

РЕШЕНИЕ РОССОНСКОГО РАЙОННОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО КОМИТЕТА
28 марта 2024 г. № 191

**О размещении средств наружной рекламы
на территории Россонского 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, 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, Россонский районный исполнительный комитет РЕШИЛ:

1. Делегировать унитарному предприятию жилищно-коммунального хозяйства Россонского района полномочия по демонтажу средств наружной рекламы.

2. Уполномочить отдел архитектуры и строительства, жилищно-коммунального хозяйства Россонского районного исполнительного комитета на ведение учета выданных разрешений на размещение средства наружной рекламы.

3. Установить категории территорий населенных пунктов Россонского района для использования их в целях определения размера платы, взимаемой в соответствии с договором на размещение средств наружной рекламы, согласно приложению 1.

4. Установить понижающие коэффициенты, применяемые при определении расчета платы, взимаемой Россонским районным исполнительным комитетом по договору на размещение средства наружной рекламы, согласно приложению 2.

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

5. Определить, что:

5.1. расчет платы, взимаемой Россонским 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 Россонский районный исполнительный комитет является собственником имущества (уполномоченным лицом), производится по следующей формуле:

$$П = БС \times S \times T \times K,$$

где БС – базовая ставка;

S – площадь рекламного поля;

T – срок размещения средства наружной рекламы;

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

5.2. расчет платы, взимаемой Россонским 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 Россонского района, производится по следующей формуле:

$$П = БС \times S \times T \times K \times 50 \%;$$

5.3. 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;

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

вертолетов, строительных кранов и иных средств наружной рекламы, у которых затруднительно определить площадь рекламного поля.

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

* 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.

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

плакатницы;

кронштейны;

пилоны;

указатели.

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

рекламы информации о государственных праздниках, праздничных днях, памятных датах;

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

рекламы организаций, являющихся средствами массовой информации, учредителями которых является Россонский районный исполнительный комитет;

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

8. Установить 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 на территории Россонского района, согласно приложению 3.

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

10. Признать утратившими силу:

решение Россонского районного исполнительного комитета от 30 декабря 2013 г. № 983 «О размещении (распространении) и согласовании наружной рекламы и ее средств на территории Россонского района»;

решение Россонского районного исполнительного комитета от 25 февраля 2015 г. № 113 «О внесении изменения в решение Россонского районного исполнительного комитета от 30 декабря 2013 г. № 983»;

решение Россонского районного исполнительного комитета от 25 марта 2019 г. № 130 «Об изменении решения Россонского районного исполнительного комитета от 30 декабря 2013 г. № 983».

11. Контроль за выполнением настоящего решения возложить на заместителей председателя Россонского районного исполнительного комитета по курируемым направлениям.

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

**Первый заместитель председателя –
начальник управления по сельскому
хозяйству и продовольствию**

Е.Ю.Антоненков

Приложение 1
к решению
Россонского районного
исполнительного комитета
28.03.2024 № 191

КАТЕГОРИИ

территорий населенных пунктов Россонского района для использования их в целях определения размера платы, взимаемой в соответствии с договором на размещение средств наружной рекламы

Категория территорий	Перечень территорий
Высшая категория	Улицы: Советская, имени Петра Мироновича Машерова, Хомченковского (от домов № 1–2 до дома № 17а), Лапенко, Колхозная в городском поселке Россоны; административные здания организаций; территория рынка в городском поселке Россоны
Первая категория	Улица Центральная агрогородка Селявищина, улица Зеленая агрогородка Дворище, улица генерала Кульнева агрогородка Соколище, улица Школьная агрогородка Горбачево, улица Сельская агрогородка Краснополье, улица Центральная агрогородка Клястицы
Вторая категория	Территории, не вошедшие в высшую и первую категории

Приложение 2
к решению
Россонского районного
исполнительного комитета
28.03.2024 № 191

ПОНИЖАЮЩИЕ КОЭФФИЦИЕНТЫ,

применяемые при определении расчета платы, взимаемой Россонским районным исполнительным комитетом по договору на размещение средства наружной рекламы

Вид коэффициента	Размер	Основания применения понижающего коэффициента
К1	0,7	при размещении средств наружной рекламы на участках территорий, отнесенных по классификационным признакам к первой категории
	0,5	при размещении средств наружной рекламы на участках территорий, отнесенных по классификационным признакам ко второй категории
К2	0,6	при площади рекламного поля от 18 квадратных метров (включительно) до 50 квадратных метров
	0,5	при площади рекламного поля от 50 квадратных метров (включительно) и более
К3	0,5	при размещении (распространении) на средстве наружной рекламы товаров (продукции, работ, услуг), производимых на территории Республики Беларусь

Приложение 3
к решению
Россонского районного
исполнительного комитета
28.03.2024 № 191

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 на территории Россонского района

1. Размещаемые средства наружной рекламы не должны ухудшать условия восприятия недвижимой материальной историко-культурной ценности (памятников архитектуры, зданий исторической застройки): 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, зданиях исторической застройки, их территориях, выполняются в виде отдельных элементов (букв), без подосновы (подложки), высотой не более 500 миллиметров.

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 (перечне), напитков и иных продуктов питания, предлагаемых при предоставлении услуг, не должен превышать по высоте – 80 сантиметров, по ширине – 60 сантиметров.

7. 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 т.д.).

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

9. Размеры средств наружной рекламы, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, консольно (кронштейны), должны иметь размеры, не превышающие 70 x 70 x 30 сантиметров.

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 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.

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

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

13. В случае расположения торговых объектов и (или) объектов общественного питания в подвальных или цокольных этажах недвижимых материальных 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 диссонанса на недвижимых материальных историко-культурных ценностях возможно размещение вывесок путем покрытия декоративными пленками поверхности остекления, выполненными на прозрачной подоснове, либо отдельными буквами при условии исключения расхождения 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 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 недвижимых материальных историко-культурных ценностях размещаются на расстоянии 1 метра 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 период времени, который начинается спустя один час после захода солнца и заканчивается за один час до восхода солнца.

18. Кабели питания световых элементов средств наружной рекламы монтируются в короба, окрашенные в цвет фасада, или прикреплены таким образом, чтобы быть незаметными.

19. 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 ее размещения должен быть приведен в прежнее, до размещения средства наружной рекламы, состояние.

Приложение 4
к решению
Россонского районного
исполнительного комитета
28.03.2024 № 191

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.