

РЕШЕНИЕ ДРОГИЧИНСКОГО РАЙОННОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО КОМИТЕТА
23 февраля 2023 г. № 171

**Об установлении требований к средствам
наружной рекламы**

На основании абзаца восьмого пункта 1 статьи 9 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе» Дрогичинский районный исполнительный комитет РЕШИЛ:

1. Установить требования к размеру и (или) иным техническим характеристикам средств наружной рекламы, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях и их территориях, расположенных на территории Дрогичинского района, согласно приложению.

2. Обнародовать (опубликовать) настоящее решение в газете «Драгічынскі веснік».

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

Председатель

А.В.Дорошенко

Управляющий делами

А.Н.Тынкович

СОГЛАСОВАНО

Министерство культуры
Республики Беларусь

Приложение
к решению
Дрогичинского районного
исполнительного комитета
23.02.2023 № 171

ТРЕБОВАНИЯ

к размеру и (или) иным техническим характеристикам средств наружной рекламы, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях и их территориях, расположенных на территории Дрогичинского района

1. Размещаемые средства наружной рекламы не должны ухудшать условия восприятия материальной недвижимой историко-культурной ценности (памятников архитектуры): создание диссонанса (в том числе стилистического и цветового), перекрытие элементов и деталей архитектурного декора, визуальное искажение (в том числе наличие множества деталей) на фасаде.

2. Средства наружной рекламы, размещаемые на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях выполняются в виде отдельных элементов (букв), без подосновы (подложки), высотой не более 500 мм.

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

4. Рекламные конструкции на недвижимых материальных историко-культурных ценностях размещаются на гладких, свободных от декора и архитектурных элементов участках фасада в пределах уровня первого этажа или между окнами первого и второго этажей.

5. 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, соответствующей размерам занимаемых организациями, индивидуальными предпринимателями помещений.

6. 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 см, по ширине – 60 см.

7. При размещении на фасадах недвижимых материальных историко-культурных ценностей одновременно нескольких средств наружной рекламы указанные рекламные конструкции размещаются в один высотный ряд на единой горизонтальной линии, симметрично относительно уровня основных элементов фасада (окон, витрин, входных групп и т.д.).

8. Декоративно-художественные элементы (логотипы, товарные знаки и т.д.) необходимо выносить на кронштейны либо на выносные рекламные конструкции (тумбы, штендеры).

9. Размеры средств наружной рекламы, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях консольно (кронштейны), должны иметь размеры, не превышающие 70 x 70 см.

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

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

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

13. В случае расположения торговых объектов и (или) объектов общественного питания в подвальных или цокольных этажах материальных недвижимых историко-культурных ценностей допускается размещение средств наружной рекламы над окнами подвального или цокольного этажа.

14. Не допускается размещение на недвижимых материальных историко-культурных ценностях настенных конструкций и баннеров, лайтпостеров, электронных табло, мультимедийных рекламных конструкций.

15. При отсутствии 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 возможно размещение вывесок путем покрытия декоративными пленками поверхности остекления, выполненными на прозрачной подоснове, либо отдельными буквами при условии исключения диссонанса стилистического и цветового решения и шрифта текста с общим цветовым решением и стилем историко-культурных ценностей:

в арочных оконных проемах в пределах их полуциркульной части;

в основной части оконного проема, не превышая 50 процентов от площади остекления проема.

Допускается размещение вывесок в верхней части остекления дверных проемов входных групп в торговые объекты или объектов общественного питания с использованием несущих конструкций.

16. Не допускается размещение средств наружной рекламы на лоджиях, балконах, выступающих фигурных элементах фасадов, пилястрах, фигурных карнизах с перекрытием архитектурных деталей и элементов недвижимых материальных историко-культурных ценностей (карнизов, фриз, порталов, поясков, обрамлений и др.).

Средства наружной рекламы на материальных недвижимых историко-культурных ценностях размещаются на расстоянии 1 м от охранных досок, объектов монументально-декоративного искусства, указателей наименований улиц, номеров домов.

17. Средства наружной рекламы должны иметь надлежащее 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 темное время суток.
18. Кабели питания световых элементов средств наружной рекламы монтируются в короба, окрашенные в цвет фасада, или прикреплены таким образом, чтобы быть незаметными для пешеходов.
19. Не допускается искажение линий существующей архитектурной подсветки памятников архитектуры в ночное время подсветкой средств наружной рекламы.