

РЕШЕНИЕ МИНСКОГО ГОРОДСКОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО КОМИТЕТА
5 июня 2025 г. № 2136

**Об установлении требований к средствам наружной
рекламы, размещаемым на недвижимых
материальных историко-культурных ценностях**

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

1. Установить требования к размеру, иным характеристикам и (или) местам размещения средств наружной рекламы, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны, согласно приложению.

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

Председатель

В.Е.Кухарев

СОГЛАСОВАНО

Министерство культуры
Республики Беларусь

Приложение
к решению
Минского городского
исполнительного комитета
05.06.2025 № 2136

ТРЕБОВАНИЯ

**к размеру, иным характеристикам и (или) местам размещения средств
наружной рекламы, размещаемых на недвижимых материальных
историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны**

1. На недвижимых материальных историко-культурных ценностях средства наружной рекламы должны размещаться на гладкой, свободной от элементов и деталей архитектурного декора поверхности фасадов в уровне первого этажа или между окнами первого и второго этажей отдельными буквами, знаками и (или) иными изображениями высотой не более 500 миллиметров, за исключением консольно закрепляемых средств наружной рекламы (далее – кронштейны), с соблюдением единой горизонтальной композиционной оси размещения средств наружной рекламы для всего здания.

2. Стилистическое, цветовое и объемно-пространственное решение средств наружной рекламы не должны ухудшать условия восприятия недвижимых материальных историко-культурных ценностей: создавать диссонанс, перекрывать элементы и детали архитектурного декора, визуально перегружать фасад, а также выступать активным диссонирующим элементом.

3. Цветовое решение средств наружной рекламы, в том числе шрифт текста, должны гармонизировать с общим цветовым решением и стилем недвижимых материальных историко-культурных ценностей.

4. Вывески и (или) вывески рекламного характера (далее – вывески) на недвижимых материальных историко-культурных ценностях должны состоять из следующих элементов: информационного поля (буквы, символы, аббревиатуры, цифры – высотой не более 500 миллиметров) и крепления (крепежная несущая конструкция).

Крепление элементов вывески к фасаду здания (сооружения), являющегося историко-культурной ценностью (далее – здание (сооружение)), должно осуществляться при помощи крепежной несущей конструкции, окрашенной в цвет фасада.

Декоративно-художественные элементы (логотипы, товарные знаки) должны выноситься на кронштейны.

5. В случае, если торговые объекты или объекты обслуживания располагаются в подвальных или цокольных этажах, вывески размещаются над окнами подвального или цокольного этажа.

6. В случае отсутствия возможности размещения вывесок способом, указанным в пункте 5 настоящего приложения, они размещаются на ограждении входной группы изолированного подвального помещения.

7. В случае отсутствия возможности размещения вывески на фасадной части недвижимых материальных историко-культурных ценностей, без создания препятствия для визуального восприятия объемно-пространственных особенностей, элементов и деталей архитектурного декора вывески размещаются следующим образом:

в арочных оконных проемах в пределах их полуциркульной (имеющей форму полукружности) части или в основной части оконного проема, не превышая 50 процентов площади остекления проема, путем покрытия декоративными пленками остекления с использованием прозрачной подосновы;

в верхней части остекления дверных проемов входных групп в торговые объекты или объекты обслуживания с использованием крепежных несущих конструкций.

8. В целях недопущения ухудшения условий восприятия историко-культурных ценностей размещение средств наружной рекламы в виде надкрышных рекламных конструкций на зданиях (сооружениях), должно осуществляться на конструктивных элементах, предусмотренных проектной документацией, разработанной с учетом научных архивно-библиографических материалов. Стилистическое решение надкрышных рекламных конструкций должно соответствовать историческому. Надкрышные рекламные конструкции должны иметь высоту:

- ≤ 1 метра при высоте здания до 8 метров;
- ≤ 1,5 метра при высоте здания от 8 метров до 15 метров;
- ≤ 3 метров при высоте здания от 15 метров до 25 метров;
- ≤ 5 метров при высоте здания свыше 25 метров.

Надкрышные рекламные конструкции следует оборудовать внутренней подсветкой.

9. К размещению настенных рекламных конструкций устанавливаются следующие требования:

9.1. настенная рекламная конструкция состоит из следующих элементов:

прозрачная подоснова (оргстекло);

информационное поле (текстовая часть): буквы, символы, аббревиатуры, цифры и т.д.;

элементы крепления (дистанционные держатели);

9.2. информационное поле должно быть выполнено в виде отдельных букв, символов и т.д., не превышая 50 процентов общей площади настенной рекламной конструкции.

10. Средства наружной рекламы, а также информационные конструкции, содержащие сведения об ассортименте блюд, напитков и иных продуктов питания, предлагаемых при предоставлении ими указанных услуг, в том числе с указанием их массы, объема и цены (меню), следует размещать исключительно на прозрачной подоснове (оргстекле) высотой не более 800 миллиметров, шириной – не более 600 миллиметров на плоских участках фасада, свободных от декора и архитектурных элементов, в пределах площади внешней поверхности фасада здания (сооружения), занимаемых рекламодателем в здании (сооружении) помещений.

11. Кронштейны, закрепляемые на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны, должны быть выполнены в размере не более 700 x 700 x 300 миллиметров.

Кронштейн должен находиться на расстоянии не более 0,2 метра от плоскости фасада здания (сооружения) (с учетом элементов крепления), а крайняя точка его лицевой стороны – не более 0,9 метра от плоскости фасада здания (сооружения).

При размещении на одном фасаде здания (сооружения) одновременно нескольких кронштейнов, расстояние между ними должно быть не менее 10 метров.

Расстояние от уровня земли до нижнего края кронштейна должно составлять не менее 2,5 метров.

12. Средства наружной рекламы размещаются на фасаде зданий (сооружений) симметрично относительно уровня основных элементов фасада на расстоянии не менее 2 метров от охранных и мемориальных досок и не менее 1 метра от указателей наименований улиц и номеров домов.

При размещении на фасадах здания (сооружения) одновременно нескольких средств наружной рекламы указанные рекламные конструкции размещаются в один высотный ряд на единой горизонтальной линии, симметрично относительно уровня основных элементов фасада.

13. На территориях и в зонах охраны недвижимых материальных историко-культурных ценностей допустимо размещение следующих средств наружной рекламы при условии, если они не создают препятствия для визуального восприятия объемно-пространственных особенностей, элементов и деталей архитектурного декора историко-культурных ценностей:

крупногабаритные рекламные конструкции (рекламные щиты размером не более 6 х 3 метра; отдельно стоящие призматроны размером не более 6 х 3 метра; мультимедийные отдельно стоящие рекламные конструкции размером не более 6 х 3 метра, 8 х 4 метра; рекламные настенные конструкции на путепроводе);

рекламные лайтпостеры, пилоны, мультимедийные отдельно стоящие рекламные конструкции размером не более 1,2 х 1,8 метра;

рекламные лайтпостеры на опорах наружного освещения и опорах контактных сетей городского транспорта размером не более 0,8 х 1,2 метра;

средства наружной рекламы, размещаемые на остановочных пунктах транспорта общего пользования размером не более 1,2 х 1,8 метра;

неспециализированных средств наружной рекламы.

При размещении средств наружной рекламы на территории и в зонах охраны недвижимых материальных историко-культурных ценностей необходимо соблюдать установленные режимы содержания и использования зон охраны. Высота отдельно стоящих средств наружной рекламы (пилонов, стел, лайтпостеров), если их установка на территориях и в зонах охраны недвижимых материальных историко-культурных ценностей не запрещена, не должна превышать 2,6 метров от уровня земли до крайней верхней точки такого средства наружной рекламы.

14. Не допускается:

14.1. размещение средств наружной рекламы на фасадах зданий (сооружений), за пределами внешней поверхности фасада помещений, занимаемых рекламодателем;

14.2. размещение средств наружной рекламы, закрепляемых на арочных воротах и внутреннем пространстве (сводов) арок в зданиях (сооружениях);

14.3. хаотичное размещение средств наружной рекламы на зданиях (сооружениях);

14.4. размещение средств наружной рекламы, а также информационных конструкций на лоджиях, балконах, выступающих фигурных элементах фасадов, пилястрах, карнизах, с частичным или полным перекрытием декора, архитектурных деталей и элементов историко-культурной ценности, оконных и дверных проемов, витражей, витрин, за исключением случая, указанного в пункте 6 настоящего приложения;

14.5. размещение средств наружной рекламы с использованием ткани, окраски или покрытия декоративными пленками поверхности остекления витрин и остекленных дверных проемов здания (сооружения), за исключением случаев размещения наклеек рекламного характера и указанного в пункте 6 настоящего приложения;

14.6. размещение средства наружной рекламы посредством полной или частичной замены остекления витрин здания (сооружения), нанесение изображений информационного характера на защитные жалюзи, ткани и шторы;

14.7. вертикальный порядок расположения букв на фасадах зданий (сооружений);

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

14.9. размещение средств наружной рекламы с использованием баннерной ткани на всех конструктивных элементах зданий (сооружений);

14.10. использование пульсирующего режима подсветки при размещении средства наружной рекламы с 23.00 до 07.00 на зданиях (сооружениях).

15. Подсветка средств наружной рекламы не должна приводить к искажению линий существующей архитектурной подсветки зданий (сооружений).

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

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

целостность рекламной конструкции;

отсутствие механических повреждений;

отсутствие порывов рекламных полотен;

наличие покрашенного каркаса;

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

подсвет рекламных конструкций в темное время суток.

17. Собственник или иной законный владелец средства наружной рекламы восстанавливает благоустройство территории (в случае повреждения) и приводит в надлежащее состояние участок фасада здания (сооружения) после установки (демонтажа) средства наружной рекламы в течение 3 суток после окончания этих работ.

18. Выносные рекламные конструкции (меловые штендеры) следует относить к неспециализированным средствам наружной рекламы.

19. Оформление витрин торговых объектов или объектов обслуживания, расположенных в зданиях (сооружениях), должно содержать экспозиции товаров, манекены, муляжи товаров в совокупности либо по отдельности.