РЕШЕНИЕ БЕШЕНКОВИЧСКОГО РАЙОННОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО КОМИТЕТА

5 мая 2025 г. № 549

О размещении средств наружной рекламы на территории Бешенковичского района

Изменения и дополнения:

Решение Бешенковичского районного исполнительного комитета от 25 июля 2025 г. № 909 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 05.09.2025, 18-2/141363) <R925v0141363>

На основании абзаца восьмого пункта 1 статьи 9, пункта 3 статьи 13 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе», части девятой приложения 3 к постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 7 июля 2021 г. № 395 «О мерах по реализации Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам рекламы», пункта 5 и части пятой пункта 13, абзаца четвертого подпункта 17.3, подпункта 17.8 пункта 17, абзаца четвертого подпункта 29.3 пункта 29 Положения о порядке выдачи, продления действия, переоформления и прекращения действия разрешения на размещение средства наружной рекламы, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 7 июля 2021 г. № 395, Бешенковичский районный исполнительный комитет РЕШИЛ:

1. Делегировать унитарному коммунальному предприятию жилищно-коммунального хозяйства «Бешенковичский коммунальник» полномочия на:

заключение от имени Бешенковичского районного исполнительного комитета договора на размещение средства наружной рекламы, дополнительных соглашений об изменении условий договора на размещение средства наружной рекламы;

демонтаж средства наружной рекламы.

2. Присвоить классификационные признаки участкам территорий Бешенковичского района, отражающие коммерческую ценность участка территории для размещения на нем средств наружной рекламы, согласно приложению 1.

3. Установить:

3.1. понижающие и (или) повышающий коэффициенты, применяемые при определении расчета платы, взимаемой Бешенковичским районным исполнительным комитетом по договору на размещение средства наружной рекламы, согласно приложению 2.

При наличии оснований для применения нескольких понижающих и (или) повышающих коэффициентов применяются все соответствующие понижающие и (или) повышающие коэффициенты путем их перемножения;

3.2. требования к размеру, иным характеристикам и (или) местам размещения средств наружной рекламы, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, зданиях исторической застройки, их территориях и в зонах их охраны, расположенных на территории Бешенковичского района, согласно приложению 3;

3.3. требования к размеру, иным характеристикам и (или) местам размещения средств наружной рекламы согласно приложению 31.

4. Определить, что:

4.1. расчет платы, взимаемой Бешенковичским районным исполнительным комитетом за предоставление права на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях, а также за предоставление имущества во временное пользование для размещения средства наружной рекламы в случае, если Бешенковичский районный исполнительный комитет является собственником имущества (уполномоченным лицом), производится по следующей формуле:

П = БС х S х T х К,

где    БС – базовая ставка;

S – площадь рекламного поля;

Т – срок размещения средства наружной рекламы;

К – понижающий и (или) повышающий коэффициент (понижающие и (или) повышающие коэффициенты), подлежащий (подлежащие) применению;

4.2. расчет платы, взимаемой Бешенковичским районным исполнительным комитетом за предоставление права на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях в случае, если место размещения средства наружной рекламы\* не находится в собственности Бешенковичского района, производится по следующей формуле:

П = БС х S х T х К х 50 %;

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\* Для целей настоящего решения термин «место размещения средства наружной рекламы» используется в значении, определенном частью двенадцатой приложения 3 к постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 7 июля 2021 г. № 395.

4.3. размер базовой ставки составляет:

1 базовую величину за один квадратный метр рекламного поля в месяц – при размещении средства наружной рекламы, площадь рекламных полей которого измеряется в квадратных метрах;

50 базовых величин за одно средство наружной рекламы в месяц – при размещении следующих средств наружной рекламы:

объемно-пространственных рекламных конструкций, растяжек;

воздушных шаров, строительных кранов и иных средств наружной рекламы, у которых затруднительно определить площадь рекламного поля;

образцов товаров (результатов работ, услуг) и (или) призов в рекламных целях вне зданий (сооружений) и вне витрин.

Для случаев, указанных в абзацах четвертом–шестом части первой настоящего подпункта, площадь рекламного поля (S) равна единице;

4.4. при определении размера платы за размещении наружной рекламы о предоставлении организациями денежных средств по договору займа, игорных заведений, азартных игр понижающие коэффициенты не применяются.

5. Действие пункта 4 настоящего решения не распространяется на следующие средства наружной рекламы:

плакатницы;

кронштейны;

пилоны;

указатели.

6. Определить критерии ухудшения архитектурного облика здания (сооружения), застройки территории в связи с размещением средства наружной рекламы согласно приложению 4.

7. Установить, что плата в соответствии с договором на размещение средства наружной рекламы не взимается при размещении:

социальной рекламы;

рекламы мероприятия в сфере культуры, физической культуры и спорта, в число организаторов которого входят государственные органы, или информации о государственных праздниках, праздничных днях, памятных датах;

услуг, оказываемых бюджетными организациями, а также организациями, основным видом деятельности которых является санаторно-курортное лечение и оздоровление детей.

8. Признать утратившим силу решение Бешенковичского районного исполнительного комитета от 23 января 2014 г. № 71 «О размещении (распространении) наружной рекламы и ее средств, рекламы на транспортных средствах на территории Бешенковичского района».

9. Настоящее решение вступает в силу после его официального опубликования.

Действие настоящего решения не распространяется на договоры, заключенные до вступления в силу настоящего решения.

|  |  |
| --- | --- |
| Председатель | Г.В.Унукович |

|  |  |
| --- | --- |
|   | Приложение 1к решению Бешенковичского районного исполнительного комитета 05.05.2025 № 549  |

КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ПРИЗНАКИ
участков территорий Бешенковичского района, отражающие коммерческую ценность участка территории для размещения на нем средств наружной рекламы

|  |  |
| --- | --- |
| Классификационный признак | Участок территории Бешенковичского района |
| 1. Высшая категория | улицы Коммунистическая, Интернациональная, Черняховского, Володарского, Карла Маркса, Молодежная, Октябрьская, Свободы, Советская, Урицкого, Чуклая городского поселка Бешенковичи;территория центральной площади городского поселка Бешенковичи;территория «Автостанция Бешенковичи»;административные здания организаций, расположенные на территории городского поселка Бешенковичи;территории, находящиеся в контролируемой полосе республиканских автомобильных дорог:М3 Минск – Витебск;М-3/П 3 подъезд к городскому поселку Бешенковичи от автомобильной дороги М-3;Р-111 Бешенковичи – Чашники;Р-113 Сенно – Бешенковичи – Ушачи;Р-114 Городок – Улла – Камень |
| 2. Первая категория | территории городского поселка Бешенковичи, не вошедшие в высшую категорию;территории, находящиеся в контролируемой полосе местных автомобильных дорог;территории агрогородков Бешенковичского района и административных центров административно-территориальных единиц Бешенковичского района |
| 3. Вторая категория | все остальные участки территорий Бешенковичского района, не вошедшие в высшую и первую категории |

|  |  |
| --- | --- |
|   | Приложение 2к решению Бешенковичского районного исполнительного комитета 05.05.2025 № 549  |

ПОНИЖАЮЩИЕ И (ИЛИ) ПОВЫШАЮЩИЙ КОЭФФИЦИЕНТЫ,
применяемые при определении расчета платы, взимаемой Бешенковичским районным исполнительным комитетом по договору на размещение средства наружной рекламы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид коэффициента | Размер | Основания применения понижающего и (или) повышающего коэффициента |
| К1 | Понижающий (повышающий) коэффициент, учитывающий особенности места размещения средств наружной рекламы: |
| 1,25 | при размещении средств наружной рекламы на рынках, а также на территориях высшей категории |
| 0,75 | при размещении средств наружной рекламы на территориях первой категории |
| 0,50 | при размещении средств наружной рекламы на территориях второй категории |
| К2 | Понижающий коэффициент, учитывающий площадь рекламного поля: |
| 0,75 | при площади рекламного поля от 18 квадратных метров (включительно) до 50 квадратных метров |
| 0,60 | при площади рекламного поля от 50 квадратных метров (включительно) и более |
| 0,50 | при размещении рекламы на средствах наружной рекламы с общей площадью рекламного поля более 300 квадратных метров у одного рекламораспространителя |
| К3 | 0,75 | Понижающий коэффициент, применяемый при использовании технически сложных средств наружной рекламы (для средств наружной рекламы с автоматической сменой композиций, бегущей строки, светодиодных, проекционных и иных экранов, вращающихся щитов, лайтпостеров, мультимедийных рекламных конструкций, наземных панно, объемно-пространственных рекламных конструкций, призматронов, электронных табло, надкрышных рекламных конструкций, газосветных световых конструкций на плоскости фасада здания) |
| К4 | Понижающий коэффициент, учитывающий особенности размещения (распространения) отдельных видов наружной рекламы и ее средств: |
| 0,75 | при размещении (распространении) наружной рекламы в витринах, за исключением витрин, указанных в пункте 5 приложения 2 к постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 7 июля 2021 г. № 395; на растяжках |
| 0,75 | при размещении (распространении) на средстве наружной рекламы с площадью рекламного поля не менее 10 квадратных метров рекламы объектов придорожного сервиса, продукции, товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) объектами придорожного сервиса (за исключением средств наружной рекламы, размещаемых на зданиях (сооружениях) объектов придорожного сервиса, автозаправочных станций), объектов агроэкотуризма, туристических маршрутов, мест отдыха вдоль контролируемых полос республиканских автомобильных дорог |
| 0,70 | при размещении отдельно стоящих средств наружной рекламы с площадью рекламного поля не менее 12 квадратных метров, размещаемых вдоль автомобильных дорог, расположенных вне населенных пунктов и улиц населенных пунктов, при обзоре рекламных полей которых по ходу движения транспортного средства между этими средствами наружной рекламы и транспортным средством имеется полоса встречного движения |
| 0,70 | при размещении (распространении) наружной рекламы на павильонах, остановочных пунктах общественного транспорта, ограждениях (за исключением ограждений, используемых при организации работ мелкорозничной торговой сети (мини-кафе, летних, сезонных кафе, палаток, киосков и другого), при размещении образцов товаров (результатов работ) и (или) призов в рекламных целях вне зданий (сооружений) и вне витрин |
| 0,50 | при размещении (распространении) на средстве наружной рекламы рекламы продукции, товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) на территории Республики Беларусь отечественными производителями |
| 0,50 | при размещении (распространении) на средстве наружной рекламы культурно-зрелищных мероприятий с участием только белорусских исполнителей или коллективов художественной самодеятельности |
| 0,50 | при размещении (распространении) на средстве наружной рекламы рекламы продукции, товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) сельскохозяйственными организациями и организациями перерабатывающей промышленности на территории Республики Беларусь |
| 0,25 | при размещении (распространении) наружной рекламы на строительных сетках и иных строительных объектах площадью от 300 квадратных метров и более |
| 0,20 | при размещении (распространении) наружной рекламы с размером рекламного поля не более 2 квадратных метров на социально значимых объектах (велопарковки, скамейки, пляжные кабинки, урны, телефонные кабины и другие) |
| К5 | 2,0 | Повышающий коэффициент, применяемый при размещении (распространении) наружной рекламы ритуальных услуг (товаров, работ) на щитах, пилонах, лайтпостерах, остановочных пунктах общественного транспорта |
| К6 | 2,0 | Повышающий коэффициент, применяемый при размещении (распространении) наружной рекламы об игорных заведениях, азартных играх |

|  |  |
| --- | --- |
|   | Приложение 3к решению Бешенковичского районногоисполнительного комитета05.05.2025 № 549(в редакции решенияБешенковичского районногоисполнительного комитета25.07.2025 № 909)  |

ТРЕБОВАНИЯ
к размеру, иным характеристикам и (или) местам размещения средств наружной рекламы, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, зданиях исторической застройки, их территориях и в зонах их охраны, расположенных на территории Бешенковичского района

1. Настоящие требования разработаны в целях единообразия подходов к размещению средств наружной рекламы на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны с учетом художественных, архитектурно-стилевых и конструктивных особенностей недвижимых материальных историко-культурных ценностей, комплексов зданий и застройки в целом, сохранности отличительных достоинств зданий и сооружений, обусловивших придание им статуса историко-культурной ценности, недопущения причинения им вреда или создания угрозы его причинения, ухудшения технического состояния или создания угрозы его ухудшения, ухудшения условий восприятия, научно необоснованных изменений, включая окружающую среду и историческую застройку, представляющую совокупность историко-архитектурных особенностей.

2. Стилистическое, цветовое и объемно-пространственное решение средства наружной рекламы не должно ухудшать условия восприятия памятника архитектуры или здания исторической застройки: создавать диссонанс, перекрывать элементы и детали архитектурного декора, визуально перегружать фасад, а также выступать активным диссонирующим элементом.

3. Средства наружной рекламы, размещаемые на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, зданиях исторической застройки, выполняются в виде отдельных элементов (букв), без подложки (подосновы), высотой не более 50 сантиметров. Цветовое решение средств наружной рекламы, в том числе шрифт текста, должны гармонировать с общим цветовым решением и стилем здания (сооружения).

Крепление букв рекламной конструкции может осуществляться на металлическую направляющую (например, несущий каркас из профильной трубы), окрашенную в цвет фасада, которая крепится к фасаду.

4. Рекламные конструкции на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, зданиях исторической застройки размещаются на гладких, свободных от декора и архитектурных элементов участках фасада в пределах уровня первого этажа или между окнами первого и второго этажей с соблюдением единой композиционной оси размещения средств наружной рекламы.

5. При размещении на фасадах недвижимых материальных историко-культурных ценностях, зданиях исторической застройки одновременно нескольких средств наружной рекламы (включая вывески, вывески рекламного характера, кронштейны), указанные рекламные конструкции размещаются в один высотный ряд на единой горизонтальной линии, симметрично относительно уровня основных элементов фасада (окна, витрины, входной группы).

6. Размещение информационных конструкций на плоских участках фасада, свободных от декора и архитектурных элементов, осуществляется исключительно на прозрачной подоснове (оргстекле) в пределах площади внешних поверхностей объекта.

Максимальный размер информационных конструкций, содержащих сведения об ассортименте блюд, напитков и иных продуктов питания, предлагаемых при предоставлении услуг, в том числе с указанием их массы (объема) и цены (меню), не должен превышать: по высоте – 80 сантиметров, по ширине – 60 сантиметров.

Оформление витрин должно иметь комплексный характер, единое цветовое решение, высокое качество художественного решения и исполнения. Средства наружной рекламы в витринах должны размещаться на основе единого композиционного решения всех витрин, во внутреннем пространстве витрины и не нарушать прозрачность ее остекления.

7. Не допускается размещение информационных конструкций:

одним блоком на объекте;

более двух для одной организации независимо от ее формы собственности, одного индивидуального предпринимателя на одном здании;

более одной на остеклении входных групп (двери), выполненной методом нанесения трафаретной печати;

более двух с одной стороны входа.

8. Декоративно-художественные элементы необходимо выносить на кронштейны.

Средства наружной рекламы, размещаемые на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, зданиях исторической застройки консольно (кронштейны), должны быть выполнены в размерах не более 70 на 70 сантиметров.

Консольные конструкции располагаются в одной горизонтальной плоскости фасада, на границах и внешних углах зданий (строений, сооружений). Расстояние между консольными конструкциями должно составлять не менее 10 метров. При невозможности размещения консольных конструкций с соблюдением указанного расстояния допускается размещать консольные конструкции в два и три яруса на расстоянии не менее 70 сантиметров от консольных конструкций, расположенных ниже.

Расстояние от уровня земли до нижнего края консольной конструкции должно быть не менее 2,5 метра.

Консольная конструкция не должна находиться на расстоянии более 20 сантиметров от плоскости фасада (с учетом элементов крепления), а крайняя точка его лицевой стороны – на расстоянии не более 90 сантиметров от плоскости фасада.

9. На недвижимых материальных историко-культурных ценностях, зданиях исторической застройки не допускается размещение настенных конструкций, баннеров, за исключением баннеров с социальной рекламой;

10. В случае отсутствия возможности размещения вывески на фасадной части здания (сооружения) без создания препятствия для визуального восприятия объемно-пространственных особенностей, элементов и деталей архитектурного декора недвижимых материальных историко-культурных ценностей и зданий исторической застройки допускается размещение вывесок с внутренней стороны путем покрытия декоративными пленками поверхности остекления, выполненными на прозрачной подоснове отдельными буквами в:

арочных оконных проемах в пределах их полуциркульной части;

основной части оконного проема, не превышая 30 процентов от площади остекления проема.

Допускается размещение вывесок в верхней части остекления дверных проемов входных групп в торговые объекты.

Применение жалюзи и рулонных штор с внутренней стороны остекления должно занимать не более 30 процентов площади каждого проема первого этажа и не более 50 процентов каждого проема второго и последующих этажей.

11. Не допускается:

11.1. размещение средств наружной рекламы на лоджиях, балконах, выступающих фигурных элементах фасадов, пилястрах, фигурных карнизах, с частичным или полным перекрытием архитектурных деталей и элементов недвижимых материальных историко-культурных ценностей и зданий исторической застройки на расстоянии менее одного метра от охранных, памятных (мемориальных) досок и указателей наименований улиц, номеров домов;

11.2. вертикальный порядок расположения букв;

11.3. нанесение изображений информационного характера на жалюзи и рулонные шторы;

11.4. размещение: настенных панно с целью скрытия дефектов на фасадах зданиях, вместо проведения ремонта или реставрации фасадов; рекламных носителей на воротах и решетчатых ограждениях; информации об акциях и других разовых мероприятиях в поле оконных и дверных проемов;

11.5. использование пульсирующего режима ночной подсветки средств наружной рекламы;

11.6. размещение надкрышных рекламных конструкций.

Размещение надкрышных рекламных конструкций допускается только в случае, если невозможно иное размещение и выполняется отдельными буквами высотой до 500 миллиметров без подосновы после обследования строительных конструкций крыши и выполнения проекта крепления рекламной конструкции с расчетом на ветроустойчивость, с учетом соблюдения положений статьи 110 Кодекса Республики Беларусь о культуре. Цветовое решение надкрышных средств наружной рекламы, в том числе шрифт текста, должно гармонировать с общим цветовым решением и стилем недвижимых материальных историко-культурных ценностей и зданий исторической застройки.

12. Средства наружной рекламы:

устанавливаются и эксплуатируются в соответствии с разрешением на их установку без повреждения архитектурных деталей, конструктивных элементов зданий (строений, сооружений), подземных и наземных коммуникаций, элементов благоустройства;

монтируются и демонтируются в соответствии с нормами безопасности. Неисправности и аварийные ситуации устраняются в сроки, установленные законодательством;

подключаются к инженерным сетям с соблюдением условий и правил технической эксплуатации сетей;

обслуживаются с применением принадлежностей, которые будут обеспечивать сохранность зеленых насаждений, либо с производством работ по восстановлению повреждений.

Монтаж средств наружной рекламы не должен причинять вред или создавать угрозу причинения вреда историко-культурной ценности, ее отличительным достоинствам, в том числе элементам и деталям архитектурного декора. При демонтаже средства наружной рекламы участок фасада на месте его размещения должен быть приведен в надлежащее состояние.

13. Средства наружной рекламы должны иметь надлежащее санитарно-техническое состояние:

целостность рекламной конструкции;

отсутствие механических повреждений;

отсутствие порывов рекламных полотен;

наличие окрашенного каркаса;

отсутствие ржавчины и грязи на всех частях и элементах рекламных конструкций;

отсутствие на всех частях и элементах рекламных конструкций наклеенных объявлений, посторонних надписей, изображений и других информационных сообщений;

подсвет рекламных конструкций в период времени, который начинается спустя один час после захода солнца и заканчивается за один час до восхода солнца.

Не допускается в указанный период времени искажение линий существующей архитектурной подсветки памятников архитектуры подсветкой средств наружной рекламы.

14. Кабели питания световых элементов средств наружной рекламы должны быть вмонтированы в короба, окрашенные в цвет фасада, или прикреплены таким образом, чтобы быть незаметными для пешеходов и не пересекать элементы выступающего декора и архитектурные элементы фасада.

15. Средства наружной рекламы, размещаемые на недвижимой историко-культурной ценности, зданиях исторической застройки, территориях и в зонах охраны недвижимых материальных историко-культурных ценностей выполняются в следующих размерах:

лайтпостеры, пилоны – 1,8 метра на 1,2 метра;

средства наружной рекламы, размещаемые на остановочных пунктах транспорта общего пользования, – 1,85 метра на 1 метр;

средства наружной рекламы, размещаемые на опорах инженерных коммуникаций, – 1,2 метра на 0,8 метра;

щиты, призматроны, мультимедийные рекламные конструкции – 3 метра на 6 метров.

16. Работы по техническому обслуживанию рекламных конструкций выполняются с восстановлением объектов благоустройства (в случае их повреждения) в течение трех суток после окончания этих работ.

|  |  |
| --- | --- |
|   | Приложение 31к решению Бешенковичского районногоисполнительного комитета05.05.2025 № 549(в редакции решенияБешенковичского районногоисполнительного комитета25.07.2025 № 909)  |

ТРЕБОВАНИЯ
к размеру, иным характеристикам и (или) местам размещения средств наружной рекламы

1. Рекламные конструкции должны быть соразмерными и стилистически соответствующими:

архитектуре фасадов зданий (сооружений);

архитектурно-пространственному окружению места размещения;

архитектурно-художественному образу локального места размещения в городской среде.

2. Рекламные конструкции размещаются в зоне визуальной доступности и читаемости информации, на гладкой, свободной от декора и архитектурных элементов поверхности фасадов зданий (сооружений) в уровне первого этажа или между окнами первого и второго этажей с соблюдением единой композиционной оси размещения средств наружной рекламы.

3. При размещении на фасаде здания одновременно нескольких средств наружной рекламы (включая вывески, вывески рекламного характера, кронштейны и другие конструкции) указанные средства наружной рекламы размещаются в пределах площади внешних поверхностей объекта, соответствующей размерам занимаемых организациями, индивидуальными предпринимателями помещений в один высотный ряд на единой горизонтальной линии, симметрично относительно уровня основных элементов фасада (окна, витрины, входные группы).

4. Размещение информационных конструкций на плоских участках фасада, свободных от декора, и архитектурных элементов осуществляется в пределах площади внешних поверхностей объекта.

5. Информация об ассортименте блюд, напитков и иных продуктов питания, в том числе с указанием их массы (объема) и цены (меню), размещается на плакатнице или иной выносной рекламной конструкции (размерами не более 1,2 метра на 0,65 метра).

6. Декоративно-художественные элементы (логотипы, товарные знаки и другие элементы) выносятся на консольные конструкции (кронштейны).

Консольные конструкции (кронштейны) располагаются в одной горизонтальной плоскости фасада, у арок, на границах и внешних углах зданий (сооружений).

Расстояние между консольными конструкциями (кронштейнами) должно составлять не менее 10 метров. При невозможности размещения с соблюдением указанного расстояния допускается размещение консольных конструкций (кронштейнов) в два или три яруса на расстоянии не менее 0,7 метра от консольных конструкций (кронштейнов), расположенных ниже.

Расстояние от уровня земли до нижнего края консольной конструкции (кронштейна) должно быть не менее 2,5 метра.

Консольная конструкция (кронштейн) не должна находиться на расстоянии более 0,2 метра от плоскости фасада здания (с учетом элементов крепления), а крайняя точка ее лицевой стороны – на расстоянии не более 0,9 метра от плоскости фасада здания.

7. Нижний край рекламного поля конструкции должен размещаться от уровня поверхности участка, на котором расположено средство наружной рекламы, на высоте не менее:

щит, призматрон – 4,0 метра;

лайтпостер – 0,5 метра;

мультимедийная рекламная конструкция, наземное панно, объемно-пространственная рекламная конструкция, указатель, флаговая рекламная конструкция – в индивидуальном порядке.

8. В зависимости от площади рекламных конструкций расстояние между отдельно размещенными на одной стороне дороги средствами наружной рекламы должно быть не менее:

200 метров – в случае, если площадь рекламного поля свыше 18 квадратных метров;

100 метров – в случае, если площадь рекламного поля от 6 квадратных метров до 18 квадратных метров включительно;

30 метров – в случае, если площадь рекламного поля объявления менее 6 квадратных метров.

9. Размещение и подсветка рекламных конструкций должны быть безопасными для участников дорожного движения, не затруднять движение пешеходов и не вызывать дискомфорт проживающих в домах в визуальной доступности к рекламным конструкциям.

10. Светодинамика при подсветке рекламных конструкций выполняется в режимах плавного замедленного изменения цветов и силы света в темное время суток. Использование дискретного светового режима и слепящих лучей не допускается.

11. Цветовое решение рекламных конструкций должно гармонировать с архитектурно-пространственным окружением, с цветовым решением фасадов, зданий (сооружений), малыми архитектурными формами, элементами благоустройства. Не допускается использование в оформлении рекламных конструкций агрессивных цветовых сочетаний, люминесцентных цветов.

12. Подсветка рекламных конструкций должна обеспечивать равномерную освещенность информационного поля, читаемость информации.

13. Конструктивные решения рекламных конструкций должны обеспечивать:

прочность, устойчивость к механическому воздействию;

удобство монтажа и демонтажа;

удобство обслуживания (оперативного ремонта, замены деталей и осветительных приборов, очистки);

безопасность эксплуатации.

14. Материалы и технологии, применяемые для изготовления рекламных конструкций, должны обеспечивать высокие декоративные и эксплуатационные качества (ровную окраску, равномерные зазоры между элементами, отсутствие внешнего технологического крепежа), а также длительный срок сохранения их внешнего вида, эксплуатационных качеств и безопасности.

15. Рекламораспространители обязаны поддерживать внешний вид конструкций в надлежащем эстетическом и технически исправном состоянии.

16. При монтаже и (или) демонтаже рекламных конструкций не допускается повреждение фасадов, декоративных элементов зданий и сооружений, элементов благоустройства прилегающей территории.

17. Фундаменты отдельно стоящих рекламных конструкций не могут выступать над уровнем земли, должны быть заглублены на 15–20 сантиметров ниже уровня грунта с последующим восстановлением покрытия на нем.

18. На территории вдоль магистральных улиц городского поселка Бешенковичи\* применяются призматроны, конструкции с внутренней подсветкой, электронные табло и иные современные технологичные конструкции размером до 12 квадратных метров, объемно-пространственные рекламные конструкции, изготовленные по индивидуальным проектам, а также вывески, вывески рекламного характера, лайтпостеры, кронштейны, указатели, тумбы, стелы, пилоны, настенные и надкрышные рекламные конструкции, бегущие строки, растяжки, флаговые рекламные конструкции, наземные панно, в составе остановочных комплексов средства наружной рекламы, а также реклама, совмещенная с конструкциями уличной мебели.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\* К магистральным улицам городского поселка Бешенковичи относятся улицы: Витебское шоссе, Володарского, Интернациональная, Коммунистическая, Свободы, Черняховского, Урицкого, Романова.

|  |  |
| --- | --- |
|   | Приложение 4к решению Бешенковичского районного исполнительного комитета 05.05.2025 № 549  |

КРИТЕРИИ
ухудшения архитектурного облика здания (сооружения), застройки территории в связи с размещением средства наружной рекламы

1. Размещение отдельно стоящего средства наружной рекламы на фундаменте, расположенном полностью либо частично выше уровня поверхности земли.

2. Несоблюдение единой высоты отдельно стоящих средств наружной рекламы одного вида в зоне прямой видимости.

3. Размещение по вертикали двух и более средств наружной рекламы на одной опоре.

4. Размещение средства наружной рекламы на балконах и лоджиях зданий (сооружений).

5. Размещение средства наружной рекламы без композиционной привязки к осям конструктивных и архитектурных элементов фасадов зданий (сооружений) (окно, витрина, входная группа) и другим расположенным на фасаде средствам наружной рекламы.

6. Несоответствие характеристик средства наружной рекламы (форма, размер, пропорции, цвет, масштаб и другие) стилистике и цветовому решению фасада здания (сооружения), на котором размещается средство наружной рекламы.

7. Размещение средства наружной рекламы на архитектурных элементах декора фасада здания (сооружения) (колонны, пилястры, орнаменты, лепнина и другие).

8. Размещение средства наружной рекламы с использованием контрастной по отношению к фасаду здания (сооружения) непрозрачной основы.

9. Размещение средства наружной рекламы за пределами внешней поверхности фасада здания (сооружения).

10. Непосредственное нанесение на поверхность фасада здания (сооружения) декоративно-художественного и (или) текстового изображения средства наружной рекламы (методом покраски, наклейки и иными методами).

11. Размещение средства наружной рекламы на расстоянии менее 2 метров от мемориальных досок, информационных табличек, посредством перекрытия визуального восприятия адресного знака.

12. Размещение на фасадах многоквартирных жилых домов мультимедийных рекламных конструкций, призматронов и других средств наружной рекламы с использованием динамических систем автоматической смены изображений для демонстрации содержания наружной рекламы.

13. Размещение средства наружной рекламы посредством полной или частичной замены остекления витрин здания (сооружения).

14. Размещение средства наружной рекламы на ограждениях, за исключением:

размещения средства наружной рекламы, выполненного в виде отдельных букв без основы;

размещения средства наружной рекламы на ограждении строительной площадки.

15. Использование в период времени, который начинается спустя один час после захода солнца и заканчивается за один час до восхода солнца, пульсирующего режима подсветки, контрастирующих друг с другом кадров при размещении мультимедийной рекламной конструкции.