РЕШЕНИЕ НОВОГРУДСКОГО РАЙОННОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО КОМИТЕТА
1 октября 2026 г. № 603

О размещении средств наружной рекламы на территории Новогрудского 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», 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, Новогрудский районный исполнительный комитет РЕШИЛ:

1. Установить:

1.1. категории территорий населенных пунктов Новогрудского района для использования их в целях определения размера платы, взимаемой по договору на размещение средства наружной рекламы, согласно приложению 1;

1.2. понижающие и (или) повышающие коэффициенты, применяемые при определении расчета платы, взимаемой по договору на размещение средств наружной рекламы, согласно приложению 2.

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

1.3. 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 3.

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

3. Определить, что:

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

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

где БС – базовая ставка;

S – площадь рекламного поля;

Т – срок размещения средства наружной рекламы;

К – понижающий и (или) повышающий коэффициент (понижающие и (или) повышающие коэффициенты), подлежащий (подлежащие) применению;

3.2. расчет платы, взимаемой Новогрудским 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:

$$П = БС \times S \times Т \times К \times 50\ \%;$$

* 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.

3.3. размер базовой ставки 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 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.

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

4. Признать утратившими силу:

решение Новогрудского районного исполнительного комитета от 23 июня 2023 г. № 411 «Об установлении требований к средствам наружной рекламы»;

решение Новогрудского районного исполнительного комитета от 18 августа 2025 г. № 520 «О критериях ухудшения архитектурного облика здания (сооружения), застройки территории»;

решение Новогрудского районного исполнительного комитета от 5 сентября 2025 г. № 567 «О размещении средств наружной рекламы на территории Новогрудского района».

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

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

Председатель **С.С.Чарковский**

СОГЛАСОВАНО
Министерство культуры
Республики Беларусь

Приложение 1
к решению
Новогрудского районного
исполнительного комитета
01.10.2026 № 603

КАТЕГОРИИ
территорий населенных пунктов Новогрудского района

Классификационный признак	Участок территории населенного пункта
Высшая категория	площадь Ленина, улицы Мицкевича, Волчецкого, Ленина, Минская, Советская, Скорины, Карского города Новогрудка
Первая категория	территории города Новогрудка, не вошедшие в высшую категорию
Вторая категория	иные населенные пункты Новогрудского района

Приложение 2
к решению
Новогрудского районного
исполнительного комитета
01.10.2026 № 603

ПОНИЖАЮЩИЕ И (ИЛИ) ПОВЫШАЮЩИЕ КОЭФФИЦИЕНТЫ,
применяемые при определении расчета платы, взимаемой по договору на размещение средств наружной рекламы

Вид коэффициента	Размер	Основания применения понижающего и (или) повышающего коэффициента
К1		Понижающий коэффициент, применяемый при размещении средств наружной рекламы на участках территорий:
	0,8	отнесенных по классификационным признакам к первой категории
	0,5	отнесенных по классификационным признакам ко второй категории
К2		Понижающий коэффициент, учитывающий площадь рекламного поля:
	0,7	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	Понижающий коэффициент, применяемый при размещении (распространении) рекламы товаров (работ, услуг), производимых на территории Республики Беларусь
К4	0,7	Понижающий коэффициент, применяемый при использовании технически сложных средств наружной рекламы (для средств наружной рекламы с автоматической сменой композиций, электронных табло, бегущей строки, светодиодных, проекционных и иных экранов, вращающихся щитов, лайтпостеров)
К5	2	Повышающий коэффициент, применяемый при размещении средств наружной рекламы игорных заведений, азартных игр и иных подобных игр

Приложение 3
к решению
Новогрудского районного
исполнительного комитета
01.10.2026 № 603

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. Размещаемые средства наружной рекламы не должны ухудшать условия восприятия недвижимых материальных историко-культурных ценностей, создавать диссонанс (в том числе стилистический и цветовой), перекрывать элементы и детали архитектурного декора или вызывать визуальное искажение фасада (в том числе за счет избыточного количества деталей).

2. 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.

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, на уровне первого этажа или в промежутке 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 фасада, соответствующей размерам занимаемых организациями, индивидуальными предпринимателями помещений.

6. Максимальный размер информационных конструкций, содержащих сведения об ассортименте (перечне) блюд, напитков и иных продуктов питания, предлагаемых при предоставлении услуг, не должен превышать по высоте – 0,8 метра, по ширине – 0,6 метра.

7. При размещении на фасадах недвижимых материальных историко-культурных ценностей 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 размещать на консольных либо выносных рекламных конструкциях (тумбах, штендерах).

9. Размеры средств наружной рекламы, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях на консольных конструкциях, не должны превышать 0,7 х 0,7 метра.

10. Консольные конструкции располагаются в одной горизонтальной плоскости фасада, у арок, на границах и внешних углах зданий, строений и сооружений. Расстояние между консольными конструкциями должно составлять не менее 10 метров. При невозможности размещения консольных конструкций с соблюдением указанного расстояния допускается размещать их в два или три яруса на расстоянии не менее 0,7 метра 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 0,2 метра от плоскости фасада (с учетом элементов крепления), а крайняя точка ее лицевой стороны – на расстоянии более 0,9 метра 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, 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 допускается размещение вывесок путем покрытия декоративными пленками поверхности остекления, выполненных на прозрачной подоснове либо в виде отдельных букв, 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 более 50 процентов от площади остекления проема.

Допускается размещение вывесок в верхней части остекления дверных проемов входных групп в торговые объекты или объекты 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 (карнизов, фризов, порталов, поясков, обрамлений и т.д.).

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

подсвет рекламных конструкций в темное время суток.

18. Кабели, питающие световые элементы средств наружной рекламы, монтируются в короба, окрашенные в цвет фасада, или прикрепляются таким образом, чтобы быть незаметными.

19. В темное время суток не допускается искажение линий существующей архитектурной подсветки недвижимых материальных историко-культурных ценностей подсветкой средств наружной рекламы.

Приложение 4
к решению
Новогрудского районного
исполнительного комитета
01.10.2026 № 603

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. Размещение средства наружной рекламы:

на фасаде здания (сооружения) без композиционной привязки к осям конструктивных и архитектурных элементов (окно, витрина, входная группа) и другим расположенным на фасаде средствам наружной рекламы;

на архитектурных элементах декора фасада здания (сооружения) (колонны, пилястры, орнаменты, лепнина и другие);

на фасадах зданий (сооружений) с использованием баннерной ткани без конструктивной основы;

посредством перекрытия визуального восприятия мемориальных досок, информационных табличек, адресного знака.

3. Несоблюдение масштабности и нарушение восприятия геометрических размеров элементов фасада.

4. Размещение лайтпостеров, кронштейнов, расположенных на опорах наружного освещения, в размерах, превышающих 1,3 х 0,9 метра.

Нахождение средства наружной рекламы в ненадлежащем эстетическом и (или) техническом состоянии, в том числе содержащего посторонние надписи и рисунки.

5. Размещение бумажных плакатов на рекламных щитах и пилонах.

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

7. Размещение на фасадах многоквартирных жилых домов призматронов.

8. Размещение одним рекламораспространителем более одной плакатницы и иной выносной рекламной конструкции с площадью рекламного поля до 1 квадратного метра на расстоянии не более 5 метров от зданий (сооружений), в которых рекламораспространитель осуществляет деятельность или реализует рекламируемые товары (работы, услуги).