РЕШЕНИЕ ДЯТЛОВСКОГО РАЙОННОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО КОМИТЕТА

5 апреля 2022 г. № 185

О размещении средств наружной рекламы на территории Дятловского района

На основании [абзаца восьмого](file:///C%3A%5CUsers%5CUser%5CDownloads%5Ctx.dll%3Fd%3D98153%26a%3D354#a354) пункта 1 статьи 9, [пункта 3](file:///C%3A%5CUsers%5CUser%5CDownloads%5Ctx.dll%3Fd%3D98153%26a%3D267#a267) статьи 13 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе», [части девятой](file:///C%3A%5CUsers%5CUser%5CDownloads%5Ctx.dll%3Fd%3D460672%26a%3D109#a109) 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 пятой](file:///C%3A%5CUsers%5CUser%5CDownloads%5Ctx.dll%3Fd%3D460672%26a%3D194#a194) 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, Дятловский районный исполнительный комитет РЕШИЛ:

1. Присвоить классификационные признаки участкам территорий населенных пунктов Дятловского района, отражающие коммерческую ценность участка территории для размещения на нем средств наружной рекламы, согласно [приложению 1](#a1).

2. Установить:

2.1. понижающие коэффициенты, применяемые при определении расчета платы, взимаемой Дятловским районным исполнительным комитетом по договору на размещение средства наружной рекламы, согласно [приложению 2](#a2).

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

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 на территории Дятловского района, согласно [приложению 3](#a3).

3. Определить, что:

3.1. расчет платы, взимаемой Дятловским 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 Дятловский районный исполнительный комитет является собственником имущества (уполномоченным лицом), производится по следующей формуле:

П = БС x S x T x K,

где    БС – базовая ставка;

S – площадь рекламного поля;

T – срок размещения средства наружной рекламы;

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

3.2. расчет платы, взимаемой Дятловским 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[\*](#a4) находится в республиканской или частной собственности, производится по следующей формуле:

П = БС х S х T х K х 50 %;

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\* Для целей настоящего решения термин «место размещения средства наружной рекламы» используется в значении, определенном [частью двенадцатой](file:///C%3A%5CUsers%5CUser%5CDownloads%5Ctx.dll%3Fd%3D460672%26a%3D158#a158) приложения 3 к постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 7 июля 2021 г. № 395.

3.3. 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.

Для случаев, указанных в абзацах [четвертом](#a6) и пятом части первой настоящего подпункта, площадь рекламного поля (S) равна единице.

4. Признать утратившим силу [решение](file:///C%3A%5CUsers%5CUser%5CDownloads%5Ctx.dll%3Fd%3D271532%26a%3D1#a1) Дятловского районного исполнительного комитета от 20 сентября 2013 г. № 396 «О некоторых вопросах размещения (распространения) наружной рекламы на территории Дятловского района и признании утратившими силу некоторых решений Дятловского районного исполнительного комитета».

5. Обнародовать (опубликовать) настоящее решение в газете «Перамога».

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

|  |  |
| --- | --- |
| Председатель | А.В.Садовский |
|   |   |
| Управляющий делами | А.И.Андруцевич |

СОГЛАСОВАНО

Министерство культуры
Республики Беларусь

|  |  |
| --- | --- |
|   | Приложение 1к [решению](#a5)Дятловского районногоисполнительного комитета05.04.2022 № 185  |

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

|  |  |
| --- | --- |
| Классификационный признак | Участок территории населенного пункта |
| 1. Высшая категория | территория города Дятлово |
| 2. Первая категория | территория городского поселка Козловщина |
| территория городского поселка Новоельня |
| 3. Вторая категория | территория населенных пунктов Дятловского района, за исключением города Дятлово и городских поселков Козловщина и Новоельня |

|  |  |
| --- | --- |
|   | Приложение 2к [решению](#a5)Дятловского районногоисполнительного комитета05.04.2022 № 185  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид коэффициента | Размер | Основания применения понижающего коэффициента |
| K1 | 0,8 | при размещении средств наружной рекламы на участках территорий населенных пунктов, отнесенных по классификационным признакам к первой категории |
| K2 | 0,7 | при размещении средств наружной рекламы на участках территорий населенных пунктов, отнесенных по классификационным признакам ко второй категории |
| K3 | 0,6 | при площади рекламного поля от 10 квадратных метров (включительно) до 18 квадратных метров (включительно) |
| K4 | 0,5 | при площади рекламного поля более 18 квадратных метров |
| K5 | 0,5 | при размещении на средстве наружной рекламы рекламы о товарах (продукции, работах, услугах), производимых на территории Республики Беларусь |

|  |  |
| --- | --- |
|   | Приложение 3к [решению](#a5)Дятловского районногоисполнительного комитета05.04.2022 № 185  |

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 Дятловского района

1. Настоящие 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 Дятловского района, разработаны на основании [абзаца восьмого](file:///C%3A%5CUsers%5CUser%5CDownloads%5Ctx.dll%3Fd%3D98153%26a%3D354#a354) пункта 1 статьи 9 и [пункта 3](file:///C%3A%5CUsers%5CUser%5CDownloads%5Ctx.dll%3Fd%3D98153%26a%3D267#a267) статьи 13 Закона Республики Беларусь «О рекламе» и в целях установления единообразного подхода к размещению средств наружной рекламы с учетом архитектурно-стилевых особенностей недвижимых материальных историко-культурных ценностей, комплексов зданий и застройки в целом, сохранности отличительных особенностей зданий (сооружений), обусловивших придание им статуса историко-культурной ценности, недопущения ухудшения условий восприятия, научно необоснованных изменений, включая окружающую среду, представляющую совокупность историко-архитектурных особенностей.

2. Средства наружной рекламы, размещаемые на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны:

2.1. должны быть выполнены:

в виде отдельных букв, знаков и (или) других изображений без подосновы высотой не более 500 миллиметров;

в цветовом решении, гармонирующем с общим стилем недвижимой материальной историко-культурной ценности;

без использования пульсирующего режима ночной подсветки средств наружной рекламы;

с подсветкой (в случае ее применения), которая не должна приводить к искажению линий существующей архитектурной подсветки зданий (сооружений) в ночное время;

в размере, позволяющем закрепить такое средство наружной рекламы исключительно в пределах площади внешних поверхностей недвижимой материальной историко-культурной ценности симметрично относительно уровня основных элементов фасада (окон, витрин, входных групп и других);

в размере, позволяющем разместить такое средство наружной рекламы с соблюдением расстояния в 2,50 метра от уровня земли до нижнего края средства наружной рекламы и расстояния не более 3,50 метра от уровня земли до верхнего края средства наружной рекламы;

2.2. могут состоять из следующих элементов:

информационное поле (текстовая часть);

декоративно-художественные элементы.

Высота декоративно-художественных элементов не должна превышать высоту текстовой части средства наружной рекламы.

Декоративно-художественные элементы (логотипы, товарные знаки и другие) выносятся на кронштейны либо на выносные рекламные конструкции (пилон, плакатница и другие).

3. Стороны средств наружной рекламы, закрепляемых консольно и размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны, выполняются в размерах не более 70 на 70 сантиметров.

Расстояние между средствами наружной рекламы, закрепляемыми консольно и размещаемыми на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны, не может быть менее 10 метров.

Крайние точки лицевой стороны средств наружной рекламы, закрепляемых консольно и размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, не должны находиться на расстоянии более 1 метра от плоскости фасада.

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

5. Крепление на недвижимых историко-культурных ценностях средств наружной рекламы:

не осуществляется на лоджиях, балконах, выступающих фигурных элементах фасадов, пилястрах, фигурных карнизах, с перекрытием архитектурных деталей и элементов историко-культурной ценности (карнизов, фризов, порталов, поясков, обрамлений и других), а также если оно препятствует идейно-художественному восприятию мемориальных досок или с перекрытием указателей наименований улиц, номеров домов, охранных досок;

не допускается в виде электронных табло, экранов или коробов;

осуществляется без проведения работ, приводящих к разрушению конструкций этого здания (сооружения).