

РЕШЕНИЕ ПОЛОЦКОГО РАЙОННОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО КОМИТЕТА
27 января 2023 г. № 147

**О размещении средств наружной рекламы
на территории Полоцкого района**

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», части первой пункта 5 и части пятой пункта 13 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, Полоцкий районный исполнительный комитет РЕШИЛ:

1. Утвердить Инструкцию о порядке расчета платы в соответствии с договором на размещение средства наружной рекламы на территории Полоцкого района (прилагается).

2. Установить:

2.1. категории территорий Полоцкого района для использования их в целях определения размера платы в соответствии с договором на размещение средства наружной рекламы согласно приложению 1;

2.2. требования к размеру и (или) иным техническим характеристикам средств наружной рекламы, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны согласно приложению 2.

3. Уполномочить:

3.1. коммунальное унитарное проектно-производственное предприятие «Полоцкое районное архитектурное бюро» на:

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

ведение учета средств наружной рекламы;

3.2. коммунальное унитарное предприятие «Жилищно-коммунальное хозяйство г. Полоцка» на демонтаж средств наружной рекламы.

4. Признать утратившим силу решение Полоцкого районного исполнительного комитета от 12 декабря 2013 г. № 1335 «О размещении наружной рекламы и ее средств на территории Полоцкого района».

5. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на заместителей председателя Полоцкого районного исполнительного комитета по направлениям деятельности.

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

Председатель

И.И.Маркович

**Управляющий делами –
начальник управления делами**

Н.С.Ильюшенко

СОГЛАСОВАНО

Министерство культуры
Республики Беларусь

Приложение 1
к решению
Полоцкого районного
исполнительного комитета
27.01.2023 № 147

КАТЕГОРИИ

территорий Полоцкого района для использования их в целях определения размера платы в соответствии с договором на размещение средства наружной рекламы

Категория территории	Перечень территорий
Высшая категория	проспекты города Полоцка: Франциска Скорины; зодчего Иоанна; Мира; площади города Полоцка: Франциска Скорины, Свободы; улицы города Полоцка: Нижне-Покровская, Коммунистическая, Франциска Скорины, Октябрьская, Евфросиньи Полоцкой, Замковая, Стрелецкая, Вокзальная, Гоголя, Зыгина, Богдановича, Пушкина, Свердлова, Гагарина (до пересечения с улицей Суворова), Петруся Бровки, Юбилейная; мемориальный комплекс «Поле ратной славы» в деревне Гомель; участки территорий Полоцкого района от пересечения кольцевой развязки автодорог Р-45, Р-46 до границы Полоцкого района; участки территории Полоцкого района от пересечения кольцевой развязки автодорог Р-20, Р-24 до границы Полоцкого района
Первая категория	улицы города Полоцка: Шенягина, Мариненко, Космонавтов, Матросова, Новобазарная, Янки Купалы, Ленинградская, Суворова, Гагарина (после пересечения с улицей Суворова), Кульнева, Бабушкина, 23-х Гвардейцев, Красноармейская, Пролетарская; улица Ленина городского поселка Ветрино; сельские советы Полоцкого района: Боровухский, Экиманский, Солоникский, Заозерский, Юровичский, Азинский, Горянский, Ветринский, Зеленковский, Вороничский, Гомельский, Островщинский
Вторая категория	улицы города Полоцка и сельские советы Полоцкого района, не вошедшие в высшую и первую категории

Приложение 2
к решению
Полоцкого районного
исполнительного комитета
27.01.2023 № 147

ТРЕБОВАНИЯ

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

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 средств наружной рекламы не должно ухудшать условия восприятия памятника архитектуры или здания исторической застройки: создавать диссонанс, перекрывать элементы и детали архитектурного декора, визуальнo перегружать фасад, а также выступать активным диссонирующим элементом.

3. Средства наружной рекламы, размещаемые на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны, выполняются в виде отдельных элементов (букв), без подосновы (подложки), высотой не более 0,5 метра. 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 (рисунок 1).

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

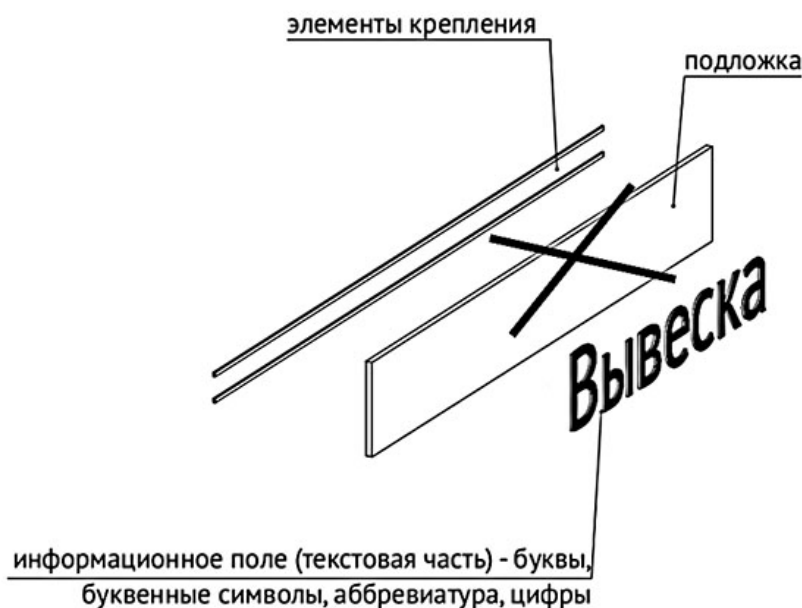


Рисунок 1

4. 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.

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 – 0,8 метра; по ширине – 0,6 метра (рисунок 2).



Рисунок 2

5. При размещении на фасадах недвижимых материальных историко-культурных ценностей, зданиях исторической застройки 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 так далее) (рисунок 3).



Рисунок 3

6. В случае если торговые объекты или объекты общественного питания располагаются в подвальных или цокольных этажах зданий, вывески могут быть размещены над окнами подвального или цокольного этажа (рисунок 4).

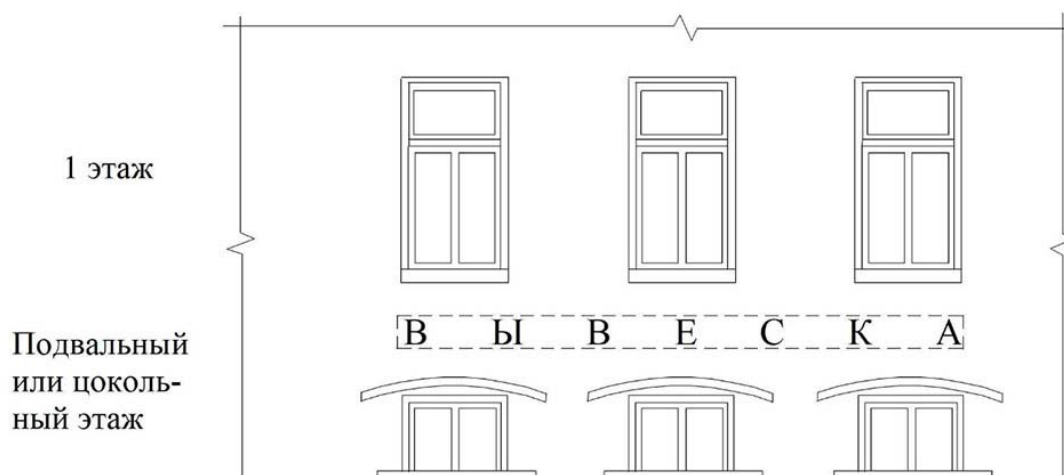


Рисунок 4

7. Декоративно-художественные элементы (логотипы, товарные знаки и так далее) рекомендуется выносить на кронштейны.

Средства наружной рекламы, размещаемые на недвижимых материальных историко-культурных ценностях и зданиях исторической застройки консольно (кронштейны), должны быть выполнены в размерах не более 0,7 х 0,7 метра.

Консольные конструкции располагаются в одной горизонтальной плоскости фасада, у арок, на границах и внешних углах зданий, строений, сооружений. Расстояние между консольными конструкциями не может быть 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 0,7 метра от консольных конструкций, расположенных ниже (рисунок 5).

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

Консольная конструкция не должна находиться на расстоянии более чем 0,2 метра от плоскости фасада (с учетом элементов крепления), а крайняя точка ее лицевой стороны – на расстоянии не более чем 0,9 метра от плоскости фасада (рисунки 5, 6).

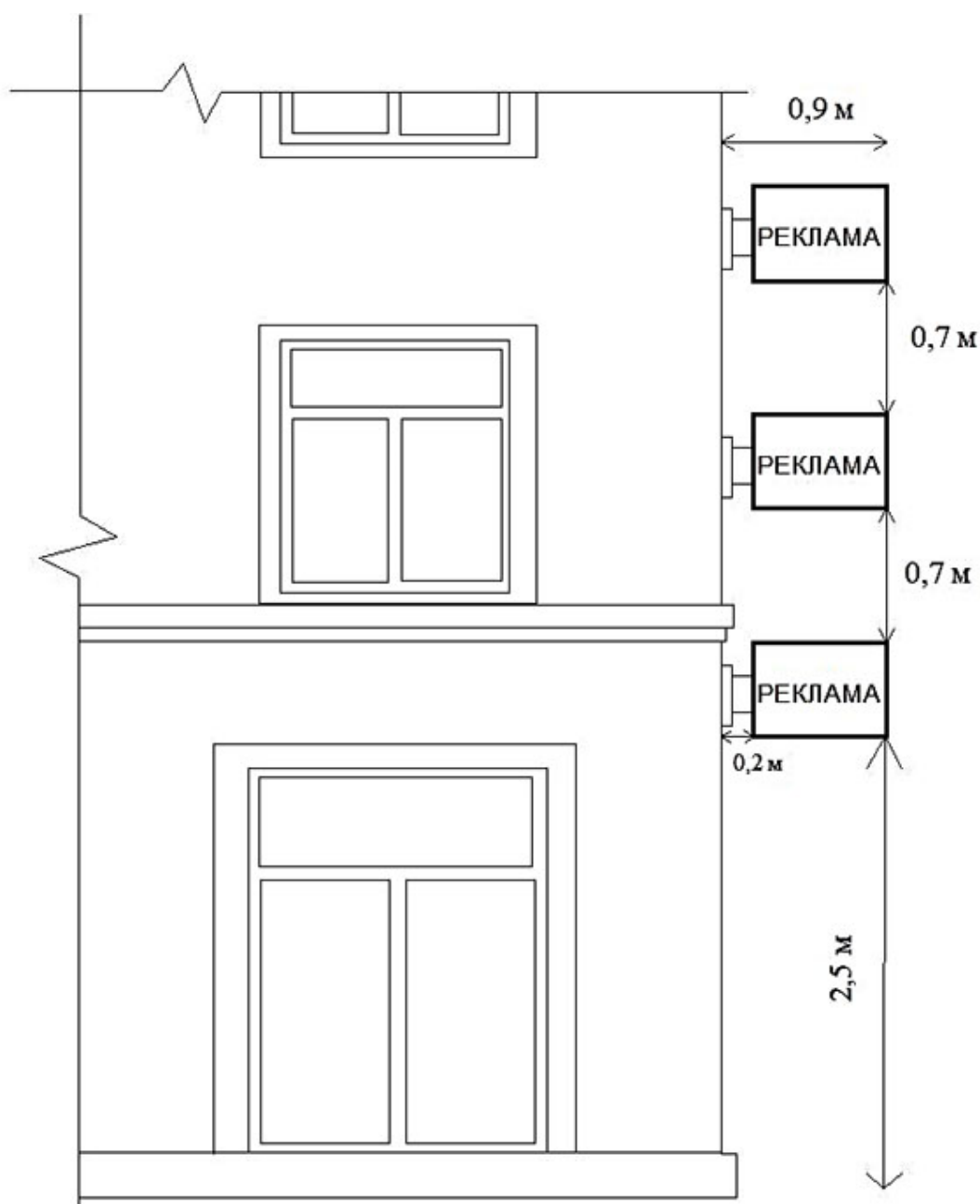


Рисунок 5

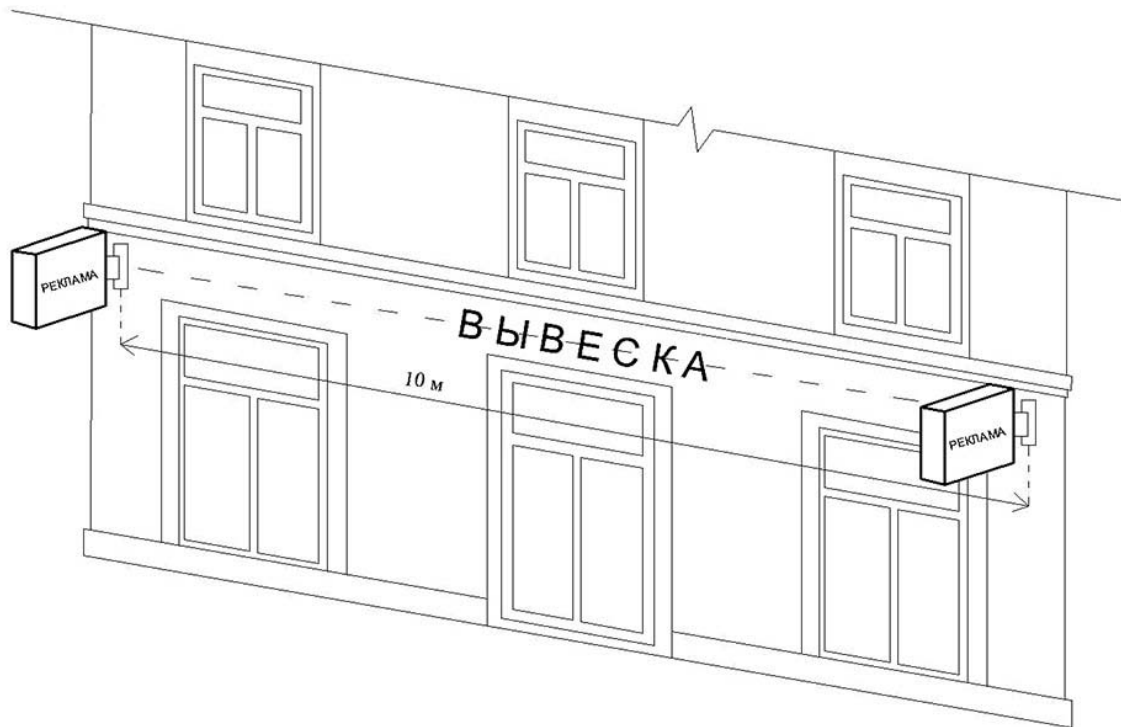


Рисунок 6

8. Размещение на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, зданиях исторической застройки настенных конструкций и баннеров не допускается, так как является нарушением требований статей 104, 110 Кодекса Республики Беларусь о культуре.

9. 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 путем покрытия декоративными пленками поверхности остекления, выполненными на прозрачной подоснове либо отдельными буквами, при условии гармоничного сочетания цветового решения и шрифта текста с общим цветовым решением и стилем историко-культурных ценностей, зданий исторической застройки:

в арочных оконных проемах в пределах их полуциркульной части;

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

Также допускается размещение вывесок в верхней части остекления дверных проемов входных групп в торговые объекты или объекты обслуживания с использованием несущих конструкций (рисунки 7, 8).

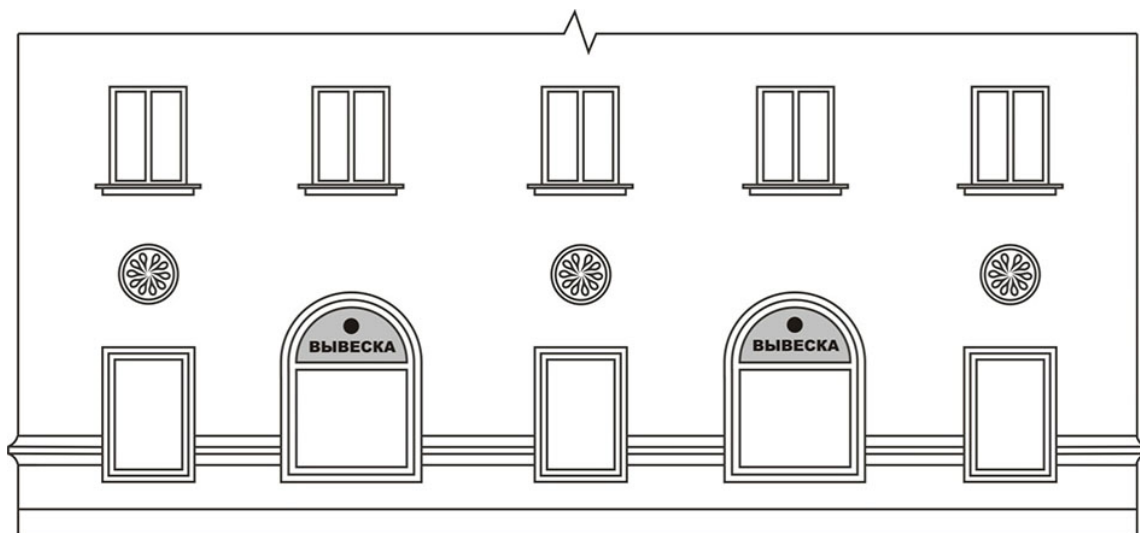


Рисунок 7



Рисунок 8

10. Размещение средств наружной рекламы не осуществляется на лоджиях, балконах, выступающих фигурных элементах фасадов, пилястрах, фигурных карнизах, с перекрытием архитектурных деталей и элементов недвижимых материальных историко-культурных ценностей и зданий исторической застройки (карнизов, фриз, порталов, поясков, обрамлений и других), на расстоянии не менее одного метра от охранных досок и указателей наименований улиц, номеров домов (рисунки 9–12).

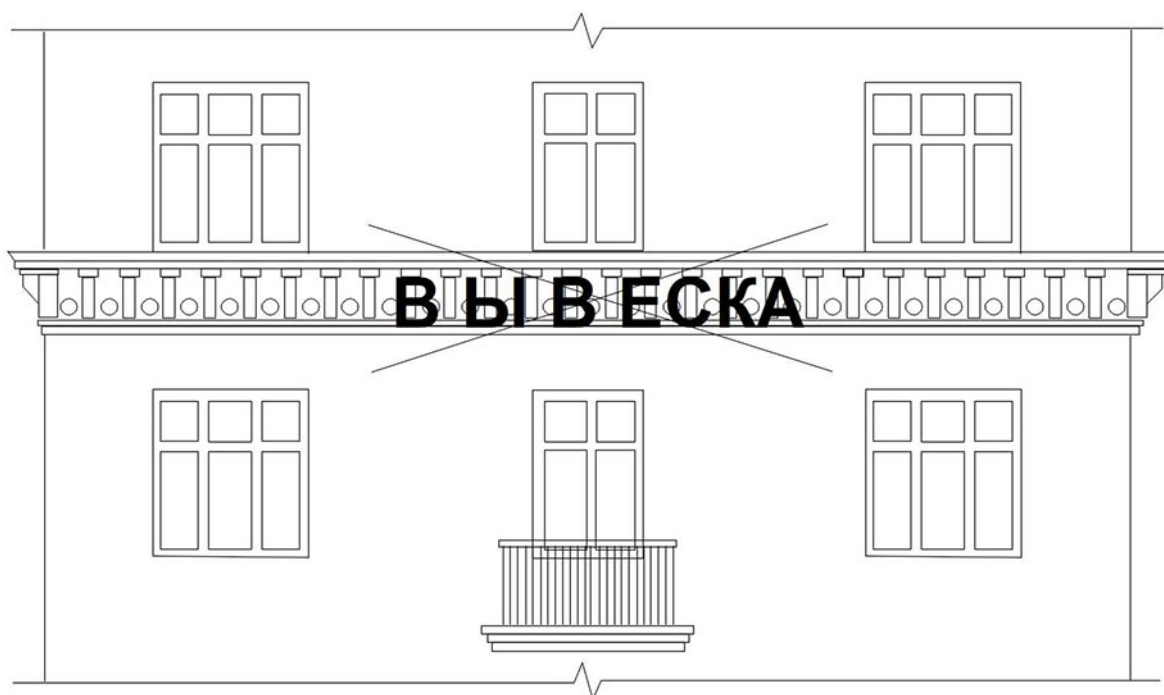


Рисунок 9

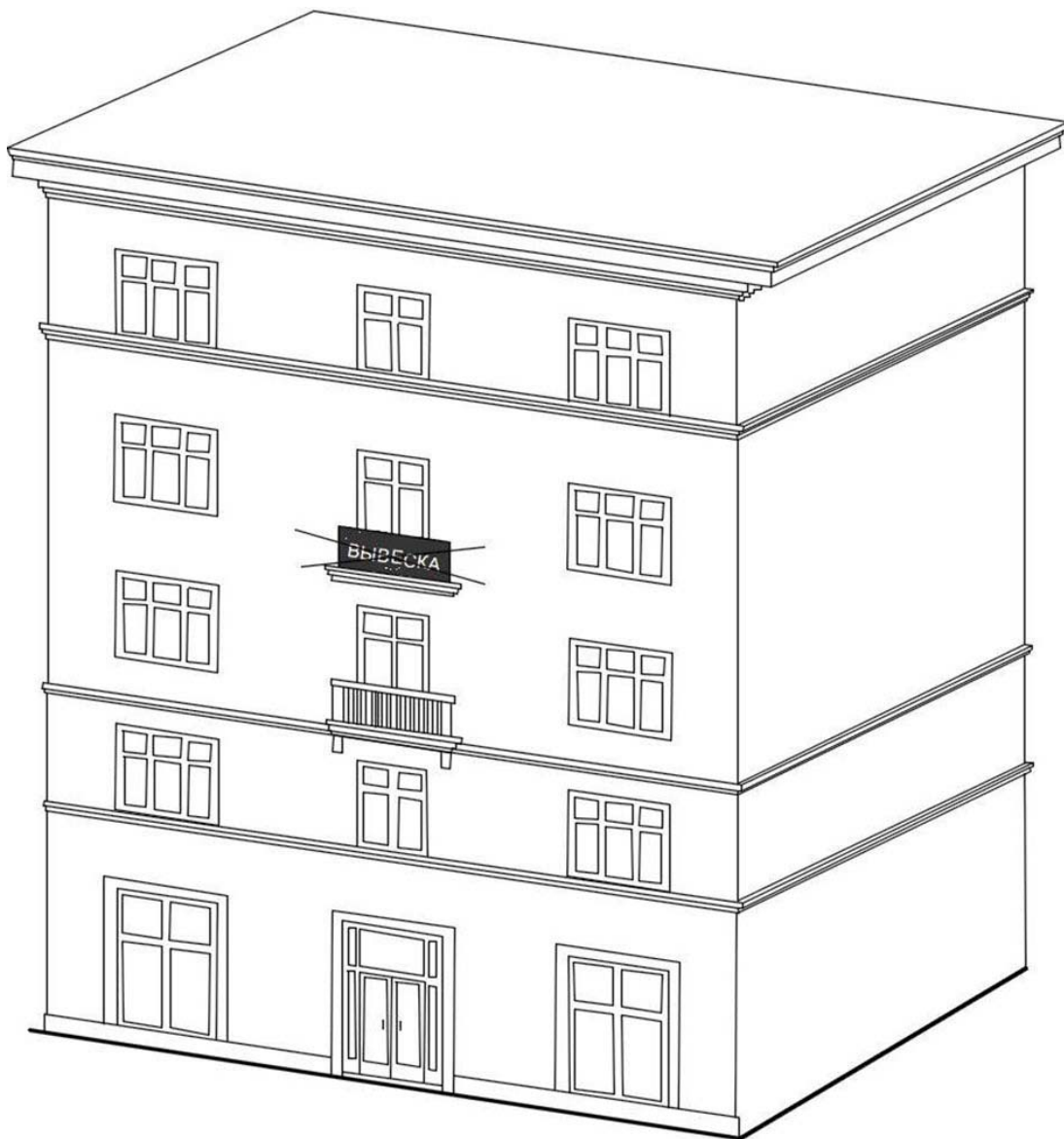


Рисунок 10



Рисунок 11

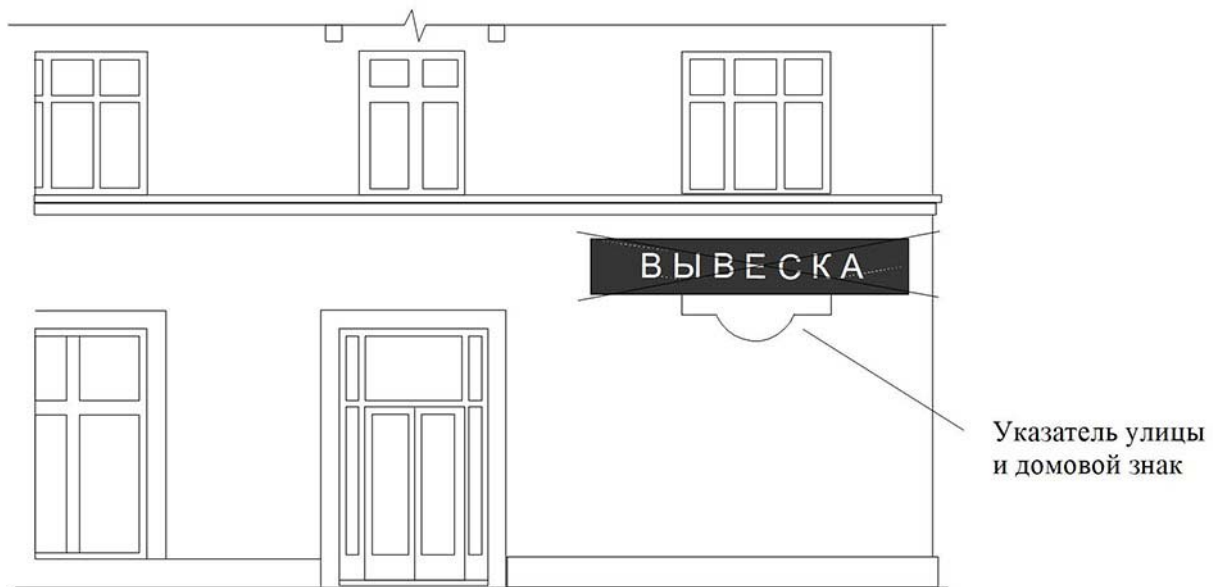


Рисунок 12

11. Кабели питания световых элементов средств наружной рекламы, сигнализации и другие должны быть вмонтированы в короба, которые должны быть окрашены в цвет фасада или прикреплены таким образом, чтобы быть незаметными для пешеходов.

Подсветка средств наружной рекламы не должна приводить к искажению линий существующей архитектурной подсветки памятников архитектуры в ночное время.

12. Не используется пульсирующий режим ночной подсветки средств наружной рекламы.

13. Во избежание заполнения территорий историко-культурных ценностей и зоны охраны недвижимой материальной историко-культурной ценности «Исторический центр г. Полоцка» конструкциями, несвойственными их историческому характеру и ландшафту, размещение выносных рекламных конструкций (плакатниц, «штендеров») на указанной территории не допускается.

14. На территориях и в зонах охраны недвижимых материальных историко-культурных ценностей города Полоцка лайтпостеры, пилоны, призматроны, щиты и иные отдельно стоящие средства наружной рекламы устанавливаются на местах ранее установленных средств наружной рекламы, но демонтированных в соответствии с принятым Полоцким районным исполнительным комитетом административным решением об отказе в продлении действия разрешения в связи с тем, что при выдаче разрешения на его размещение согласование эскиза средства наружной рекламы не учитывало требований к их размещению на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны.

15. Средства наружной рекламы, размещаемые на территориях и в зонах охраны недвижимых материальных историко-культурных ценностей, рекомендуется выполнять в следующих размерах:

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

средства наружной рекламы, размещаемые на остановочных пунктах общественного транспорта, – 1,85 х 1 метра;

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

щиты, призматроны, мультимедийные рекламные конструкции – 3 х 6 метров.

16. Размещение надкрышных рекламных конструкций допускается только в случае, если невозможно иное размещение и выполняется отдельными буквами высотой до 0,5 метра без подосновы после обследования строительных конструкций крыши и выполнения проекта крепления рекламной конструкции с расчетом на ветроустойчивость,

при обязательности недопущения ухудшения условий восприятия историко-культурных ценностей, в том числе создания препятствий для визуального восприятия их объемно-пространственных особенностей, элементов и деталей архитектурного декора. 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.

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

Средства наружной рекламы монтируются и демонтируются в соответствии с нормами безопасности. Неисправности и аварийные ситуации устраняются в сроки, предписанные законодательством.

Средства наружной рекламы подключаются к инженерным сетям в соответствии с законодательством с соблюдением условий и правил технической эксплуатации соответствующих сетей.

Средства наружной рекламы 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.

18. 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 темное время суток.

19. Работы по техническому обслуживанию рекламных конструкций выполняются с восстановлением объектов благоустройства (в случае их повреждения) в течение 3 суток после окончания этих работ.

УТВЕРЖДЕНО

Решение
Полоцкого районного
исполнительного комитета
27.01.2023 № 147

ИНСТРУКЦИЯ

о порядке расчета платы в соответствии с договором на размещение средства наружной рекламы на территории Полоцкого района

1. Инструкция о порядке расчета платы в соответствии с договором на размещение средства наружной рекламы на территории Полоцкого района регулирует порядок определения размера платы в соответствии с договором на размещение средства наружной рекламы (далее – плата).

2. Размер платы определяется по следующей формуле:

$$n = \text{БС} \times S \times T \times K,$$

где БС – базовая ставка;

S – площадь рекламного поля;

T – срок размещения средства наружной рекламы;

K – понижающий коэффициент (понижающие коэффициенты), подлежащий применению.

3. Размер базовой ставки (БС) составляет:

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

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

объемно-пространственных рекламных конструкций;

растяжек;

воздушных шаров, дирижаблей;

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

иных средств наружной рекламы, у которых затруднительно определить площадь рекламного поля.

Для случаев, указанных в абзацах четвертом–восьмом части первой настоящего пункта, площадь рекламного поля (S) равна единице.

Для расчета платы используются понижающие коэффициенты согласно приложению.

При наличии оснований для применения нескольких понижающих коэффициентов применяются все соответствующие понижающие коэффициенты путем их перемножения.

4. Понижающие коэффициенты не применяются в случаях:

отсутствия рекламы на средстве наружной рекламы, за исключением периода замены рекламы продолжительностью не более 24 часов;

размещения наружной рекламы игорных заведений, азартных игр;

в иных случаях, определяемых собственником имущества.

5. Взимание платы производится с месяца размещения средства наружной рекламы за весь месяц вне зависимости от количества дней размещения.

При отсутствии рекламы на средстве наружной рекламы (за исключением периода замены рекламы продолжительностью не более 24 часов), а также в случае выявления факта предоставления недостоверной информации о сюжетах, размещаемых на средствах наружной рекламы со сменным изображением, плата взимается без применения понижающих коэффициентов.

Плата не взимается при размещении (распространении) на средстве наружной рекламы:

социальной рекламы;

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

рекламы организаций, основной уставной целью деятельности которых является содействие популяризации и (или) развитию физической культуры и спорта;

рекламы, размещаемой государственной организацией, предоставляющей собственную сеть средств наружной рекламы для размещения рекламы третьих лиц (выполняющей функции государственного оператора наружной рекламы), имущество которой находится в собственности Полоцкого района;

рекламы организаций, являющихся средствами массовой информации, учредителями которых является райисполком;

рекламной информации организаций, финансируемых из бюджета (бюджетных организаций).

6. Плата, взимаемая за предоставление права на использование районной среды в рекламных целях в случаях, когда место размещения средства наружной рекламы находится в республиканской или частной собственности, равна 50 процентам от платы, которую бы уплатил рекламодатель (рекламодатель) в случае размещения средства наружной рекламы в аналогичных условиях на объектах коммунальной собственности.

Плата определяется и взимается в соответствии с договором.

Приложение
к Инструкции о порядке
расчета платы в соответствии
с договором на размещение
средства наружной рекламы
на территории Полоцкого района

ПЕРЕЧЕНЬ

понижающих коэффициентов, применяемых при расчете платы

№ п/п	Вид	Размер	Основания применения
1	K1	0,7	Понижающий коэффициент, применяемый при размещении (распространении) средства наружной рекламы на территории Полоцкого района
2	K2	0,3	Понижающий коэффициент, применяемый при размещении (распространении) средства наружной рекламы на территории сельских населенных пунктов Полоцкого района
3	K3		Понижающий коэффициент, учитывающий особенности места размещения средств наружной рекламы:
		0,8	при размещении средств наружной рекламы на территориях первой категории
		0,6	при размещении средств наружной рекламы вдоль автомобильных дорог, а также на территориях второй категории
4	K4	0,7	Понижающий коэффициент, учитывающий площадь рекламного поля: при площади рекламного поля от 18 квадратных метров (включительно) до 50 квадратных метров
5	K5	0,75	Понижающий коэффициент, учитывающий техническую сложность средств наружной рекламы (для средств наружной рекламы с внутренней подсветкой газоразрядными лампами, светодиодами и тому подобное; средств наружной рекламы с автоматической сменой композиций; электронных табло, бегущей строки, светодиодных, проекционных и иных экранов; вращающихся щитов; надкрышных рекламных конструкций; лайтпостеров, газосветных световых конструкций на плоскости фасада здания)
6	K6		Понижающий коэффициент, учитывающий особенности размещения отдельных видов наружной рекламы и ее средств:
		0,25	при размещении (распространении) наружной рекламы на строительных сетках и иных строительных объектах, на вертолетах, строительных кранах и иных видах техники, на воздушных шарах, дирижаблях
		0,75	при размещении (распространении) наружной рекламы в витринах
		0,6	при размещении (распространении) наружной рекламы на остановочных пунктах общественного транспорта
		0,5	при размещении (распространении) на средстве наружной рекламы продукции, товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых) на территории Республики Беларусь отечественными производителями
7	K7	0,7	Понижающий коэффициент, применяемый к отдельно стоящим средствам наружной рекламы с площадью рекламного поля не менее 12 квадратных метров, размещенным вдоль автомобильных дорог 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