez tytułu prawnego: [1] w 2020 r. – jedną zgłoszoną przez jednostkę miejską, [2] w 2021 r. – jedną zgłoszoną przez jednostkę miejską,

⁵² POIS.06.01.00-00-0026/16.

⁵³ POIS.06.01.00-00-0029/16.

⁵⁴ Do zakończenia kontroli, tj. 30 października 2023 r.

dwie w ramach kontroli BRG, [3] 2022 r. – 12 szt. zgłoszone przez jednostki miejskie, 12 szt. w ramach kontroli BRG, [4] w 2023 r. – jedną zgłoszona przez jednostkę miejską i jedną zgłoszoną przez osobę prywatną.

Dyrektor BRG wyjaśniła, że ujawnienie nielegalnych nośników reklamowych z inicjatywy własnej, następowało w trakcie wizji w terenie przeprowadzanych w związku z prowadzeniem kontroli w zakresie wynikającym z umów realizowanych przez Dział Handlu i Reklam (targowisk, handlu okrężnego, reklam), weryfikacji reklam do usunięcia z działki przeznaczonej do sprzedaży przez Wydział Nabywania i Sprzedaży Nieruchomości (przy okazji weryfikacja reklam na działce sąsiedniej). Jeżeli nośnik reklamowy umieszczony jest na nieruchomości gminnej z ww. obszaru, BRG każdorazowo przeprowadza postępowanie wyjaśniające, tj. sprawdza stan prawny nieruchomości, zarządcę/władającego i podejmuje działania zmierzające do jej usunięcia.

Nie stwierdzono przypadku nielegalnego umieszczania nośników reklamowych przez podmioty z którymi Gmina zawarła, wcześniej wspomniane, umowy długoterminowe.

Analiza dokumentacji czterech, zawartych przez BRG, postępowań w sprawach legalności umieszczenia nośnika reklamowego wykazała, że w każdym przypadku ustalono, że właścicielem mienia na którym umieszczono reklamę była Gmina, doprowadzono do usunięcia nośnika reklamowego, a postępowanie wszczynano w terminie miesięcznym od powzięcia informacji o potencjalnie nielegalnie umieszczonej reklamie i nie trwało ono dłużej niż 21 dni.

Ponadto, z informacji przekazanej przez BRG wynikało, że wszystkie stwierdzone w poprzednich latach, tj. przed 2020 r., nielegalne reklamy zostały usunięte.

(akta kontroli: str. 306-308)

W odniesieniu do obszaru objętego Parkiem Kulturowym w latach 2020 – 2023 (do 30 kwietnia) na skutek działań podejmowanych przez Straż Miejską Wrocławia stwierdzono ogółem 164 naruszenia zasad umieszczania reklam (odpowiednio 53, 46, 30 i 35 naruszeń). Dotyczyły one nielegalnie umieszczonych stojaków reklamowych, banerów lub wyklejanek⁵⁵.

(akta kontroli str. 79-80)

Z wyjaśnień Sekretarza Miasta wynika, że pozytywny efekt w zakresie ograniczenia naruszeń zasad umieszczania reklam w Parku Kulturowym przyniosła akcja informacyjna oraz konsekwentnie prowadzone działania interwencyjne i edukacyjnych podejmowanych od początku funkcjonowania uchwały o utworzeniu Parku Kulturowego.

(akta kontroli: str. 99)

Dyrektor ZZK poinformował, że nie określono dla jednostek miejskich zasad prowadzenia systematycznych działań związanych z weryfikacją legalności umieszczonych na gruntach komunalnych. Takiej procedury nie przyjęto również w ZZK. W latach 2020 – 2023 (III kwartał) nie prowadzono także w tej jednostce systematycznych działań związanych z weryfikacją legalności umieszczonych nośników reklamowych i wyeliminowania przypadków nielegalnego ich umieszczania na nieruchomościach gminnych.

Dyrektor ZZK stwierdził także, że dotychczas nie były prowadzone statystyki ujawnienia takich przypadków. ZZK nie przekazywał do Urzędu informacji o stwierdzonych przypadkach nielegalnego umieszczania nośnika reklamowego na mieniu gminnym.

(akta kontroli: str. 151-153)

⁵⁵ Reklamy wielkoformatowe i inne nośniki reklamowe usunięte zostały w sposób trwały z terenu Parku Kulturowego we wcześniejszych latach.

W 2022 r. Gmina współpracowała z podmiotem zewnętrznym w ramach pilotażu związanego z możliwością wykorzystania dronów m.in. pod kątem analityki infrastruktury w pasie drogowym. Celem projektu było określenie, jakie możliwości daje wykorzystanie drona w ramach mapowania infrastruktury w pasie drogowym. Projekt był realizowany na ograniczonym obszarze Miasta, był bezpłatny i został zakończony, bez kontynuacji – jako niespełniający potrzeb.

(akta kontroli: str. 98)

W okresie od 2020 r. do połowy 2023 r. Gmina z tytułu realizacji umów długoterminowych, dotyczących umiejscowienia nośnika reklamowego na nieruchomościach komunalnych, zawartych z czterema firmami reklamowymi⁵⁶ uzyskała przychody ogółem 1 987,33 tys. zł⁵⁷ (odpowiednio 443,35 tys. zł, 554,08 tys. zł, 630,36 tys. zł, 359,54 tys. zł), co odpowiadało całości, ujętych w sprawozdaniach budżetowych, dochodów uzyskiwanych z tego tytułu przez Gminę⁵⁸. W analizowanym okresie nie wystąpiły zaległości w regulowaniu należności wynikających z tych umów. W latach 2020-2023 (I półrocze) Gmina wykazała w sprawozdawczości budżetowej zrealizowane dochody z tytułu różnych opłat związanych z umieszczaniem reklam w przestrzeni miejskiej w wysokości 1 617,26 tys. zł (odpowiednio 365,27 tys. zł, 450,47 tys. zł, 511,12 tys. zł, 290,40 tys. zł), stanowiło to 0,05% dochodów wykonanych przez Gminę.

(akta kontroli: str. 300-329)

2.4. MKZ w okresie od 1 stycznia 2020 r. do zakończenia kontroli, tj. do 30 października 2023 r., nie weryfikował legalności nośników reklamowych na zabytkach lub obszarach objętych ochroną konserwatorską.

Sekretarz Miasta wyjaśnił, że organ administracji architektoniczno-budowlanej prowadzi jedynie rejestry określone przepisami prawa i nie prowadzi oddzielnego rejestru dotyczącego usytuowania nośników reklamowych i reklam na obszarze Miasta, jak i na terenach stanowiących własność lub znajdujących się w zarządzie Gminy.

W latach 2020 – 2023 (do 5 stycznia) MKZ wydał ogółem 4314 decyzji konserwatorskich w tym 252 decyzje obejmujące swoim zakresem art. 36 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami, tj. dotyczące umieszczania na zabytku wpisanym do rejestru: urządzeń technicznych, tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych⁵⁹.

Sekretarz Miasta wyjaśnił, że do 5 stycznia 2023 r. MKZ wydawał zalecenia, opinie, decyzje - pozwolenia konserwatorskie i uzgodnienia na podstawie art. 39 Prawa budowlanego, lecz nie prowadził i aktualnie nie prowadzi rejestru spraw z podziałem na poszczególne zakresy i działania. Sprawy archiwizowane były w systemie adresowym pod kątem lokalizacji poszczególnych obiektów lub terenów zabytkowych.

(akta kontroli: str. 85)

⁵⁶ Tj.: [1] Podmiot „A” – umowa nr 277/BRG.HR/R/3/2022 zawarta na czas oznaczony jednego roku, tj. od 1 listopada 2022 r. do 31 października 2023 r.; [2] Podmiot „B” – umowa nr 276/BRG.HR/R/2/2022 zawarta na czas oznaczony jednego roku, tj. od 1 listopada 2022 r. do 31 października 2023 r.; [3] Podmiot „C” – umowa nr 60/BRG.HR/R/2/2020 zawarta na czas oznaczony 3 lat, tj. od 1 października 2020 r. do 30 września 2023 r.; [4] Podmiot „D” – umowa nr 319/BRG.HR/R/1/2023 zawarta na czas oznaczony 6 miesięcy, tj. od 1 kwietnia 2023 r. do 30 września 2023 r.

⁵⁷ Ujęcie memoriałowe. Zasada memoriału nakazuje ewidencjonowanie przychodów i kosztów w okresie, którego dotyczą, niezależnie od terminu ich zapłaty.

⁵⁸ Ujęcie kasowe. Zasada kasowa zakłada, że wartość ewidencjonowana jest w dacie zapłaty.

⁵⁹ W tym: 1443 decyzje konserwatorskie, w tym dwie dotyczące reklam w 2020 r.; 1361 decyzji konserwatorskich, w tym 146 decyzji obejmujących reklamy w 2021 r.; 1443 decyzje konserwatorskie, w tym 104 obejmujące swoim zakresem reklamy w 2022 r. oraz 67 decyzji konserwatorskich (nie wydano decyzji dotyczących reklam) do 5 stycznia 2023 r.

Na mocy porozumienia z dnia 5 września 2011 r. zawartego między Wojewodą Dolnośląskim a Prezydentem Wrocławia, Wojewoda Dolnośląski powierzył, a Gmina przyjęła do prowadzenia w jego imieniu spraw należących do właściwości rzeczowej i miejscowej Dolnośląskiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków z zakresu ochrony zabytków ruchomych i nieruchomości. W ramach tego powierzenia do właściwości MKZ należała realizacja zadań określonych w przepisach ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami, w tym m.in. kierowanie zawiadomień w sprawach z art. 118 tej ustawy. Porozumienie to zostało wypowiedziane przez Gminę 10 października 2022 r.

(akta kontroli: str. 86-88)

2.5. W latach 2020 – 2023 (III kwartał) stwierdzono 30 przypadków nielegalnego, posadowienia nośnika reklamowego. W żadnym z tych przypadków nie podjęto postępowania w sprawie ustalenia należności z tytułu bezumownego korzystania z nieruchomości gminnych w związku z nielegalnym umoszczeniem tam nośnika reklamowego, co opisano w sekcji *Stwierdzone nieprawidłowości*.

(akta kontroli: str. 300-329)

Według stanu na dzień zakończenia kontroli, tj. 30 października 2023 r., obowiązywały cztery umowy długoterminowe zawarte przez BRG, na podstawie których udostępniono nieruchomości komunalne w celu umieszczenia reklam. Termin obowiązywania tych umów upływał: w dwóch przypadkach 30 września 2023 r. i w dwóch przypadkach 31 października 2023 r.

Treść umów była zestandaryzowana, we wszystkich przypadkach umowy zostały zawarte na okres nie dłuższy niż trzy lata, określone zostały m.in. opłaty, obowiązki i odpowiedzialność inwestora, kwestia zabezpieczenia wiarygodności Gminy wynikającej z tytułu zawartej umowy oraz szczegółowa lista lokalizacji poszczególnych nośników reklamowych. Ujęte w umowach stawki opłat za zainstalowaną powierzchnię ekspozycyjną odpowiadały stawkom określonym w zarządzeniach Prezydenta Wrocławia z dnia 17 czerwca 2019 r. i 11 marca 2022 r.

(akta kontroli: str. 181-264)

Nośniki reklamowe, których lokalizacje ujęte były w załącznikach do umów realizowanych przez BRG stanowiły wyłączną własność inwestorów. W związku z powyższym nie dysponowano powierzchnią reklamową (na nieruchomościach komunalnych), która mogłaby służyć do wykorzystania przez Gminę, czy też mieszkańców lub lokalnych przedsiębiorców. Warunki wykorzystania powierzchni reklamowych na nośnikach ujętych w umowach musiały być uzgadniane przez zainteresowane strony bezpośrednio z firmą reklamy zewnętrznej, tj. właścicielem nośnika.

(akta kontroli: str. 98-147)

2.6. W okresie objętym kontrolą nie było możliwości ustalenia kwoty uzyskanych dochodów z tytułu podatków od nieruchomości dla budowli wykorzystywanych do działalności gospodarczej będących nośnikiem reklamy oraz liczby decyzji ustalających wysokość zobowiązania podatkowego w podatku od nieruchomości, w których uwzględniono tego typu budowle.

Z wyjaśnień złożonych przez Sekretarza Miasta wynikało, że z uwagi na to, że we Wrocławiu nie obowiązuje odrębna stawka dla budowli związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej będących nośnikami reklam - ewidencja podatkowa budowli prowadzona jest w ujęciu syntetycznym bez wyszczególnienia rodzajów budowli. W ujęciu analitycznym prowadzona jest ewidencja podatkowa gruntów i budynków ze względu na różnicowanie stawek podatku od nieruchomości według rodzajów przedmiotów opodatkowania. W związku z powyższym nie jest możliwe uzyskanie, z prowadzonych ewidencji, danych dotyczących wysokości wpływów

z tytułu podatku od nieruchomości należnego od budowli przeznaczonych na cele reklamowe.

(akta kontroli: str. 80-81)

Stwierdzone
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie stwierdzono następujące nieprawidłowości:

1. Nierzetelnie sprawowano nadzór nad legalnością reklamową na nieruchomościach komunalnych. W latach 2020 – 2023 (III kwartał) nie planowano i nie prowadzono systematycznej, planowej kontroli wykorzystania nieruchomości gminnych na cele reklamowe. Podejmowane przez Urząd działania, mające na celu usuwanie nielegalnych nośników reklamowych, miały, w większości przypadków, charakter doraźny i stanowiły reakcję na wpływające do Urzędu informacje z jednostek miejskich i spoza struktur administracji miejskiej lub były wynikiem jednostkowych ustaleń pracowników BRG. W latach 2020 – 2023 (III kwartał) Dyrektor BRG jedynie w ograniczonym zakresie korzystał z uprawnienia do pozyskiwania od miejskich jednostek organizacyjnych informacji dotyczących zarządzania reklamą, tj. z możliwości pozyskiwania sprawozdań i informacji z realizacji zadań w zakresie zarządzania reklamą, wynikających z § 8 zarządzenia nr 1161/19 i nr 7275/22 Prezydenta Wrocławia. Informację taką pozyskano jedynie dwukrotnie, tj. w 2019 r. i w 2023 r.

(akta kontroli: str. 79, 101-102)

Według wyjaśnień złożonych przez Dyrektora BRG, przepis § 8 zarządzenia Prezydenta Wrocławia nr 1161/19 oraz nr 7275/22 nie daje mu kompetencji nadzorczych nad zarządcami. Możliwość pozyskiwania informacji oparta jest o współpracę jednostek i wymianę doświadczeń. Dyrektor BRG stwierdziła, że w latach 2020 – 2023 (III kwartał) spostrzeżenia oparte o bieżącą współpracę z zarządcami nie wskazywały na potrzebę korygowania działań.

(akta kontroli: str. 337-339)

Według wyjaśnień złożonych przez Wiceprezydenta Wrocławia, BRG realizuje m.in. zadanie polegające na weryfikacji reklam umieszczonych bez tytułu prawnego - na wnioski zarządców i władających, zgłoszeń mieszkańców, bądź w wyniku działań własnych. Poszczególni zarządcy nieruchomości odpowiadają za nadzór zarządzanych przez nich obszarów oraz identyfikują wszelkie nieprawidłowości, w tym reklamy, a rola BRG jest tu uzupełniająca, co dodatkowo podnosi efektywność działań. Wiceprezydent wyjaśnił, że zgodnie z § 8 zarządzenia Prezydenta Wrocławia nr 1161/19 oraz 7275/22, Dyrektor BRG zapoznaje się z działaniami podmiotów zarządzających nieruchomościami Gminy, w zakresie realizacji zadań związanych z umieszczaniem szyldów, tablic i urządzeń reklamowych, w miarę potrzeby, koryguje je w celu zapewnienia zgodności z polityką reklamową oraz może zwracać się do podmiotów, o których mowa w pkt 1 § 8 wymienionych wyżej zarządzeń, o przesłanie okresowych informacji i sprawozdań z realizacji zadań związanych z umieszczeniem szyldów, tablic i urządzeń reklamowych, co oznacza, że nie jest to obligatoryjne. Zatem skorzystanie z tego prawa wynika z aktualnych potrzeb możliwości. Wiceprezydent wyjaśniał, że w oparciu o ww. przepis zarządzenia, dyrektor BRG nie ma kompetencji nadzorczych nad zarządcami, a możliwość pozyskiwania informacji oparta jest o współpracę jednostek i wymianę doświadczeń. Na każdorazowe zgłoszenie zarządcy w zakresie nielegalnych nośników na gruntach gminy BRG niezwłocznie podejmowało działania zmierzające do usunięcia nielegalnych nośników.

(akta kontroli: str. 330-334)

NIK nie podziela argumentacji przedstawionej przez Wiceprezydenta i Dyrektora BRG w tej sprawie. Jak wskazano wyżej, do zadań regulaminowych BRG należało w latach 2020 – 2023 (III kwartał) realizacja polityki reklamowej miasta. Z kolei w § 8 pkt 1 wspomnianych zarządzeń Prezydenta Wrocławia nr 1161/19 oraz 7275/22, Dyrektor BRG zapoznaje się z działaniami podmiotów zarządzających nieruchomościami Gminy Wrocław, w zakresie realizacji zadań związanych z umieszczaniem szyldów, tablic i urządzeń reklamowych, w miarę potrzeby, koryguje je w celu zapewnienia zgodności z polityką reklamową. Przepis ten wskazuje wprost na kompetencje nadzorcze Dyrektora BRG nad podmiotami wymienionymi w § 4 tych zarządzeń. Nadzór jest instytucją prawną, która służy zapewnieniu prawidłowego funkcjonowania organów nadzorowanych. Istotą nadzoru jest możliwość władczego i jednostronnego oddziaływanie na działanie organu nadzorowanego, które powinno być poprzedzone rzetelną oceną stanu rzeczywistego. W opinii NIK przepis § 8 ust. 1 tych zarządzeń odpowiada tak pojętej definicji nadzoru. W opinii NIK prawidłowe, sprawne i skuteczne wykonanie zadań jest nieodłącznie związane z pozyskaniem rzetelnej i bieżącej informacji w zakresie realizowanych zadań. Tymczasem z informacji udzielonej przez ZZK wynikało, że w latach 2020 – 2023 (III kwartał) nie prowadził on, w zasadzie, jakichkolwiek działań mających na celu identyfikację przypadków nielegalnego umieszczania nośników reklamowych na mieniu komunalnym. Zarządca ten nie określił także zasad postępowania w tym zakresie określających np. częstotliwość wykonania kontroli zarządzanych przez siebie nieruchomości pod kontem legalności umieszczania tam nośników reklamowych.

2. W latach 2020 – 2023 (III kwartał) w Urzędzie nie podejmowano działań w celu dochodzenia wynagrodzenia za bezumowne korzystanie z gruntów komunalnych w związku z nielegalnym umieszczeniem tam nośnika reklamowego, mimo co najmniej 30 takich przypadków, co było działaniem nierzetelnym i niezgodnym z art. 42 ust. 5 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych⁶⁰. Przepis ten zobowiązuje jednostki sektora finansów publicznych do ustalania przypadających im należności pieniężnych, w tym mających charakter cywilnoprawny oraz terminowego podejmowania w stosunku do zobowiązanych czynności zmierzających do wykonania zobowiązania.

Dyrektor BRG wyjaśniła, że w przypadku ujawnienia nielegalnych nośników reklamowych na nieruchomościach stanowiących własność Gminy, BRG niezwłocznie podejmuje działania zmierzające do usunięcia reklam. Wezwanie do demontażu następuje w formie pisemnej, pocztą elektroniczną ale też często telefonicznie ze względu na brak adresu reklamodawcy. Po wezwaniu reklama jest usuwana niezwłocznie, np. w ciągu siedmiu dni od dnia zgłoszenia. Skuteczność tych działań jest pełna, tj. nielegalne nośniki zostają usunięte. Dyrektor BRG stwierdziła, że w takich przypadkach naliczanie i egzekwowanie należności za bezumowne korzystanie z nieruchomości gminnych byłoby nieefektywne finansowo w stosunku do nakładów niezbędnych do poniesienia przez Gminę. Opłatę można by naliczyć od dnia, w którym potwierdzono nielegalność nośnika, czyli na ogół za kilka dni. Naliczenie wynagrodzenia za cały okres bezumownego korzystania wymagałoby dowodów potwierdzających samowolne korzystanie przez cały okres, jak również ustalenia wysokości wynagrodzenia w oparciu o stawki rynkowe. Gmina nie może ustalić stawek za bezumowną dzierżawę w oparciu o zarządzenie prezydenta. Dyrektor BRG podniosła, że słuszność przyjętych rozwiązań i prawidłowość postępowania

⁶⁰ Dz. U. z 2023 r. poz. 1270, ze zm.; dalej: ufp.

w takich sprawach potwierdzona została orzecznictwem sądowym, wskazując tu wyrok Sądu Okręgowego w Olsztynie z 22 marca 2018 r.⁶¹. Ponadto Dyrektor BRG podniosła, że wydatki publiczne powinny być dokonywane w sposób celowy i oszczędny z zachowaniem zasad uzyskiwania najlepszych efektów z danych nakładów i optymalnego doboru metod i środków służących osiągnięciu założonych celów.

Wiceprezydent wyjaśniając postępowanie urzędu w sprawie bezumownego korzystania z mienia komunalnego do celów reklamowych podzielił w całości argumentację Dyrektora BRG.

(akta kontroli: str. 330-339)

Zdaniem NIK, w świetle art. 42 ust. 5 ufp w związku z art. 224 § 2 oraz art. 225 ustawy z 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny⁶², Urząd powinien podejmować działania w celu dochodzenia roszczeń o wynagrodzenie za bezumowne korzystanie z nieruchomości komunalnych wykorzystywanych do umieszczania reklam.

OCENA CZĄSTKOWA

Nadzór Urzędu nad umieszczaniem reklam w przestrzeni miejskiej, w tym na składnikach mienia gminnego nie był w pełni prawidłowy. Nie wdrożono mechanizmów nadzoru nad bezumownym wykorzystywaniem mienia komunalnego dla celów reklamowych. Nie podejmowano także systematycznych działań, których celem miałyby być weryfikacja legalności posadowienia nośników reklamowych w przestrzeni miejskiej, w szczególności na składnikach majątkowych Gminy. Podejmowane w Urzędzie działania, mające na celu usuwanie nielegalnych nośników reklamowych z nieruchomości komunalnych, miały charakter doraźny i stanowiły reakcję na wpływające informacje spoza struktur administracji miejskiej lub były wynikiem jednostkowych ustaleń pracowników, dokonywanych w związku z innymi czynnościami służbowymi.

IV. Uwagi i wnioski

W związku ze stwierdzonymi nieprawidłowościami, Najwyższa Izba Kontroli, na podstawie art. 53 ust. 1 pkt 5 ustawy o NIK, przedstawia następujące uwagi i wnioski:

Uwagi

NIK nie formułuje uwag.

Wnioski

1. Wykonanie uchwały nr XXX/606/16 RMW z dnia 15 września 2016 r. w sprawie przygotowania projektu uchwały ustalającej zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.
2. Zapewnienie monitorowania działalności podmiotów zarządzających nieruchomościami Gminy w zakresie realizacji zadań związanych z umieszczaniem reklam.

⁶¹ Sygn. akt IX Ca 952/17. Sąd wskazał m.in., że skoro podmiot bez tytułu prawnego i porozumienia z gminą korzystał z jej terenu, to żądanie wynagrodzenia za bezumowne korzystanie jest co do zasady słuszne. Jednocześnie Sąd podkreślił jednak, że aby uwzględnić w całości żądanie pozwu, powództwo powinno być udowodnione także co do wysokości. Sąd zaznaczył, że: „w sytuacji, gdy Gmina dochodzi wynagrodzenia za bezumowne korzystanie, zobowiązana jest, tak jak każdy inny uprawniony domagający się zasądzenia takiego roszczenia, udowodnić stawki rynkowe obowiązujące w danym regionie, stanowiące podstawę do ustalenia wysokości należnego wynagrodzenia”. W wyroku wskazano, że gmina nie może skutecznie powołać się na zarządzenie prezydenta miasta w sprawie ustalenia stawek, ponieważ są to stawki ustalone arbitralnie przez gminę, a nie rynkowe. Stawki takie mogłyby mieć zastosowanie przy założeniu ze strony zawarły jakąś umowę, np. dzierżawy.

⁶² Dz. U. z 2023 r. poz. 1610, ze zm.

3. Zapewnienie dokonywania systematycznej kontroli legalności umieszczania nośników reklamowych w przestrzeni miejskiej.

4. Podejmowanie działań w celu dochodzenia roszczeń o wynagrodzenie za bezumowne korzystanie z nieruchomości Gminy wykorzystywanych do umieszczania reklam.

V. Pozostałe informacje i pouczenia

Prawo zgłoszenia
zastrzeżeń

Wystąpienie pokontrolne zostało sporządzone w dwóch egzemplarzach; jeden dla kierownika jednostki kontrolowanej, drugi do akt kontroli.

Zgodnie z art. 54 ustawy o NIK kierownikowi jednostki kontrolowanej przysługuje prawo zgłoszenia na piśmie umotywowanych zastrzeżeń do wystąpienia pokontrolnego, w terminie 21 dni od dnia jego przekazania. Zastrzeżenia zgłasza się do dyrektora Delegatury NIK we Wrocławiu. Prawo zgłaszania zastrzeżeń, zgodnie z art. 61b ust. 2 ustawy o NIK, nie przysługuje do wystąpienia pokontrolnego zmienionego zgodnie z treścią uchwały w sprawie zastrzeżeń.

Obowiązek
poinformowania
NIK o sposobie
wykorzystania uwag
i wykonania wniosków

Zgodnie z art. 62 ustawy o NIK należy poinformować Najwyższą Izbę Kontroli, w terminie 21 dni od otrzymania wystąpienia pokontrolnego, o sposobie wykorzystania uwag i wykonania wniosków pokontrolnych oraz o podjętych działaniach lub przyczynach niepodjęcia tych działań.

W przypadku wniesienia zastrzeżeń do wystąpienia pokontrolnego, termin przedstawienia informacji liczy się od dnia otrzymania uchwały o oddaleniu zastrzeżeń w całości lub zmienionego wystąpienia pokontrolnego.

Wrocław, 31 października 2023 r.

Kontroler
Ryszard Puchała
Główny specjalista kontroli
państwowej

.....
podpis

Najwyższa Izba Kontroli
Delegatura we Wrocławiu
p.o. Dyrektor
Marcin Kaliński

.....
podpis