

РЕШЕНИЕ ЛИДСКОГО РАЙОННОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО КОМИТЕТА

27 ноября 2023 г. № 1298

**О размещении средств наружной рекламы
на территории Лидского 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», абзацев третьего–пятого части первой пункта 5, абзаца второго части первой, 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, Лидский районный исполнительный комитет РЕШИЛ:

1. Делегировать Лидскому городскому унитарному предприятию жилищно-коммунального хозяйства полномочия на:

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

1.2. ведение учета выданных разрешений;

1.3. демонтаж средства наружной рекламы.

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

3. Установить:

3.1. понижающие коэффициенты, применяемые при определении расчета платы, взимаемой Лидским 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;

3.2. 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 на территории Лидского района, согласно приложению 3.

4. Определить, что:

4.1. расчет платы, взимаемой Лидским 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 Лидский районный исполнительный комитет является собственником имущества (уполномоченным лицом), производится по следующей формуле:

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

где БС – базовая ставка;

S – площадь рекламного поля;

T – срок размещения средства наружной рекламы;

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

4.2. расчет платы, взимаемой Лидским 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* находится в республиканской или частной собственности, производится по следующей формуле:

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

* 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, дирижаблей;

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

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

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

6. Признать утратившим силу решение Лидского районного исполнительного комитета от 20 января 2014 г. № 54 «О некоторых вопросах размещения (распространения) средств наружной рекламы на территории Лидского района и признании утратившими силу некоторых решений Лидского районного исполнительного комитета».

7. Обнародовать (опубликовать) настоящее решение в газете «Лідская газета».

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

Председатель

С.В.Ложечник

Начальник финансового управления

Л.В.Тананушко

СОГЛАСОВАНО

Министерство культуры
Республики Беларусь

Приложение 1
к решению
Лидского районного
исполнительного комитета
27.11.2023 № 1298

КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ПРИЗНАКИ

участков территорий населенных пунктов Лидского района, отражающие коммерческую ценность участка территории для размещения на нем средств наружной рекламы

Классификационный признак	Участок территории населенного пункта
1. Высшая категория	проспект Победы, бульвар князя Гедимина, улица Грюнвальдская, улица Замковая, улица Кирова, улица Комсомольская, улица Коммунистическая, улица Ленинская, улица 8 Марта,

	улица Мицкевича, улица Машерова, улица Победы, улица Рыбиновского, улица Советская, улица Свердлова, улица Труханова, улица Чапаева, улица 17 Верасня, улица Максима Танка, улица Качана, улица Красноармейская, улица 7 Ноября, улица Гагарина, улица Космонавтов, расположенные на территории города Лиды
2. Первая категория	территория города Лиды, за исключением участков, отнесенных пунктом 1 настоящего приложения к высшей категории, улица Ленина, улица Корзюка, расположенные на территории города Берёзовки
3. Вторая категория	территория населенных пунктов Лидского района, за исключением участков, отнесенных пунктами 1 и 2 настоящего приложения к высшей и первой категориям

Приложение 2
к решению
Лидского районного
исполнительного комитета
27.11.2023 № 1298

**ПОНИЖАЮЩИЕ КОЭФФИЦИЕНТЫ,
применяемые при определении расчета платы, взимаемой Лидским
районным исполнительным комитетом по договору на размещение
средства наружной рекламы**

Вид коэффициента	Размер	Основания применения понижающего коэффициента
К1	0,70	при размещении средств наружной рекламы на участках территорий, отнесенных по классификационным признакам к первой категории
	0,50	при размещении средств наружной рекламы на участках территорий, отнесенных по классификационным признакам ко второй категории
К2	0,70	при площади рекламного поля от 18 квадратных метров (включительно) до 50 квадратных метров
	0,50	при площади рекламного поля от 50 квадратных метров (включительно) и более
К3	0,75	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), а также при размещении средств 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
К4	0,50	при размещении на средстве наружной рекламы товаров (продукции, работ, услуг), производимых на территории Республики Беларусь
К5	0,70	при размещении отдельно стоящих средств наружной рекламы с площадью рекламного поля не менее 12 квадратных метров, размещаемых 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
К6	0,60	при размещении средств наружной рекламы на путепроводах
К7	0,30	при размещении (распространении) средств наружной рекламы на остановочных пунктах транспорта общего пользования, ограждениях, растяжках
К8	0,50	при размещении средств наружной рекламы вдоль автомобильных дорог, расположенных вне населенных пунктов

Приложение 3
к решению
Лидского районного
исполнительного комитета
27.11.2023 № 1298

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 Лидского 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, 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.

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, зданиях исторической застройки 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, зданиях исторической застройки допускается размещение средств наружной рекламы над окнами подвального или цокольного этажа.

14. Не допускается размещение на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, зданиях исторической застройки 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, зданиях исторической застройки 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 лоджиях, балконах, выступающих фигурных элементах фасадов, пилястрах, фигурных карнизах с перекрытием архитектурных деталей и элементов недвижимых материальных историко-культурных ценностей, зданий исторической застройки (карнизов, фризов, 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. В период времени, который начинается спустя один час после захода солнца и заканчивается за один час до восхода солнца, не допускается искажение линий существующей архитектурной подсветки памятников архитектуры подсветкой средств наружной рекламы.

20. 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.

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

22. На территориях и в зонах охраны недвижимых материальных историко-культурных ценностей города Лида 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 решением Лидского районного исполнительного комитета.

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

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

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

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

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

24. 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.

Приложение 4
к решению
Лидского районного
исполнительного комитета
27.11.2023 № 1298

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.