

РЕШЕНИЕ КРИЧЕВСКОГО РАЙОННОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО КОМИТЕТА

26 августа 2025 г. № 35-30

Об определении критериев ухудшения архитектурного облика зданий (сооружений), застройки территории

На основании подпункта 17.8 пункта 17 и 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, Кричевский районный исполнительный комитет РЕШИЛ:

1. Определить критерии ухудшения архитектурного облика зданий (сооружений), застройки территории в связи с размещением средства наружной рекламы согласно приложению.

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

Председатель

А.С.Шарай

Приложение
к решению
Кричевского районного
исполнительного комитета
26.08.2025 № 35-30

КРИТЕРИИ

ухудшения архитектурного облика зданий (сооружений), застройки территории в связи с размещением средства наружной рекламы

1. Несоблюдение единой высоты отдельно стоящих средств наружной рекламы одного вида в зоне прямой видимости.

2. Размещение по вертикали двух и более средств наружной рекламы на одной опоре, за исключением указателя с общей площадью не более 1,8 м.

3. Размещение средства наружной рекламы:

без композиционной привязки к осям конструктивных и архитектурных элементов фасадов зданий (сооружений) (окно, витрина, входная группа и прочее) и другим расположенным на фасаде средствам наружной рекламы, в том числе несоблюдение единой горизонтальной либо вертикальной оси размещения средств наружной рекламы на фасаде здания;

без композиционной привязки к другим отдельно стоящим средствам наружной рекламы, расположенным на прилегающей территории;

за пределами площади внешних поверхностей объекта.

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

5. Несоответствие эстетических характеристик средства наружной рекламы (форма, размер, пропорции, цвет, масштаб и другие) стилистике и цветовому решению фасада здания (сооружения), на котором размещается средство наружной рекламы.

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

7. Использование в темное время суток* пульсирующего режима подсветки, ярких, контрастирующих друг с другом кадров при размещении мультимедийной рекламной конструкции на расстоянии менее 10 метров от окон жилых домов.

* Темное время суток – промежуток времени от захода до восхода солнца.

8. Размещение средства наружной рекламы на балконах и лоджиях жилых зданий (сооружений), на окнах жилых помещений.

9. Размещение средства наружной рекламы на архитектурных элементах декора фасада здания (сооружения) (колонны, пилястры, орнаменты, лепнина, мозаика и другие).

10. Размещение средства наружной рекламы за пределами внешней поверхности фасада здания (сооружения), занимаемых рекламодателем в здании (сооружении) помещений, за исключением указателя, кронштейна.

11. Размещение средства наружной рекламы на расстоянии менее двух метров от мемориальных досок, информационных табличек, посредством перекрытия визуального восприятия адресного знака.

12. Размещение средства наружной рекламы на фасадах зданий (сооружений) с использованием баннерной ткани без конструктивной основы.

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

14. Размещение средства наружной рекламы, за исключением указателей, на зеленых насаждениях, турникетах, малых архитектурных формах, урнах, опорах наружного освещения, остановочных навесах, за исключением предусмотренных проектом установки.