

Приложение
к решению Мингорисполкома
№1854 от 7 июня 2018г.
Об утверждении рекомендуемых технических
параметров размещения средств наружной
рекламы и рекламно-информационного
оформления в городе Минске

**Рекомендуемые технические параметры размещения средств наружной
рекламы и рекламно-информационного оформления в городе Минске**

1. Настоящие рекомендуемые технические параметры размещения средств наружной рекламы и рекламно-информационного оформления в городе Минске разработаны в целях эстетизации внешнего оформления столицы, единообразия подходов к размещению средств наружной рекламы с учетом архитектурно-стилевых особенностей зданий, комплексов зданий и застройки в целом.

2. Технические параметры средств наружной рекламы зависят от зон их размещения на территории г. Минска.

Зонирование предполагает форматное разделение средств наружной рекламы и способов подачи изображения согласно площади одной поверхности средств наружной рекламы, перечень объектов, улиц, проспектов, площадей, бульваров и т. п. (улично-путевую сеть, мосты, путепроводы и др.), определяющие границы зон размещения наружной рекламы.

3. Размещение информационных конструкций на плоских участках фасада, свободных от архитектурных элементов, осуществляется исключительно в пределах площади внешних поверхностей объекта, соответствующей размерам занимаемых организациями, индивидуальными предпринимателями помещений.

4. При размещении на одном фасаде объекта одновременно нескольких вывесок (вывесок рекламного характера) указанные вывески размещаются в один высотный ряд на единой горизонтальной линии (рис. 1)

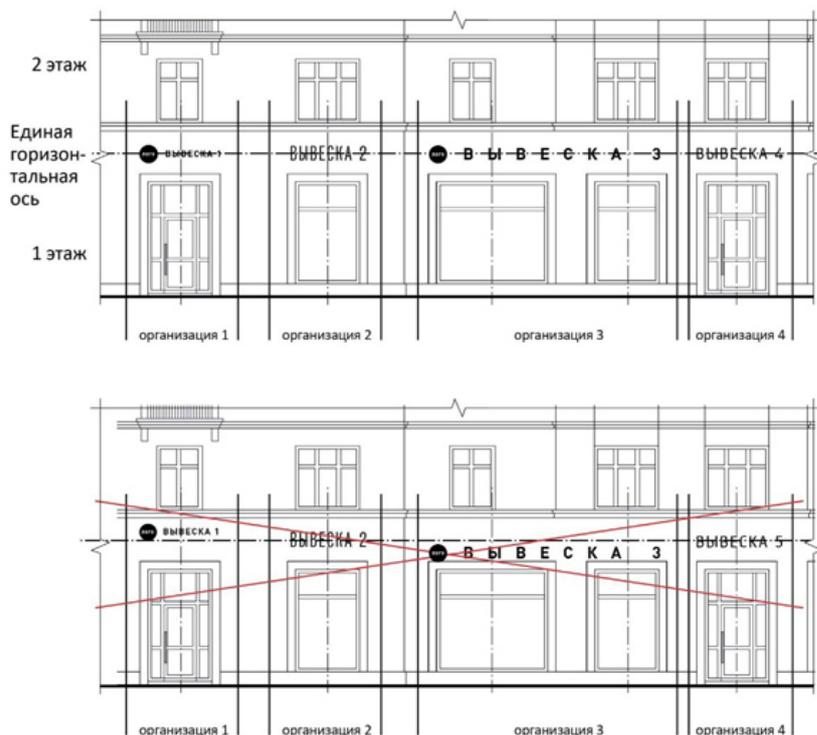


рис. 1

5. В случае если помещения располагаются в подвальных или цокольных этажах объектов вывески (вывески рекламного характера) могут быть размещены над окнами подвального или цокольного этажа (рис. 2).

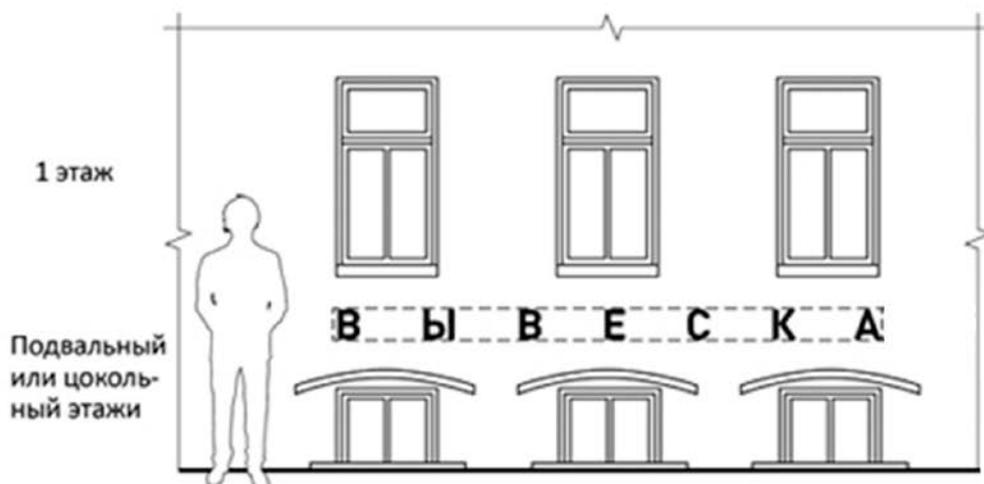


рис. 2

6. Вывески могут состоять из следующих элементов:

- информационное поле (текстовая часть);
- декоративно-художественные элементы.

Высота декоративно-художественных элементов не должна превышать высоту текстовой части вывески более чем в полтора раза (рис. 3).

ВЫВЕСКА — текстовая часть

● — декоративно-художественный элемент



рис. 3

7. Максимальный размер информационных конструкций, содержащих сведения об ассортименте блюд, напитков и иных продуктов питания, предлагаемых при предоставлении ими указанных услуг, в том числе с указанием их массы/объема и цены (меню), не должен превышать: - по высоте - 0,80 м; - по ширине - 0,60 м (рис. 4).



рис. 4

8. Консольные конструкции располагаются в одной горизонтальной плоскости фасада, у арок, на границах и внешних углах зданий, строений, сооружений. Расстояние между консольными конструкциями не может быть менее 10 метров. *

Расстояние от уровня земли до нижнего края консольной конструкции должно быть не менее 2,50 метра. *

Крайние точки лицевой стороны консольной конструкции не должны находиться на расстоянии более 1 метра от плоскости фасада (рис. 5).

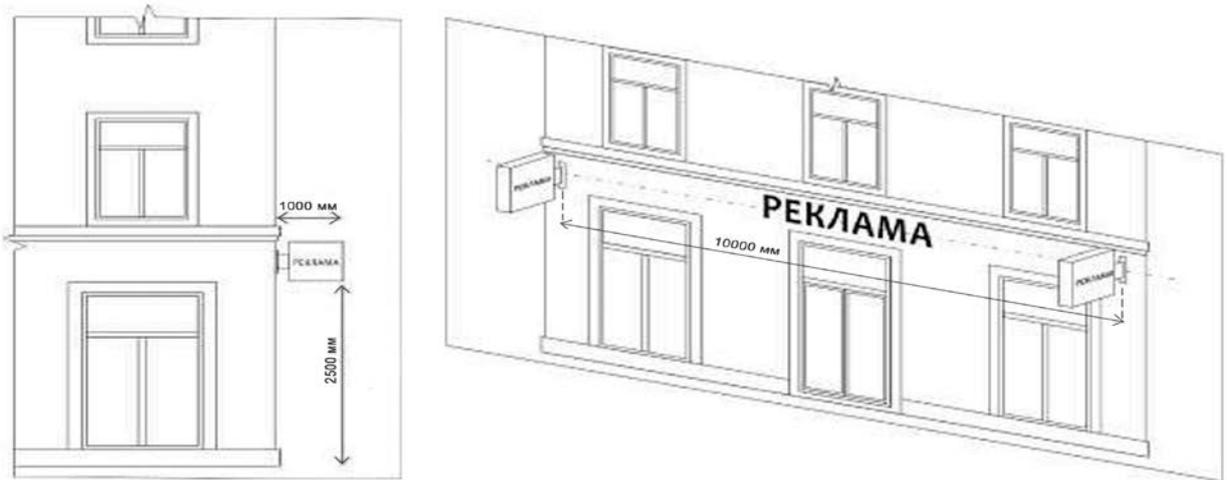


рис. 5

9. Максимальный размер настенной конструкции на внешней поверхности зданий, строений, сооружений, не должен превышать 30% от площади поверхности фасада, на котором размещается конструкция.

10. Витринные конструкции размещаются в витрине, на внешней и/или с внутренней стороны остекления витрины объектов.

В случае крепления средства наружной рекламы к фасаду в рамках остекленного проема такой рекламоноситель относится к настенной рекламной конструкции (рис. 6).

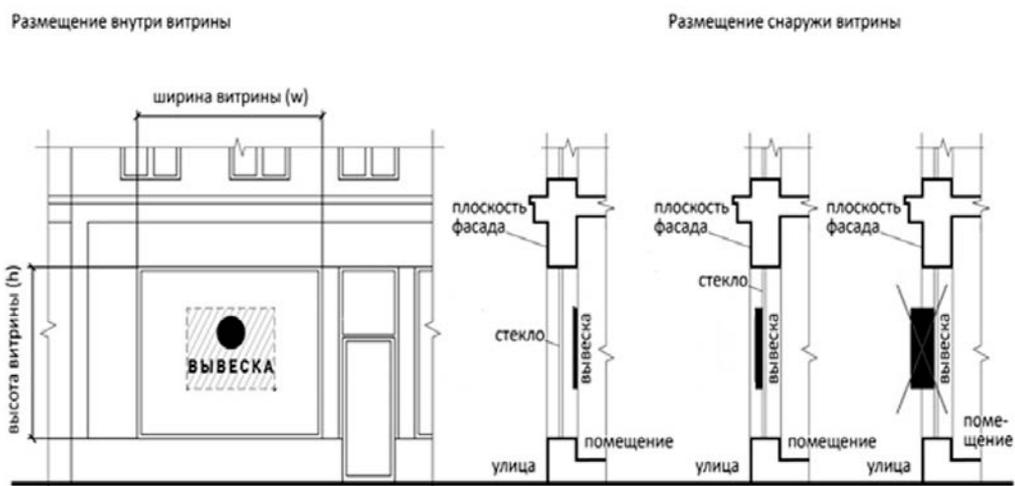


рис. 6

11. Кабели питания световых элементов средств наружной рекламы, сигнализации и др. должны быть вмонтированы в короба, которые окрашены в цвет фасада или прикреплены таким образом, чтобы быть незаметными для пешеходов.

12. Освещение вывесок (вывесок рекламного характера) включается с наступлением темноты.

Учрежденческие доски организаций и предприятий могут устанавливаться без освещения.

13. Размещение баннеров с акционной информацией не осуществляется на всех элементах здания. Размещение вывесок не осуществляется на лоджиях, балконах, на выступающих фигурных элементах фасадов, пилястрах, фигурных карнизах, с перекрытием архитектурных деталей и элементов историко-культурной ценности (карнизов, фризов, порталов, поясков, обрамлений и др.), а также, если оно препятствует идейно-художественному восприятию мемориальных досок и с перекрытием указателей наименований улиц, номеров домов (рис. 7, 8, 9, 10).

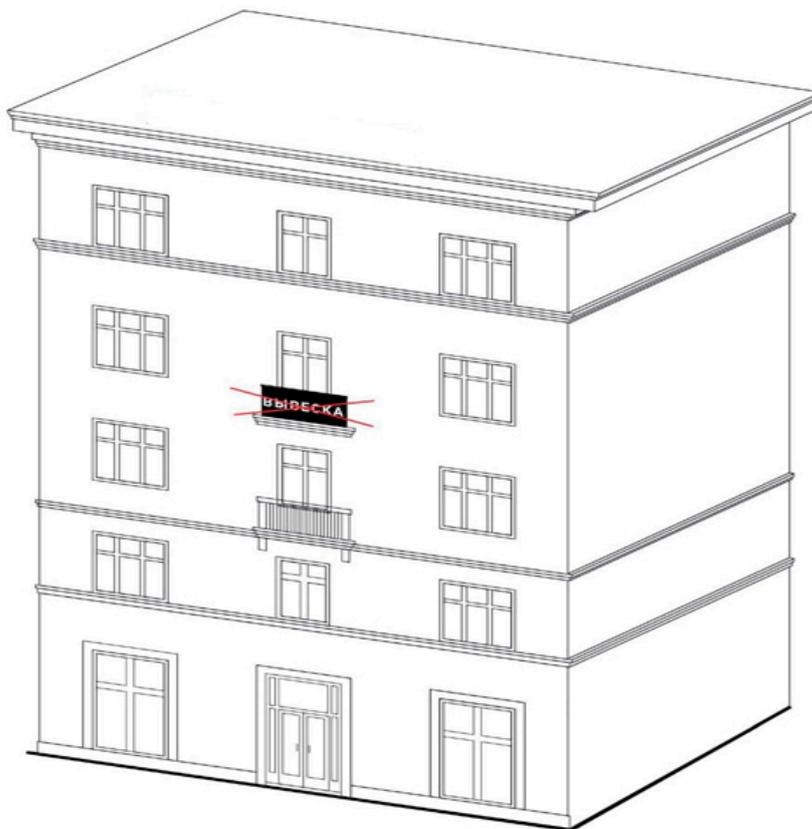


рис. 7

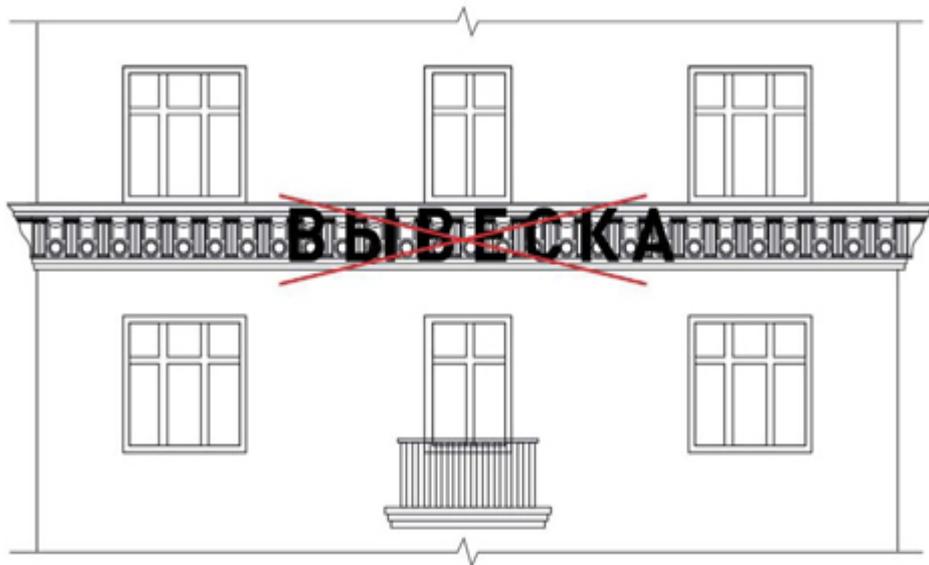


рис. 8



рис. 9

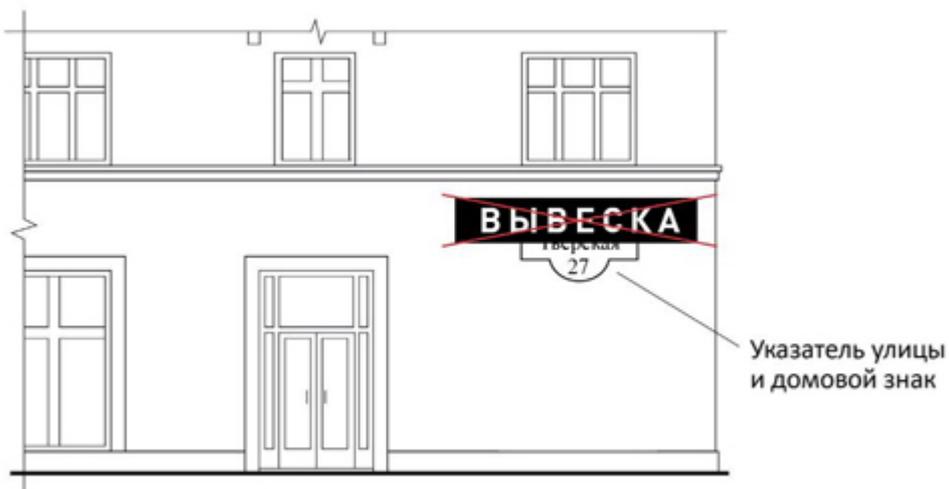


рис. 10

14. Не используется пульсирующий режим ночной подсветки вывесок.

15. Не осуществляется в темное время суток трансляция с использованием ярких (контрастирующие друг с другом) кадров электронными табло, направленными на жилую застройку и на встречное движение автотранспорта.

16. Рекламная конструкция, размещаемая на крыше здания, строения, сооружения, представляет собой объемные элементы, которые могут быть оборудованы внутренним светом или открытой подсветкой, электронные табло и мультимедийные экраны.

17. Размещение рекламной конструкции на крыше здания, строения, сооружения выполняется после обследования строительных конструкций крыши и выполнения проекта крепления рекламной конструкции с расчетом на ветроустойчивость.

18. При установке средств наружной рекламы на поверхности зданий, сооружений, являющихся историко-культурными ценностями либо в зонах их охраны, учитываются следующие факторы:

- архитектурные и стилевые особенности историко-культурной ценности;
- не перекрываются ли архитектурные детали и элементы историко-культурной ценности (карнизы, фризы, порталы, пояски, обрамления и др.);
- вывески, размещаемые на поверхности зданий и сооружений, являющихся историко-культурными ценностями, выполняются в виде отдельных букв без подосновы;
- стороны кронштейна выполняются в размерах не более 70x70 см.;
- не устанавливаются средства наружной рекламы на поверхности зданий, сооружений, являющихся историко-культурными ценностями категорий «0» и «1», не имеющие непосредственное отношение к их функциональному использованию, за исключением средств наружной рекламы, разрешение на размещение которых выданы до вступления в силу настоящих Рекомендательных технических параметров:
- не устанавливаются новые средства наружной рекламы на фасадах зданий, являющихся историко-культурными ценностями, в виде световых коробов, светодиодных табло и экранов, за исключением средств наружной рекламы, разрешение на размещение которых выданы до вступления в силу настоящих Рекомендательных технических параметров.

19. Фундаментный блок рекламной конструкции должен быть заглублен до уровня грунта с выполнением работ по восстановлению благоустройства территории.

20. Для рекламных конструкций допускается применение выступающих дополнительных элементов.

21. Эксплуатация рекламных конструкций должна обеспечивать свободный проход пешеходов, возможность уборки улиц и тротуаров.

22. Средства наружной рекламы устанавливаются и эксплуатируются в соответствии с разрешением и согласованием на их установку, без повреждения архитектурных деталей, конструктивных элементов зданий (строений) и сооружений, подземных и наземных коммуникаций, элементов благоустройства, с возобновлением фитодекора прилегающего участка.

Средства наружной рекламы монтируются и демонтируются в соответствии с нормами безопасности. Неисправности и аварийные ситуации устраняются в сроки, предписанные законодательством.

Средства наружной рекламы подключаются к инженерным сетям в соответствии с законодательством с соблюдением условий и правил технической эксплуатации соответствующих сетей.

Средства наружной рекламы обслуживаются с применением принадлежностей, которые будут обеспечивать сохранность зеленых насаждений, либо с производством работ по восстановлению повреждений.

23. Работы по техническому обслуживанию рекламных конструкций выполняются с восстановлением объектов благоустройства (в случае их повреждения) в течение 3 суток после окончания этих работ.

24. Для установленных до принятия настоящих Рекомендуемых технических параметров рекламных конструкций со смещением от проекта до 5 м новый проект привязки не требуется. Выполняется исполнительная съемка с соблюдением нормативно-правовых актов.

25. Средства наружной рекламы должны иметь надлежащее санитарно-техническое состояние:

- целостность рекламной конструкции;
- отсутствие механических повреждений;
- отсутствие порывов рекламных полотен;
- наличие покрашенного 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 темное время суток (за исключением рекламных конструкций с социальной рекламой).

26. С целью обеспечения визуального порядка устанавливаются минимально допустимые расстояния между однотипными наземными конструкциями, размещенными с одной стороны проезжей части, в соответствии с форматным делением (площадью одной стороны):

- до 3 кв. м. включительно - расстояние между конструкциями 20 м;
- от 3 кв.м до 10 кв.м. включительно - расстояние между конструкциями 40 м;
- от 10 кв.м до 18 кв.м. включительно - расстояние между конструкциями 80 м;
- от 18 кв.м до 36 кв.м. включительно - расстояние между конструкциями 120 м;
- более 36 кв.м. - расстояние между конструкциями 160 м.

Иное расстояние уточняется Схемой размещения средств наружной рекламы и проектной документацией.

27. Установка рекламных конструкций формата от 3 до 10 кв.м и формата от 10 кв.м до 36 кв.м в зоне прямой видимости выполняется с единообразной высотой относительно проезжей части с учетом архитектурных особенностей застройки.

28. Рекламно-информационные указатели устанавливаются как на опорах наружного освещения, так и на самостоятельных опорах, установленных в соответствии с действующими нормативными правовыми актами.

29. Размещение средств наружной рекламы (за исключением средств наружной рекламы, размещаемых за границами красных линий) на одной опоре и (или) в створе с дорожными знаками и светофорами, на дорожных ограждениях и направляющих устройствах не осуществляется.

30. Средство наружной рекламы, размещаемое на осветительной опоре наружного освещения (других конструкциях), с площадью рекламного поля до 2.2 кв.м может размещаться на расстоянии менее 2м от края проезжей части (в зоне размещения дорожных знаков и светофоров) при расстоянии от рекламной конструкции до дорожных знаков и светофоров, размещаемых на одной стороне улицы, не менее 25 м.

31. Рекламно-информационный указатель, размещенный на опоре освещения, должен состоять не более чем из двух блоков. Может быть односторонним и двухсторонним. Верхний блок используется для обозначения улицы или объекта, нижний блок – рекламно-информационный.

Верхний блок может быть:

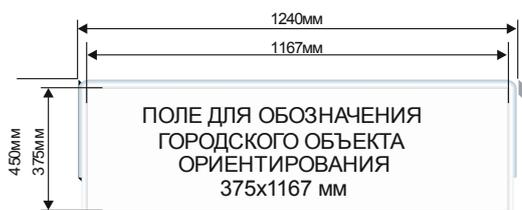


рис. 11

Формат А (рис. 11) используется в случаях, если символов в обозначаемой улице или объекте 12 и менее, размер шрифта 100мм;

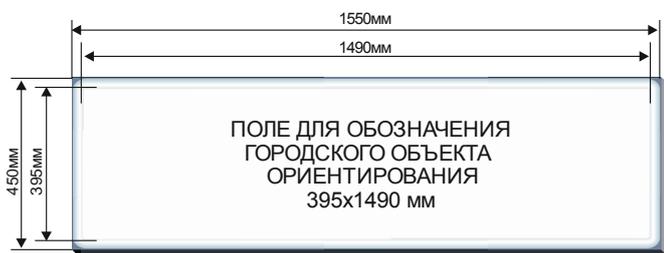


рис. 12

Формат Е (рис. 12) используется в случаях, если символов в обозначаемой улице или объекте более 12, размер шрифта 100мм;

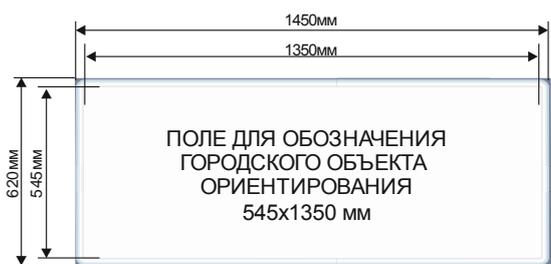


рис. 13

Формат I (рис. 13) используется в случаях, если необходимо обозначить 2 улицы или название объекта состоит более чем из 3-х слов;

Рекламно-информационный блок может быть следующих форматов:
С (рис. 14)



используется с блоком формата А (рис. 11);

рис. 14

D (рис. 15)



используется с блоком
формата Е (рис. 12);

рис. 15

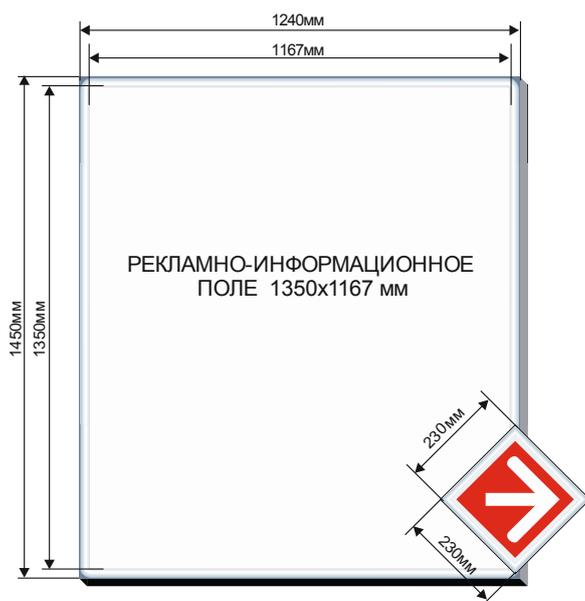
L (рис. 16)



используется с блоком формата А
(рис. 11);

рис. 16

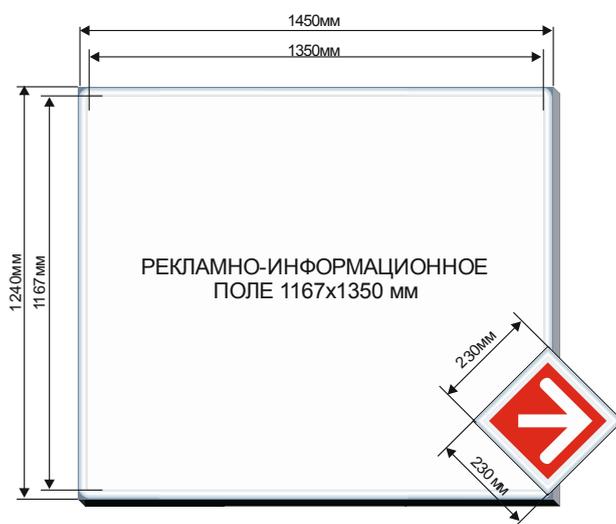
N (рис. 17)



используется с блоком формата А
(рис. 11);

рис. 17

F (рис. 18)



используется с блоком формата I
(рис. 13).

рис. 18

32. Использование форматов:

в историческом центре и центральной части города (застройка центральной части пр. Независимости, в границах улиц Ленина, К. Маркса, Бобруйской, Ульяновской, Первомайской, З.Бядули, Козлова, проспектов Машерова и Победителей, улиц Немиги, К.Цеткин, включая линию их застройки): используется только формат АС, (размер шрифта блока А при количестве букв в названии улицы или объекта более 12 – 75мм);

на основных городских магистралях и территории города в границах улицы Орловской, проспектов Пушкина и Жукова, улиц Аэродромной, Денисовской, Ванеева, Ваупшасова, Радиальной, Столетова, Академической, Сурганова, Орловской, включая линию их застройки, за исключением исторического центра и центральной части города используются только форматы АС и ED, IF;

на остальной территории города – допустимо использование следующих форматов АС, АN, АL, ED, IF.

33. Рекламно-информационный указатель выполняется из ударопрочного материала методом вакуумной формовки. Конструкция - с внутренней подсветкой, обеспечивающей освещенность на поверхности 800 люмен. Кронштейн выполняется из оцинкованной металлической профильной трубы

34. Определение приоритетности мест размещения социальной рекламы на рекламно-информационном поле рекламно-информационных указателей в случае отсутствия заказчиков:

в первую очередь размещается информация об объектах национального, культурно-исторического наследия;

во вторую – о государственных органах и службах, обеспечивающих безопасность и оказывающих помощь на дороге.

35. Наружная реклама и ее средства не должны вызывать ослепление светом потребителей рекламы, участников дорожного движения или создавать иные неудобства в жизнедеятельности граждан;

36. Функционирование световых рекламных конструкций, пульсирующих рекламных установок осуществляется в соответствии с требованиями постановления Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 28.06.2012 № 82 «Об утверждении Санитарных норм и правил «Требования к естественному, искусственному и совмещенному освещению помещений жилых и общественных зданий», гигиенического норматива «Показатели безопасности и безвредности для человека естественного, искусственного и совмещенного освещения помещений жилых зданий», гигиенического норматива «Показатели безопасности и безвредности для человека естественного, искусственного и совмещенного освещения помещений общественных зданий», ТКП 45-2.04-153-2009.

37. Рекламная конструкция, размещаемая в подземном пешеходном переходе и станциях (вестибюлях) метрополитена, представляет собой световой или не световой рекламоноситель, размер, вид и тип которого определяется с учётом архитектурных и функциональных особенностей конкретного подземного пешеходного перехода и станции (вестибюля) метрополитена.

38. Размещение рекламных конструкций в подземных пешеходных переходах и рекламы на станциях (вестибюлях) метрополитена производится на основании дизайн-проектов, с учетом требований действующего законодательства.

39. Зонирование размещения рекламных средств в городе Минске не распространяется на размещения средств наружной рекламы в подземных пешеходных переходах.

* - если иное не предусмотрено проектом размещения рекламы.