

Зарегистрировано в Национальном реестре правовых актов
Республики Беларусь 20 августа 2008 г. N 9/17821

**РЕШЕНИЕ МИНСКОГО ГОРОДСКОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО
КОМИТЕТА
30 июля 2008 г. N 1767**

**О НЕКОТОРЫХ ВОПРОСАХ РАЗМЕЩЕНИЯ (РАСПРОСТРАНЕНИЯ)
НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА МИНСКА**

(в ред. решений Мингорисполкома от 06.01.2009 N 4,
от 12.02.2009 N 296, от 07.07.2011 N 1936, от 05.09.2013 N 2229)

На основании [Закона](#) Республики Беларусь от 10 мая 2007 года "О рекламе", [Положения](#) о порядке размещения средств наружной рекламы, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. N 1497 "О реализации Закона Республики Беларусь "О рекламе", Минский городской исполнительный комитет РЕШИЛ:
(в ред. [решения](#) Мингорисполкома от 05.09.2013 N 2229)

1. Утратил силу.

(п. 1 утратил силу. - [Решение](#) Мингорисполкома от 12.02.2009 N 296)

2. Для расчета платы за размещение (распространение) наружной рекламы на территории города Минска и применения понижающих и (или) повышающих коэффициентов термины и их определения используются в значениях, установленных [Законом](#) Республики Беларусь от 10 мая 2007 года "О рекламе" (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2007 г., N 119, 2/1321) и [Положением](#) о порядке размещения средств наружной рекламы, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. N 1497 "О реализации Закона Республики Беларусь "О рекламе" (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2007 г., N 278, 5/26146), а также в значениях:

(в ред. [решения](#) Мингорисполкома от 05.09.2013 N 2229)

бегущая строка - техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, закрепляемое на земельном участке, поверхности здания (сооружения), отдельно стоящей опоре или ограждении вне здания (сооружения) и имеющее рекламное поле в виде табло или экрана;

брендмауэр - техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, закрепляемое на одной из сторон здания (сооружения) или ограждения, с площадью рекламного поля не менее 70 квадратных метров, за исключением настенной рекламной конструкции;

(абзац введен [решением](#) Мингорисполкома от 07.07.2011 N 1936)

витрина - техническое средство наружной рекламы, устанавливаемое в остекленном проеме окна и (или) витража здания, за исключением размещения в ней образцов товаров, результатов работ, услуг и (или) информации об этих товарах, работах, услугах, реализуемых в данном торговом объекте, аптеке или объекте обслуживания;
(в ред. [решения](#) Мингорисполкома от 05.09.2013 N 2229)

мультиборд - техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, представляющее совокупность конструкций, имеющих единую несущую конструкцию, закрепленное на земельном участке, имеющее рекламное поле, состоящее из нескольких частей, площадь каждой из которых не менее 3,5 квадратного метра, расположенных под углом к потоку транспортных средств;
(абзац введен [решением](#) Мингорисполкома от 07.07.2011 N 1936)

мультипиллар - техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, расположенное на земельном участке и имеющее одно или несколько рекламных полей в размере каркаса данного технического средства, соединенных между собой, с автоматической сменой композиций и (или) с внутренней подсветкой, за исключением тумбы;
(абзац введен [решением](#) Мингорисполкома от 07.07.2011 N 1936)

неспециализированные средства наружной рекламы - технические средства, специально не предназначенные, но используемые для размещения (распространения) наружной рекламы (поверхность зданий, сооружений, остановочные пункты общественного транспорта, воздушные шары, дирижабли, вертолеты, строительные краны, иные виды техники, образцы товаров (результаты работ) и (или) призывов, размещаемые (распространяемые) в рекламных целях вне зданий (сооружений) и вне витрин, маркизы, иные технические средства, на которых либо посредством которых осуществляется размещение (распространение) наружной рекламы в городской среде);
(в ред. решений Мингорисполкома от 07.07.2011 N 1936, от 05.09.2013 N 2229)

панель - техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, представляющее совокупность конструкций, размещаемых друг от друга на расстоянии не более 40 метров, имеющих одно или несколько рекламных полей, площадь каждого из которых не превышает 3,5 квадратного метра, на которых размещается (распространяется) реклама одного рекламодателя, за исключением лайтпостера;
(в ред. [решения](#) Мингорисполкома от 07.07.2011 N 1936)

проекционный экран - техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, имеющее рекламное поле в виде проецируемого светового изображения при помощи специального оборудования;
(абзац введен [решением](#) Мингорисполкома от 07.07.2011 N 1936)

абзац исключен. - [Решение](#) Мингорисполкома от 05.09.2013 N 2229;
реклама на ограждении объекта строительства, на строительной сетке -
реклама, размещаемая на ограждении объекта строительства, на
строительной сетке;

реклама на путепроводе - техническое средство наружной рекламы,
размещаемое на путепроводе (мосту);

абзац исключен. - [Решение](#) Мингорисполкома от 05.09.2013 N 2229;

стела - техническое средство, специально предназначенное и
используемое для размещения (распространения) наружной рекламы,
расположенное на земельном участке, отдельно стоящее, не ограниченное по
высоте и содержащее исключительно логотип или товарный знак;

экран панельный - техническое средство, специально предназначенное и
используемое для размещения (распространения) наружной рекламы,
размещаемое на поверхностях зданий (сооружений), имеющее рекламное
поле в виде табло или экрана, площадью не более 3,5 квадратного метра,
которые не являются технически сложными средствами наружной рекламы.

Установить следующие оценочные категории территорий г. Минска:

высшая категория - пр. Независимости, пр. Победителей, центральная
часть г. Минска, ограниченная ул. Бобруйской, ул. Ульяновской, ул.
Первомайской, ул. Зм. Бядули, ул. Козлова, пр. Машерова, ул. Тимирязева,
ул. К.Цеткин (включительно);

первая категория - территория г. Минска в пределах второго
транспортного кольца, ограниченная ул. Орловской, пр. Пушкина, пр.
Жукова, ул. Аэродромной, ул. Денисовской, ул. Ванеева, ул. Ваупшасова, ул.
Радиальной, ул. Столетова, ул. Сурганова (включительно), а также ул.
Притыцкого, пр. Дзержинского, пр. Партизанский, пр. Рокоссовского, ул.
Кижеватова, Логойский тракт, ул. Минская кольцевая автомобильная дорога
(включительно);

(в ред. [решения](#) Мингорисполкома от 05.09.2013 N 2229)

вторая категория - территории, не вошедшие в высшую и первую
категории, автомобильная дорога Минск - Национальный аэропорт Минск.

Если место размещения средства наружной рекламы находится в
собственности г. Минска, плата за размещение (распространение) наружной
рекламы (за содействие в размещении (распространении) наружной рекламы
и за предоставление права на использование городской среды в рекламных
целях) рассчитывается по следующей формуле:

$$n = BC \times S \times T \times K,$$

где BC - базовая ставка;

S - площадь рекламного поля;

T - срок размещения средства наружной рекламы;

K - понижающий и (или) повышающий коэффициент (понижающие и
(или) повышающие коэффициенты), подлежащий (подлежащие)
применению.

(часть третья п. 2 введена [решением](#) Мингорисполкома от 05.09.2013 N 2229)

Размер базовой ставки (БС) 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 средств наружной рекламы: объемно-пространственных рекламных конструкций, стел, растяжек, воздушных шаров, дирижаблей, образцов товаров (результатов работ) и (или) призов в рекламных целях вне зданий (сооружений) и вне витрин, вертолетов, строительных кранов и иных видов техники с рекламой. Для указанных случаев площадь рекламного поля (S) равна единице.

(часть четвертая п. 2 введена [решением](#) Мингорисполкома от 05.09.2013 N 2229)

Плата за предоставление права на использование городской среды в рекламных целях рассчитывается по формуле, указанной в [части третьей](#) настоящего пункта, с применением к результату понижающего коэффициента 0,5.

(часть пятая п. 2 введена [решением](#) Мингорисполкома от 05.09.2013 N 2229)

При определении размера платы за размещение (распространение) наружной рекламы используются понижающие и (или) повышающие коэффициенты:

K3 - понижающий коэффициент, учитывающий особенности места размещения средств наружной рекламы, в размере:

0,8 - при размещении средств наружной рекламы на территориях первой категории;

0,5 - при размещении средств наружной рекламы вдоль автомобильных дорог, а также на территориях второй категории;

K4 - понижающий коэффициент, учитывающий площадь рекламного поля, в размере:

0,7 - при площади рекламного поля от 20 квадратных метров (включительно) до 50 квадратных метров, за исключением рекламы, размещаемой на строительных сетках, иных строительных объектах и сетках, используемых для защиты зданий (сооружений) от неблагоприятных метеорологических явлений;

0,5 - при площади рекламного поля от 50 квадратных метров (включительно) и более, за исключением рекламы, размещаемой на строительных сетках, иных строительных объектах и сетках, используемых для защиты зданий (сооружений) от неблагоприятных метеорологических явлений, брандмауэров;

K5 - понижающий коэффициент, учитывающий техническую сложность средств наружной рекламы, в размере 0,75 - для призматронов; для электронных табло, бегущей строки, светодиодных, проекционных и иных экранов; для вращающихся щитов; для надкрышных рекламных конструкций; для лайтпостеров;

*K*₆ - коэффициент, учитывающий особенности размещения (распространения) отдельных видов наружной рекламы и ее средств, в размере:

0,75 - при размещении (распространении) наружной рекламы в витринах; при размещении (распространении) наружной рекламы под городскими часами; при размещении (распространении) наружной рекламы на электронных табло рекламы как производимых на территории Республики Беларусь, так и за ее пределами товаров (продукции, работ, услуг); при размещении брендмауэров; при размещении мультипилларов; при размещении (распространении) наружной рекламы на технических средствах наружной рекламы с использованием энергосберегающих технологий (светодиодная подсветка, световозвращающие материалы и иное), за исключением бегущей строки, электронного табло, светодиодных, проекционных и иных экранов; при размещении (распространении) наружной рекламы на путепроводах, при обзоре рекламных полей которых по ходу движения транспортного средства между этими средствами наружной рекламы и транспортным средством имеется полоса встречного движения;

0,6 - при размещении (распространении) наружной рекламы на панелях, путепроводах;

0,5 - при размещении (распространении) наружной рекламы на остановочных пунктах общественного транспорта; при размещении средств наружной рекламы, совмещенных с конструкциями уличной мебели, установленными и обслуживаемыми за счет средств операторов наружной рекламы; при размещении (распространении) на средстве наружной рекламы рекламы товаров (продукции, работ, услуг), производимых на территории Республики Беларусь;

0,25 - при размещении (распространении) наружной рекламы на строительных сетках, иных строительных объектах и сетках, используемых для защиты зданий (сооружений) от неблагоприятных метеорологических явлений, площадью до 100 квадратных метров; при размещении объемно-пространственных рекламных конструкций; при размещении стел;

0,15 - при размещении (распространении) наружной рекламы на строительных сетках, иных строительных объектах и сетках, используемых для защиты зданий (сооружений) от неблагоприятных метеорологических явлений, площадью от 100 до 300 квадратных метров; при размещении образцов товаров (результатов работ) и (или) призов в рекламных целях вне зданий (сооружений) и вне витрин;

0,02 - при размещении (распространении) наружной рекламы на строительных сетках, иных строительных объектах и сетках, используемых для защиты зданий (сооружений) от неблагоприятных метеорологических явлений, площадью от 300 квадратных метров и более;

0,03 - при размещении (распространении) наружной рекламы на воздушных шарах, дирижаблях;

0,004 - при размещении (распространении) наружной рекламы на

вертолетах, строительных кранах и иных видах техники;

2,0 - при размещении (распространении) наружной рекламы электронных сигарет; при размещении (распространении) наружной рекламы о предоставлении организациями денежных средств по договору займа.

(часть шестая п. 2 в ред. [решения](#) Мингорисполкома от 05.09.2013 N 2229)

При определении размера платы за размещение (распространение) наружной рекламы электронных сигарет, а также наружной рекламы о предоставлении организациями денежных средств по договору займа понижающие коэффициенты не применяются.

(часть седьмая п. 2 введена [решением](#) Мингорисполкома от 05.09.2013 N 2229)

Не взимается плата за размещение (распространение) наружной рекламы строящихся гостиниц на ограждении объекта строительства; за размещение (распространение) наружной рекламы организаций или индивидуальных предпринимателей, участвующих в строительстве объекта, на строительной сетке строящегося объекта: наименования (фирменного наименования) организации или фамилии, собственного имени, отчества (если таковое имеется) индивидуального предпринимателя, места нахождения, телефонов, электронного адреса, товарного знака или знака обслуживания, используемых для обозначения товаров и (или) услуг этих организации, индивидуального предпринимателя.

(часть восьмая п. 2 в ред. [решения](#) Мингорисполкома от 05.09.2013 N 2229)

3. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на заместителя председателя Минского городского исполнительного комитета по направлению деятельности.

4. Настоящее решение вступает в силу со дня его официального опубликования.

Председатель

М.Я.Павлов

Управляющий делами

М.Ф.Саванович