

Общественно-консультативный
(экспертный) совет по развитию
предпринимательства при
Министерстве антимонопольного
регулирования и торговли

ПРОТОКОЛ

13.08.2026 № 09-07/2

г. Минск

заседания совета

Председатель: А.Б.Карпович.

Секретарь: Е.С.Данилюк.

Присутствовали:

члены ОКС: Н.В.Василевская, В.С.Гудвиллович,
В.Л.Драгун, Л.С.Климченя,
О.В.Константинович, А.В.Копыток,
Н.И.Кочина, В.Е.Маргелов, А.В.Суша,
А.М.Тетёркина, А.И.Швец;

делегированное лицо
(с правом голоса):

О.М.Ткач.

Голосовали заочно:

Е.Р.Баскин, Д.П.Кажуро, В.А.Королёв.

Приглашенные:

10 человек (список прилагается).

Повестка дня:

1. Рассмотрение замечаний и предложений Совета по развитию предпринимательства по проекту постановления Совета Министров Республики Беларусь «О регулировании отдельных вопросов размещения (распространения) рекламы» (прилагаются).

Информация начальника управления защиты прав потребителей и контроля за рекламой Министерства антимонопольного регулирования и торговли И.А.Гаврильчик.

1.1. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Совета по развитию предпринимательства абзац восьмой пункта 1 Требований к размещению средств наружной рекламы в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов после слов «на путепроводах (мостах)» дополнить словами «и зданиях», тем самым предусмотрев

возможность размещения на здании средства наружной рекламы, которое попадает на разделительную полосу (в разделительную зону) или оказывается над проезжей частью и обочинами автомобильной дороги, улицы, дороги населенного пункта.

Проанализировав обоснование Совета по развитию предпринимательства, данное предложение поддерживается. Предлагается проработать данный вопрос с Государственной автомобильной инспекцией МВД (далее – ГАИ); рекламному бизнесу представить в Министерство антимонопольного регулирования и торговли (далее – МАРТ) материалы-обоснование по данному предложению; провести совещание с МАРТ, ГАИ и представителями рекламного бизнеса с целью детального обсуждения данного вопроса и выработки позиции.

РЕШИЛИ:

Рекомендовать рекламному бизнесу представить в МАРТ материалы-обоснование данного предложения;

МАРТ проработать данный вопрос с ГАИ, провести совещание с ГАИ и представителями рекламного бизнеса, согласовать инициативу с Правительством Республики Беларусь.

Голосовали:

«за» – 17.

«против» – 0.

«воздержались» – 0.

1.2. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложениях Совета по развитию предпринимательства предусмотреть возможность актуализации проекта привязки средства наружной рекламы к участку местности; отступления от проекта привязки в пределах 1 метра для вновь устанавливаемых средств наружной рекламы и установленных после 14.10.2024, и в пределах 10 метров для средств наружной рекламы, установленных до 14.10.2024.

ВЫСТУПИЛИ:

Гаврильчик И.А. – По данному вопросу предлагается запросить позиции областных (Минского городского) исполнительных комитетов и с их учетом направить предложение в Совет Министров Республики Беларусь.

Гутько В.В. – Сегодня г. Минск сжат и насыщен большим количеством инженерных коммуникаций, ввиду чего эти движения негативно сказываются в целом на всю ситуацию. Поэтому мы против.

Копыток А.В. – Нужно спросить не только у облисполкомов, а также у всех районных подразделений.

Карпович А.Б. – Когда дается разрешение на установку конструкции, можно ли погрешность в метр предусматривать заранее?

Гутько В.В. – В проекте привязки указывается конкретная точка. Может быть рассмотрен вопрос о том, чтобы можно было сдвинуться в пределах метра.

Гаврильчик И.А. – Данная инициатива Минского горисполкома о том, чтобы не было никакого отступления от точки, появилась в связи с нарушениями рекламным бизнесом законодательства. Погрешность смещения конструкций была раньше предусмотрена законодательством и распространялась исключительно на первоначальное установление. Но отдельные субъекты после первоначального установления начали переносить свои конструкции, ввиду чего появился данный запрет.

Гудвилович В.С. – Предлагаем предусмотреть возможность актуализации проекта привязки, а не узаконить перестановку конструкции. Если проект привязки – то проект можно актуализировать. И, соответственно, без согласования.

Швец А.И. – Это должно быть в более ускоренном порядке.

Копыток А.В. – Этот проект не должен повторно облагаться денежными средствами.

Гудвилович В.С. – При этом мы не узакониваем перенесенную конструкцию, мы сначала актуализируем проект и потом что-то двигаем.

Шпит А.Ю. – На практике после получения паспорта мы выкопали яму – там лежит кабель, который тоже кладут с некоторым отклонением. Город быстро развивается, постоянно меняется благоустройство. Нам нужно отойти от этого кабеля, потому что там ставить нельзя. Размер фундамента стандартный 2 на 2 метра, соответственно, мы от этого кабеля должны сдвинуться на 2-3 метра. Ввиду чего мы считаем, что одного метра недостаточно. На практике норма в 3-5 метров – это минимальная вещь, которая позволила бы снять много вопросов.

Швец А.И. – Две методики. Первая: есть проект, при установке конструкции уткнулись в кабель, чтобы не пересогласовывать нужно предусмотреть возможность погрешности. Вторая: уткнулись в кабель – вернулись обратно в организацию и пересогласовали сдвижку.

Гутько В.В. – Раньше такая норма и была. Заказчик информировал орган, выдавший паспорт, о невозможности установки конструкции. Ему выдавался новый уточненный проект привязки.

Карпович А.Б. – Нужно ли платить деньги за это?

Гутько В.В. – Предлагаю рассмотреть данный вопрос.

Копыток А.В. – Предложение: если есть фундамент, почему мы не можем конструкцию поменять.

Гаврильчик И.А. – Могут быть задеты другие зоны городской территории.

Швец А.Ю. – Это гораздо больше нанесет урона городской среде, чем сдвигка конструкции на 3 метра, потому что конструкции устанавливаются в архитектурном решении с единым расстоянием до проезжей части, есть особые территории, где конструкции должны быть определенным образом унифицированы, и самовольное изменение дизайна конструкции – это плохое действие для определенной среды и для имиджа рекламы в целом. Кроме того, найти точку с точностью до 5 см на практике крайне сложно. Считаем, что минимальный допуск необходим, потому что иначе всегда будет оставаться возможность того, что в случае погрешности на 1 см нам скажут убрать конструкцию.

Гутько В.В. – Любую конструкцию с сегодняшними техническими средствами установить до 5 см возможно, но в городских условиях это сложно. Мы готовы обсудить и дать свое резюме по этим вопросам.

Гаврильчик И.А. – Мы актуализируем позиции бизнеса с учетом обсуждения в части повторной оплаты, актуализации проекта привязки, возможности смещения конструкции.

РЕШИЛИ:

Запросить позиции областных (Минского городского) исполнительных комитетов (с учетом позиций городских и районных исполнительных комитетов) и рекламного бизнеса, согласовать инициативу с Правительством Республики Беларусь.

Голосовали:

«за» – 17.

«против» – 0.

«воздержались» – 0.

1.3. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Совета по развитию предпринимательства установить отсчет начала срока действия переоформленного разрешения с момента ввода в эксплуатацию переоформленного средства наружной рекламы. Речь о модернизации.

МАРТ данное предложение не поддерживается, поскольку модернизация – это не размещение нового средства наружной рекламы. Это то же средство наружной рекламы, но модернизированное. У этого средства есть определенный срок, установленный законодательством.

ВЫСТУПИЛИ:

Шпит А.Ю. – В соответствии с законодательством есть время модернизации конструкции. В зависимости от типа конструкции этот срок может быть разным. Если речь идет о модернизации, например, обычной конструкции щитовой в экран, то срок модернизации 6 месяцев. Этого времени не всегда бывает достаточно, потому что нужно время для получения условий, для того, чтобы сделать проект и его согласовать, провести работы, установить конструкцию. Соответственно, считать нужно срок установки конструкции от момента установки конструкции в соответствии с законодательством. Например, для экрана сегодня этот срок 7 лет. Это как новое средство, если 5 лет стоял щит и на пятом году мы ставим экран, то мы его не окупим.

Гаврильчик И.А. – Речь не о новой конструкции, а о модернизации. Конструкция та же, но модернизированная. Вы сами приняли решение о модернизации через 5 лет – за 2 года до окончания срока.

Шпит А.Ю. – У них разный срок окупаемости, все разное, то есть это новая конструкция.

Гаврильчик И.А. – Тогда речь должна вестись об установке новой конструкции и получении на нее разрешений и установления соответствующего срока ее действия.

Шпит А.Ю. – Есть старый фундамент, который мы не трогаем. При этом нужно проложить новый кабель, который стоит дороже конструкции. И мы на этот фундамент устанавливаем экран.

Швец А.И. – Тогда надо идти на модернизацию сразу с продлением и осуществлять это в рамках одной процедуры. В случае отказа в продлении на 7 лет будет возможность воздержаться от инвестирования.

Карпович А.Б. – Возможно ли при подаче заявления на модернизацию запросить сразу продление срока?

Шпит А.Ю. – Нет, мы не можем продлить срок действия паспорта конструкции, если он еще идет.

Швец А.И. – Нужно, чтобы законодательство предоставило саму возможность такого запроса.

Карпович А.Б. – У него должна быть возможность в рамках согласования модернизации продлить срок использования самой конструкции в этом месте. Чтобы субъект понимал, нужно ли ему вкладывать в нее средства.

Гаврильчик И.А. – По данному вопросу предлагается: представить предложение нормы и детальное обоснование бизнеса, в том числе затраты и механизм совершения, что конкретно и на каких этапах вы хотите. МАРТ запрашивает позиции областных (Минского городского)

исполнительных комитетов по данному вопросу и направляет данное предложение на согласование с Правительством Республики Беларусь.

РЕШИЛИ:

Рекомендовать рекламному бизнесу представить в МАРТ предлагаемую редакцию нормы с обоснованием для ее последующего направления МАРТ на рассмотрение в областные (Минский городской) исполнительные комитеты, согласовать инициативу с Правительством Республики Беларусь.

Голосовали:

«за» – 17.

«против» – 0.

«воздержались» – 0.

1.4. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Совета по развитию предпринимательства предусмотреть возможность предоставления компенсационных мест. Ранее в законодательстве содержались нормы о предоставлении компенсационных мест, однако сейчас такой возможности нет. Учитывая, что предложение – это новация по сравнению с тем, что действует сейчас, необходимо получение позиции Правительства Республики Беларусь по данному вопросу.

В этой связи предложение по данному вопросу – актуализировать обоснование бизнеса и запросить позицию облисполкомов (Минского горисполкома) и согласовать позицию с Правительством Республики Беларусь.

ВЫСТУПИЛИ:

Гутько В.В. – Вопрос о компенсации нужно рассматривать в тех случаях, когда бизнес приобрел право установки рекламных конструкций за денежные средства. Например, если бизнес приобрел такое право на аукционе, а затем городская власть забирает эту площадку для государственных нужд, то вопрос компенсации должен рассматриваться.

РЕШИЛИ:

Рекомендовать рекламному бизнесу представить в МАРТ с учетом обсуждения материалы-обоснование по вопросу предоставления компенсационных мест;

МАРТ запросить позиции областных (Минского городского) исполнительных комитетов, согласовать инициативу с Правительством Республики Беларусь.

Голосовали:

«за» – 17.

«против» – 0.

«воздержались» – 0.

1.5. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А.: – О предложении Совета по развитию предпринимательства установить обязанность организатора аукциона (исполкома) выносить на торги места только при наличии всех предварительных согласований.

МАРТ поддерживается данное предложение. На практике были случаи, когда на торги выносятся места, на котором субъект не может потом установить рекламную конструкцию, потому что ему, например, не согласовывают паспорт.

ВЫСТУПИЛИ:

Гудвилович В.С. – Если исполком сам инициирует аукцион, то он получает все согласования, которые готовят. Но аукционы проводятся в том числе по инициативе заявителей, которые хотят поставить конструкцию в конкретном месте. С одной стороны, если я выхожу с инициативой, я должен понимать, где кабель, где раскопки и так далее. И я потрачу деньги на что, чтобы прийти в исполком и попросить провести аукцион. И не факт, что я его выиграю, хотя я уже вложил деньги. Как поступать в ситуации, когда есть чья-то инициатива и можно было бы провести аукцион, но с другой стороны ответственность за эту инициативу никто на себя брать не будет.

Гаврильчик И.А. – Речь о ситуациях, когда на торги исполком принял место для проведения аукциона. В этом случае проводится проверка этого места на предмет возможности установки там рекламной конструкции.

Гутько В.В. – Предложение поддерживается, нужно отрабатывать.

Швец А.И. – Если инициатор проработал вопрос, можно ли там протянуть кабель, местная власть ничего не будет компенсировать. Инициатор должен понимать, что может не выиграть.

РЕШИЛИ:

МАРТ запросить позиции областных (Минского городского) исполнительных комитетов по данному вопросу, согласовать инициативу с Правительством Республики Беларусь.

Голосовали:

«за» – 16.

«против» – 0.

«воздержались» – 0.

1.6. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Совета по развитию предпринимательства в Положении о порядке проведения торгов на право размещения средства наружной рекламы ограничить срок возврата средств в случае аннулирования результатов торгов.

Концептуально поддерживаем данное предложение. Учитывая, что данное предложение относится непосредственно к деятельности местных органов власти, нужно запросить их позицию, получить ее и направить на получение позиции Правительства Республики Беларусь.

РЕШИЛИ:

МАРТ запросить позиции областных (Минского городского) исполнительных комитетов, направить предложение на согласование с Правительством Республики Беларусь.

Голосовали:

«за» – 16.

«против» – 0.

«воздержались» – 0.

2. Рассмотрение замечаний и предложений Минского городского исполнительного комитета по проекту постановления Совета Министров Республики Беларусь «О регулировании отдельных вопросов размещения (распространения) рекламы» (прилагаются).

Информация начальника управления защиты прав потребителей и контроля за рекламой Министерства антимонопольного регулирования и торговли И.А.Гаврильчик.

2.1. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Минского городского исполнительного комитета по введению требования о необходимости получения экспертного заключения, выданного уполномоченными органами или аккредитованными организациями в установленном порядке, о том, что средство наружной рекламы выдержит нормативные значения ветровой, снеговой и вибрационной нагрузок.

ВЫСТУПИЛИ:

Гаврильчик И.А. – МАРТ не поддерживает данное предложение. В действующем постановлении Совета Министров Республики Беларусь от 7 июля 2021 г. № 395 «О мерах по реализации Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам рекламы» уже установлено требование, что средства наружной рекламы, размещаемые в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной

дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов, должны выдерживать нормативные значения ветровой, снеговой и вибрационной нагрузок.

Кроме того, согласно части первой пункта 2 статьи 13 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе» средства наружной рекламы должны находиться в надлежащем эстетическом и техническом состоянии.

Требование о получении экспертного заключения возложит на рекламный бизнес дополнительные финансовые затраты.

В республике у операторов около 11 500 средств наружной рекламы. МЧС по республике зафиксировано:

2024 г. – 1 падение, 11 иных случаев (наклон, деформация, отрыв рекламных полей и т.д.) отдельно стоящих СНР и 2 падения надкрышных рекламных конструкций (все случаи – 0,12% от СНР операторов, падения – 0,025%);

2025 г. – 1 падение отдельно стоящих СНР, 16 иных случаев; 0 – надкрышных (все случаи – 0,15% от СНР операторов, падения – 0,009%)

2026 г. – 6 падений отдельно стоящих СНР, 18 иных случаев; 0 – надкрышных (все случаи – 0,2% от СНР операторов, падения – 0,05%).

Представленные цифры не обосновывают введение такой экспертизы в отношении всех конструкций, тем более уже стоящих. По мнению МАРТ, это требование излишнее. Более того, исходя из проведенных встреч с рекламным бизнесом возникает вопрос о том, сохраняет ли рекламная конструкция свои свойства по выдержке нагрузки после проведенных испытаний.

Тарасевич Ж.К. – Мы сделали запрос по этому вопросу в Министерство архитектуры и строительства, на что нам был дан ответ, что эти вопросы урегулированы в строительных нормах. Если говорить об испытаниях, то они проводятся только после обследования, когда обследование не дает возможности сказать, устойчивая ли конструкция.

Осипович А.И. – В 2024 году комитет архитектуры и градостроительства Мингорисполкома прекращал паспорта официально ввиду: 12 падений конструкций, 36 были сорваны либо наклонены, в 2025 году – 2 упали, 473 плаката улетело.

Гаврильчик И.А. – Летающие плакаты – это не свойства конструкции. Крыши тоже улетают, однако МЧС не проводит в отношении них испытания, чтобы проверить, улетит ли в следующий раз.

Гутько В.В. – Когда падают конструкции, мы не можем несколько суток найти соответствующих представителей бизнеса и вынуждены привлекать МЧС для устранения.

Гаврильчик И.А. – Можно в договорах предусмотреть штрафные санкции или компенсацию.

Карпович А.Б. – В любом случае собственник несет ответственность за это независимо от наличия заключения.

Гаврильчик И.А. – Мы запросим у МЧС информацию о причинах падения конструкций, направим в Совет по развитию предпринимательства информацию о количестве упавших конструкций и причинах такого падения.

РЕШИЛИ:

Не поддержать данное предложение Минского городского исполнительного комитета.

Вопрос на голосовании: поддержать данное предложение Минского городского исполнительного комитета.

Голосовали:

«за» – 1.

«против» – 12.

«воздержались» – 3.

2.2. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Минского городского исполнительного комитета пункт 18 Перечня средств наружной рекламы, размещение которых допускается без наличия разрешения на размещение средства наружной рекламы, дополнить содержанием: «, перечень и места размещения которых определены соответствующим местным исполнительным и распорядительным органом».

ВЫСТУПИЛИ:

Осипович А.И. – Имеются случаи, когда операторами устанавливалась реклама, затем паспорт аннулировался, вешалась социальная реклама и говорилось, что это социальная реклама.

Гаврильчик И.А. – Мы давали разъяснение и полный алгоритм действий, это нарушение, эта рекламная конструкция не стала рекламной конструкцией, которая предназначена исключительно для социальной рекламы. Предлагаем снять это предложение.

Гутько В.В. – Предложение снято.

2.3. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Минского городского исполнительного комитета запретить без получения разрешения

размещение мультимедийный рекламных конструкций и электронных табло до 0,5 кв. метра (размещаемых за пределами придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов).

ВЫСТУПИЛИ:

Копыток А.В. – Данное предложение может повлечь ущемление прав мелкого и среднего бизнеса.

Швец А.И. – Нужно запросить позицию малого бизнеса.

Гаврильчик И.А. – МАРТ запросит позицию рекламного бизнеса, направит предложение на согласование с Правительством Республики Беларусь.

РЕШИЛИ:

Поддержать данное предложение Минского городского исполнительного комитета.

Голосовали:

«за» – 10.

«против» – 1.

«воздержались» – 5.

2.4. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Минского городского исполнительного комитета дополнить проект постановления нормой «При подаче заявления об осуществлении административной процедуры заинтересованное лицо вправе непосредственно в тексте заявления указать на необходимость выдачи подтверждения разрешения на размещение средства наружной рекламы на бумажном носителе. Соответствующая отметка фиксируется в информационной системе при регистрации заявления. При подаче заявления об осуществлении административной процедуры заинтересованное лицо вправе непосредственно в тексте заявления указать на необходимость выдачи подтверждения разрешения на размещение средства наружной рекламы на бумажном носителе. Соответствующая отметка фиксируется в информационной системе при регистрации заявления».

РЕШИЛИ:

Поддержать данное предложение Минского городского исполнительного комитета:

Голосовали:

«за» – 16.

«против» – 0.

«воздержались» – 0.

2.5. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Минского городского исполнительного комитета часть вторую пункта 12 Положения дополнить абзацем следующего содержания:

«При заключении двусторонних договоров на размещение средства наружной рекламы предоставлять копию договора, заключенного с собственником имущества (уполномоченным лицом) и рекламораспространителем.».

ВЫСТУПИЛИ:

Осипович А.И. – Сегодня столкнулись с тем, что комитет архитектуры и градостроительства Мингорисполкома аннулирует паспорта по заявлениям ЖКХ, которое присылает нам письма о том, что не заключены двусторонние договоры с собственником. Для исключения этого факта просим предоставить сначала копию договора с собственником, в котором может быть прописано, что срок действия будет исчисляться с момента получения разрешения.

Дубовская Ю.А. – Мы против копий, это лишняя нагрузка. После получения паспорта мы занимаемся установкой конструкции и начинается взаимодействие с собственником с момента установления конструкции. Я не могу сразу предоставить договор, потому что он заключается под что-то. Я сначала должна получить паспорт и только потом заключить договор.

Копыток А.В. – Приведет к ущемлению малого бизнеса.

Кочина Н.И. – Предложение дать поручение обществу с ограниченной ответственностью «Агентство цифровой трансформации» проработать данный вопрос. Возможно, мы сможем удовлетворить запрос Мингорисполкома, не нагружая бизнес. И возможно они смогут запрашивать договор в подтверждение после того как заключен договор.

РЕШИЛИ:

Детально проработать данный вопрос с открытым акционерным обществом «Агентство цифровой трансформации» и Минским городским исполнительным комитетом с учетом перевода административных процедур в электронный вид.

Голосовали:

«за» – 16.

«против» – 0.

«воздержались» – 0.

2.6. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Минского городского исполнительного комитета дополнить проект постановления требованием, что приведение условий договоров на размещение (распространение) наружной рекламы, заключенных в связи с выдачей разрешений на размещение средств наружной рекламы до 8 июля 2021 года, в соответствии с настоящим постановлением не требуется.

РЕШИЛИ:

Поддержать данное предложение Минского городского исполнительного комитета.

Голосовали:

«за» – 15.

«против» – 0.

«воздержались» – 1.

2.7. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Минского городского исполнительного комитета дополнить проект постановления информацией, что сведения о ранее выданных разрешениях на размещение средства наружной рекламы, действующих на момент вступления в силу настоящего постановления, подлежат внесению в информационную систему. Порядок и сроки перенос данных определяются местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка.

ВЫСТУПИЛИ:

Гаврильчик И.А. – предложение будет учтено частично в проекте постановления. Проект постановления будет дополнен информацией, что сведения о ранее выданных разрешениях на размещение средств наружной рекламы, действующих на момент вступления в силу настоящего постановления, подлежат внесению в информационную систему.

Вместе с тем МАРТ не поддерживается предложение о том, что порядок и сроки переноса данных определяются местным исполнительным и распорядительным органов, администрацией парка, так как в пункте 4 проекта Указа Президента Республики Беларусь «Об информационной системе «Учет средств наружной рекламы» уже содержится такое поручение: «Облисполкомам, Минского горисполкому и государственному учреждению «Администрация Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камель»

принять меры по внесению сведений в информационную систему» (срок не установлен).

Гутько В.В. – Снимаем данное замечание в этой части, если частично будет учтено в части внесения информации в информационную систему.

РЕШИЛИ:

Поддержать предложение Минского городского исполнительного комитета в части внесения в информационную систему сведений о ранее выданных разрешениях на размещение средств наружной рекламы, действующих на момент вступления в силу рассматриваемого проекта постановления.

Голосовали:

«за» – 15.

«против» – 0.

«воздержались» – 1.

2.8. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Минского городского исполнительного комитета в пунктах 7 и 23 Положения изложить в следующей редакции:

«в случае наличия у рекламораспространителя просроченной задолженности по плате, подлежащей взиманию в пределах сроков, установленных подпунктом 5.4 пункта 5 Декрета Президента Республики Беларусь от 23 ноября 2017 г. № 7 «О развитии предпринимательства» в соответствии с одним из ранее заключенных договоров на размещение средства наружной рекламы на территории соответствующей административно-территориальной единицы».

ВЫСТУПИЛИ:

Осипович А.И. – На сегодняшний день действует норма, согласно которой мы отказываем в принятии заявления в случае наличия просроченной задолженности по плате. С учетом судебной практики мы предлагаем конкретизировать сроки в рамках Декрета Президента Республики Беларусь от 23 ноября 2017 г. № 7, чтобы если в течение 5 лет (как в Декрете) не было задолженности, мы будем обязаны принять заявление.

РЕШИЛИ:

Рекомендовать Минскому городскому исполнительному комитету проработать данный вопрос и направить позицию и предложения в МАРТ;

после получения соответствующей позиции МАРТ проработать данный вопрос с Министерством финансов.

Голосовали:

«за» – 16.

«против» – 0.

«воздержались» – 0.

2.9. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Минского городского исполнительного комитета: ««Местный исполнительный и распорядительный орган в течение 3-х рабочих дней со дня получения от рекламораспространителя проекта привязки направляет его на согласование организациям, эксплуатирующим инженерные сети, расположенные в месте размещения средства наружной рекламы. Соответствующие организации, эксплуатирующие инженерные сети, в течение 7 (семи) рабочих дней со дня получения проекта привязки согласовывают проект привязки либо направляют в местный исполнительный и распорядительный орган отказ в согласовании».

ВЫСТУПИЛИ:

Гаврильчик И.А. – Данное предложение не поддерживается МАРТ. Это приведет к увеличению сроков: будет более 10 рабочих дней, как установлено действующим законодательством. Бизнес не будет понимать, когда он вправе рассчитывать на получение решения. Предлагаем снять данное замечание.

Гутько В.В. – замечание снято.

2.10. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Минского городского исполнительного комитета дополнить Положение о порядке использования и функционирования информационной системы «Учет средств наружной рекламы» информацией «Согласование осуществляется путём внесения сведений об этом в информационную систему».

ВЫСТУПИЛИ:

Гаврильчик И.А. – Данное предложение уже содержится в пункте 3 Положения о порядке использования и функционирования информационной системы «Учет средств наружной рекламы». Предлагаем снять данное предложение.

Гутько В.В. – Предложение снято.

2.11. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Минского городского исполнительного комитета дополнить подпункт 17.5 пункта 17 Положения нормой: «рекламораспространителем не выполнено или несвоевременно выполнено задание на разработку проекта привязки или организацией, эксплуатирующей инженерные сети представлен письменный отказ в согласовании проекта привязки».

ВЫСТУПИЛИ:

Гаврильчик И.А. – Предлагаемое дополнение содержится в пункте 17 проекта постановления. Предлагаем снять данное предложение.

Гутько В.В. – Предложение снято.

2.12. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Минского городского исполнительного комитета дополнить Положение о порядке выдачи, продления действия, переоформления и прекращения действия разрешения на размещение средства наружной рекламы, пунктом «Местный исполнительный и распорядительный орган или администрация парка, собственник имущества (уполномоченное лицо) и рекламораспространитель заключают дополнительное соглашение в течение 5 рабочих дней со дня регистрации заявления»

ВЫСТУПИЛИ:

Гаврильчик И.А. – Данное предложение не поддерживается. Дополнительное соглашение и так должно быть заключено в срок, установленный для переоформления разрешения (5 рабочих дней), а данный срок и требование о заключении дополнительного соглашения уже установлены в пунктах 35 и 36 Положения о порядке выдачи, продления действия, переоформления и прекращения действия разрешения на размещение средства наружной рекламы. Предлагаем снять данное предложение.

Гутько В.В. – Предложение снято.

2.13. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Минского городского исполнительного комитета дополнить постановление № 395 основанием о прекращении действия разрешения, если рекламораспространитель не уведомил:

об изменении наименования или фамилии, собственного имени, отчества (если таковое имеется) рекламораспространителя, в том числе в результате реорганизации в форме преобразования;

об изменении места нахождения или места жительства (места пребывания) рекламодателя;

о модернизации средства наружной рекламы, не влекущей изменения вида средства наружной рекламы и (или) площади его рекламного поля.

РЕШИЛИ:

Проработать данное предложение с областными (Минским городским) исполнительными комитетами и рекламным бизнесом.

Голосовали:

«за» – 16.

«против» – 0.

«воздержались» – 0.

2.14. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Минского городского исполнительного комитета изложить пункт 48 в следующей редакции:

«При прекращении действия разрешения действие договора на размещение средства наружной рекламы прекращается:

в случаях, указанных в абзаце втором пункта 42, подпунктах 43.3 – 43.10, 43.12-43.14 пункта 43 настоящего Положения, – со дня демонтажа средства наружной рекламы, а если срок демонтажа установить невозможно, – со дня вынесения местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка предписания о демонтаже средства наружной рекламы;

в случаях, указанных в подпунктах 43.1, 43.2 и 43.11 пункта 43 настоящего Положения, – со дня прекращения действия разрешения.

При направлении уведомления о расторжении договора на размещение средства наружной рекламы рекламодателю возвращается прекращенный оригинал разрешения (в случае его наличия).».

РЕШИЛИ:

Поддержать данное предложение Минского городского исполнительного комитета.

Голосовали:

«за» – 15.

«против» – 0.

«воздержались» – 1.

2.15. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложениях Минского городского исполнительного комитета в подпункте 2.4 пункта 2 приложения 1

и подпункте 1.4 пункта 1 приложения 2 уточнить о том, что данные рекламодателя (представителя рекламодателя).

ВЫСТУПИЛИ:

Гаврильчик И.А. – В подпункте 2.4 пункта 2 приложения 1 речь идет о рекламодателе, а не о рекламодателе. В подпункте 1.4 пункта 1 приложения 2 уже указано, что это сведения о рекламодателе (представителе рекламодателя).

Гутько В.В. – Предложения сняты.

2.16. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О замечании Минского городского исполнительного комитета: проект постановления содержит требования по подаче рекламодателем в местный исполнительный и распорядительный орган, администрацию парка заявления и иных документов для получения разрешения, предусмотренных законодательством об административных процедурах, посредством внесения данных только в электронной форме, вместе с тем невозможно обеспечить контроль за соблюдением законодательства на определенной территории без наличия паспорта на физическом носителе.

ВЫСТУПИЛИ:

Гаврильчик И.А. – Проектом предусмотрено, что может быть выдано подтверждение разрешения на размещение средства наружной рекламы, согласования наружной рекламы, рекламы на транспортном средстве, на бумажном носителе посредством изготовления и заверения печатной формы разрешения из информационной системы. Такое же разрешение может быть распечатано и выдано сотрудникам, осуществляющим контроль за соблюдением законодательства о рекламе на определенной территории.

РЕШИЛИ:

Не поддержать данное предложение Минского городского исполнительного комитета.

Голосовали:

«за» – 14.

«против» – 0.

«воздержались» – 2.

2.17. СЛУШАЛИ:

Гаврильчик И.А. – О предложении Минского городского исполнительного комитета изменить срок вступления в силу – с 1 января 2027 года.

ВЫСТУПИЛИ:

Гаврильчик И.А. – Предлагается срок вступления в силу проекта постановления установить – через три месяца после вступления в силу Указа Президента Республики Беларусь «Об информационной системе «Учет средств наружной рекламы».

РЕШИЛИ:

С учетом обсуждения уточнить порядок вступления в силу проекта постановления:

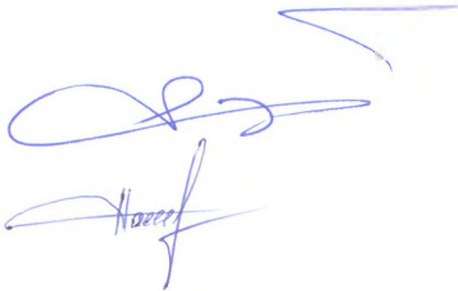
Голосовали:

«за» – 15.

«против» – 0.

«воздержались» – 1.

Председатель



А.Б.Карпович

Секретарь совета

Е.С.Данилюк



СПИСОК

приглашенных на заседание
общественно-консультативного
(экспертного) совета
по развитию предпринимательства
при Министерстве антимонопольного
регулирования и торговли 13.08.2026

1. Начальник управления защиты прав потребителей и контроля за рекламой Министерства антимонопольного регулирования и торговли И.А.Гаврильчик.

2. Начальник отдела по рекламе управления защиты прав потребителей и контроля за рекламой Министерства антимонопольного регулирования и торговли А.А.Бурда.

3. Председатель комитета архитектуры и градостроительства Минского городского исполнительного комитета В.В.Гутько.

4. Директор общества с ограниченной ответственностью «КОЛОРЭКСПРЕСС» Ю.А.Дубовская.

5. Юрисконсульт общества с ограниченной ответственностью «Богема» О.П.Дымова.

6. Заместитель директора по рекламе коммунального унитарного предприятия «Минский городской центр инжиниринговых услуг» А.И.Осипович.

7. Сопредседатель Правления, директор Бизнес союза предпринимателей и нанимателей имени профессора М.С.Кунявского Ж.К.Тарасевич.

8. Директор общества с ограниченной ответственностью «Белвнешреклама» Т.В.Тонконожко.

9. Директор общества с ограниченной ответственностью «ЭфСиБи Бел» А.Ю.Шпит.

10. Коммерческий директор общества с ограниченной ответственностью «ЕВРОТОРГ» А.Е.Шуляк.

Замечания и предложения Совета по развитию предпринимательства к проекту постановления Совета Министров Республики Беларусь «О регулировании отдельных вопросов размещения (распространения) рекламы» (далее – проект постановления), рассмотренные на заседании ОКС при МАРТ 13.08.2026.

1) Абзац восьмой пункта 1 Требований к размещению средств наружной рекламы в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов после слов «на путепроводах (мостах)» дополнить словами «и зданиях».

Обоснование: в представленной редакции реклама не может размещаться на фасадах зданий, если фактически она расположена над проезжей частью (например, на ТЦ или офисном центре вдоль трассы). Вместе с тем такое расположение предусмотрено подпунктом 5.1 пункта 5 СТБ 1581-2008 «СРЕДСТВА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ Общие технические требования и правила размещения», осуществляется на практике и не является большей угрозой безопасности дорожного движения по сравнению с рекламой, размещенной на мостах.

2) Предусмотреть возможность актуализации проекта привязки средства наружной рекламы к участку местности.

Обоснование: в настоящее время запрещено размещение рекламной конструкции без пересогласования с отклонением в 10 метров от точки привязки, указанной в разрешении на ее размещение. Вместе с тем, в процессе эксплуатации конструкции возникает необходимость уточнения местоположения рекламного щита в связи, например, с переносом конструкции по требованию местного исполнительного органа (и его подразделений) или требованием местного исполнительного органа или законодательства о заглублении фундамента ранее установленного биллборда. Для соблюдения требования о предельном отклонении предлагаем предусмотреть возможность корректировки проекта привязки.

3) В подпункте 28.5 пункта 28, подпункте 43.6 пункта 43 Положения о порядке выдачи, продления действия, переоформления и прекращения действия разрешения на размещение средства наружной рекламы указать, что отступление от проекта привязки в пределах 1 метра для вновь устанавливаемых средств наружной рекламы и установленных после 14.10.2024 г. и в пределах 10 м для средств наружной рекламы, установленных до 14.10.2024 г., если такое отступление обусловлено техническими особенностями монтажа, погрешностью измерительных приборов или необходимостью обхода выявленных в процессе работ инженерных сетей, при условии согласования с балансодержателем земель и отсутствия нарушений норм безопасности, не является основанием для отказа в продлении действия разрешения, а также прекращении действия разрешения.

Обоснование: предлагаемый технологический допуск в 1 м для новых разрешений необходим для исключения формальных претензий с учетом точности топографической съемки масштаба 1:500 и погрешности GPS-датчиков приборов геодезии, которые не позволяют обеспечить «нулевое» отклонение при монтаже фундамента. Допуск в 10 м для ранее выданных разрешений обоснован ранее действовавшими нормами и подходами контролирующих органов, которые признавали отступ в 10 метров допустимым и он широко использован на практике.

4) В части второй пункта 36 Положения о порядке выдачи, продления действия, переоформления и прекращения действия разрешения на размещение средства наружной рекламы предусмотреть отсчет начала срока действия переоформленного разрешения с момента ввода в эксплуатацию переоформленного средства наружной рекламы.

Обоснование: действующая методика определения срока действия переоформленного разрешения исходя из начала срока действия первоначального разрешения вынуждает рекламораспространителей откладывать техническое обновление конструкций до завершения срока действия текущих разрешений и, соответственно, негативно влияет на актуальность и безопасность конструкций.

5) В пункте 43.14 Положения о порядке выдачи, продления действия, переоформления и прекращения действия разрешения на размещение средства наружной рекламы предусмотреть возможность предоставления компенсационных мест при аннулировании разрешений.

Обоснование: восстановление ранее действовавшего механизма предоставления компенсационных мест при аннулировании разрешений по пункту 43.14 необходимо для защиты инвестиций и обеспечения стабильности бизнеса. Исключение этой нормы лишает операторов гарантий возврата вложенных средств при проведении городских работ или праздников, не зависящих от воли предпринимателя. Возврат права на равнозначное место или последующее восстановление на прежней точке исключит риск необоснованного сокращения рекламных площадей, сохранит рабочие места и обеспечит непрерывность поступления платежей в местный бюджет.

6) В пункте 5 Положения о порядке проведения торгов на право размещения средств рекламы на недвижимом имуществе установить обязанность организатора аукциона выносить на торги места только при наличии всех предварительных согласований.

Обоснование: выставление на аукцион приблизительных мест нарушает права участников, так как право на размещение рекламоносителя в примерном месте, не уточненной проектной документацией, может быть нереализуемо. Такая практика приводит к замораживанию средств победителя, к дальнейшим расходам из бюджета на возврат средств

и к снижению интереса на участие в торгах, что дискредитирует саму идею аукционов (торгов).

7) В Положении о порядке проведения торгов на право размещения средств рекламы на недвижимом имуществе ограничить срок возврата средств в случае аннулирования результатов торгов.

Обоснование: текущая практика, при которой административное решение об отказе принимается более чем через 2 месяца, а возврат средств с учетом досудебных споров затягивается на год, ведет к замораживанию оборотного капитала и необоснованным финансовым потерям добросовестного участника.

Замечания и предложения Минского горисполкома к проекту постановления Совета Министров Республики Беларусь «О регулировании отдельных вопросов размещения (распространения) рекламы» (далее – проект постановления), рассмотренные на заседании ОКС при МАРТ 13.08.2026.

1) Дополнить пункт 4 Приложения 1 к постановлению Совета Министров Республики Беларусь _____ № ____ ТРЕБОВАНИЯ к размещению средств наружной рекламы в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов следующими словами:

«, что должно быть подтверждено соответствующим экспертным заключением, выданным уполномоченными органами или аккредитованными организациями в установленном порядке.».

Обоснование: данное требование обусловлено необходимостью минимизации рисков техногенного характера в зонах повышенной опасности (придорожные полосы, места скопления людей), так как средства наружной рекламы в виде щитов, пилонов, отдельностоящих мультимедийных конструкций, являются сложными инженерными сооружения с высокой парусностью.

Справочно.

Вблизи дорог конструкции постоянно подвергаются вибрации от проезжающего большегрузного транспорта, без соответствующего расчета на усталость металла или устойчивость соединений конструкция может деформироваться со временем.

Привлечение аккредитованных организаций гарантирует объективность оценки прочностных характеристик объекта и обеспечит соблюдение единых государственных стандартов безопасности при эксплуатации средств наружной рекламы в сложных погодных условиях.

Наличие такого заключения доказывает, что владелец рекламы предпринял все необходимые меры (проявил должную осмотрительность) для обеспечения безопасности. В случае форс-мажора (аномальный ураган) наличие такого заключения – главный аргумент, подтверждающий, что падение произошло не из-за ошибки в проектировании.

2) Пункт 18 Приложения 2 к постановлению Совета Министров Республики Беларусь _____ № ____ ПЕРЕЧЕНЬ средств наружной рекламы, размещение которых допускается без наличия разрешения на размещение средства наружной рекламы дополнить следующим содержанием:

«, перечень и места размещения которых определены соответствующим местным исполнительным и распорядительным органом.».

Обоснование: предлагаемый подход направлен на исключение нецелевого использования городских территорий и предотвращение недобросовестной конкуренции на рынке рекламы.

Наделение местного исполнительного и распорядительного органа исключительным правом определять перечень мест размещения социальной рекламы необходимо для пресечения попыток установки конструкций частными лицами под видом социальной рекламы с целью извлечения прибыли. Это

устраняет риск обхода установленных процедур (аукционов и торгов), когда отдельные участники рынка могли бы получать преимущество, размещая объекты в обход стандартных правил под предлогом их социальной значимости. Таким образом, государственный перечень уравнивает условия: конструкция либо используется строго по госзаказу в интересах общества, либо на общих коммерческих основаниях.

Данный механизм гарантирует соблюдение единой градостроительной политики, так как только государственный орган обладает полной информацией о перспективном развитии территорий, расположении подземных коммуникаций и требованиях к архитектурному облику, что исключает хаотичное появление рекламных объектов, способных нанести ущерб эстетике городской среды или безопасности дорожного движения.

Также ограничение круга лиц, определяющих места размещения, гарантирует адресное использование ресурсов городской среды и обеспечивает реализацию конкретных идеологических и социальных задач государства в наиболее эффективных локациях, исключая возможность выбора мест «иными лицами» исходя исключительно из коммерческого удобства. В совокупности данные меры предотвращают бесконтрольное появление наружной рекламы, не прошедшей установленную процедуру согласования, и обеспечивают приоритет общественных интересов над частными.

3) Пункт 19 Приложения 2 к постановлению Совета Министров Республики Беларусь _____ № ____ ПЕРЕЧЕНЬ средств наружной рекламы, размещение которых допускается без наличия разрешения на размещение средства наружной рекламы изложить в следующей редакции:

«19. Иные средства наружной рекламы с площадью рекламного поля до 0,5 кв. метра, размещаемые за пределами придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов, за исключением кронштейнов, мультимедийных рекламных конструкций и электронных табло.».

Обоснование: внесение дополнений в указанный пункт рекламными конструкциями типа мультимедиа и электронное табло обусловлено необходимостью пресечения практики бесконтрольного размещения динамических носителей информации. Участвовавшие случаи трансляции деструктивного и ненадлежащего контента через малоформатные электронные устройства подтверждают, что их высокая технологичность требует государственного контроля наравне с крупными рекламными конструкциями для защиты интересов общества и государства.

4) Абзац четвертый пункта 6 Постановления Совета Министров Республики Беларусь от 07.07.2021 № 395 «О мерах по реализации Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам рекламы» (далее – постановление № 395) дополнить предложением «При подаче заявления об осуществлении административной процедуры заинтересованное лицо вправе непосредственно в тексте заявления указать на необходимость выдачи подтверждения разрешения на размещение средства наружной рекламы на

бумажном носителе. Соответствующая отметка фиксируется в информационной системе при регистрации заявления.».

Обоснование: установление возможности выразить требование о выдаче бумажного подтверждения в рамках основного заявления позволит избежать необходимости обработки дополнительных заявлений по одному и тому же объекту, сократить количество документооборота между заявителем и уполномоченным органом, а также минимизировать временные затраты сотрудников на регистрацию, рассмотрение и учёт отдельных запросов о выдаче бумажных подтверждений.

Также заинтересованное лицо избавляется от необходимости подачи отдельного заявления (заполнение ещё одного комплекта документов) и ожидания его рассмотрения – запрос на бумажное подтверждение оформляется «в один шаг». Заявитель сразу понимает, в каком формате он получит подтверждение разрешения.

Указанная норма сохраняет возможность получения документа на бумажном носителе для тех, кому это необходимо (например, для предъявления третьим лицам, архивирования, использования в судебных или контрольных процедурах).

4) Часть вторую пункта 12 дополнить абзацем следующего содержания:

«При заключении двусторонних договоров на размещение средства наружной рекламы предоставлять копию договора, заключенного с собственником имущества (уполномоченным лицом) и рекламораспространителем.».

Предоставление копии договора между собственником имущества и рекламораспространителем необходимо для подтверждения законности использования рекламного места, в целях исключения случаев незаключения таких договоров.

5) Абзацем пятым пункта 16 Положения о порядке выдачи, продления действия, переоформления и прекращения действия разрешения на размещение средства наружной рекламы (далее – Положение), утвержденным постановлением № 395, определено, что срок выдачи разрешения на вывески рекламного характера, за исключением вывесок рекламного характера, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны, – до окончания расположения производственного объекта, торгового объекта или иного объекта обслуживания или осуществления рекламораспространителем деятельности по месту размещения вывески рекламного характера.

Абзацем пятым пункта 6 постановления № 395 установлено, что приведение условий договоров на размещение (распространение) наружной рекламы (далее – договор), заключенных в связи с выдачей разрешений на размещение средств наружной рекламы до вступления в силу настоящего постановления, в соответствии с настоящим постановлением не требуется.

Руководствуясь вышеизложенной нормой, в период действия постановления № 395 к действующим договорам дополнительные соглашения об изменении срока размещения наружной рекламы не заключались.

По состоянию на 08.05.2026 между Мингорисполкомом и рекламодателями имеется 6 160 действующих договоров на вывески рекламного характера.

В целях недопущения увеличения нагрузки на специалистов, связанной с заключением дополнительных соглашений, в части изменения сроков размещения наружной рекламы, предлагаем пункт 6 постановления № 395 дополнить абзацем вышеизложенного содержания:

приведение условий договоров на размещение (распространение) наружной рекламы, заключенных в связи с выдачей разрешений на размещение средств наружной рекламы до 08.07.2021, в соответствии с настоящим постановлением не требуется.

6) Проект постановления предлагается дополнить пунктом следующего содержания:

«Сведения о ранее выданных разрешениях на размещение средств наружной рекламы, действующих на момент вступления в силу настоящего постановления, подлежат внесению в информационную систему. Порядок и сроки переноса данных определяются местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка», что в свою очередь позволит создать единую централизованную базу данных обо всех действующих разрешениях, исключить ситуацию, когда часть информации остаётся вне информационной системы, что создаст риски неполноты данных.

Обоснование: наличие в системе данных о ранее выданных разрешениях позволит избежать дублирования данных и выдачи разрешений на одни и те же места размещения.

7) Пунктом 7 и 23 Положения установлено, что местный исполнительный и распорядительный орган, администрация парка принимают административное решение об отказе в принятии заявления в случаях и порядке, установленных в статье 17 Закона Республики Беларусь «Об основах административных процедур», а также в случае наличия у рекламодателя просроченной задолженности по плате, подлежащей взиманию в соответствии с одним из ранее заключенных договоров на размещение средства наружной рекламы на территории соответствующей административно-территориальной единицы.

В связи с имеющейся судебной практикой, в рамках которой экономическим судом установлено, что наличие просроченной задолженности по плате, срок взыскания, установленный подпунктом 5.4 пункта 5 Декрета Президента Республики Беларусь от 23.11.2017 № 7 «О развитии предпринимательства» истек, не может являться основанием для принятия административного решения об отказе в принятии заявления.

Таким образом, предлагаем в пунктах 7 и 23 Положения слова:

«в случае наличия у рекламодателя просроченной задолженности по плате, подлежащей взиманию в соответствии с одним из ранее заключенных договоров на размещение средства наружной рекламы на территории соответствующей административно-территориальной единицы» заменить словами «в случае наличия у рекламодателя просроченной

задолженности по плате, подлежащей взиманию в пределах сроков, установленных подпунктом 5.4 пункта 5 Декрета Президента Республики Беларусь от 23.11.2017 № 7 «О развитии предпринимательства» в соответствии с одним из ранее заключенных договоров на размещение средства наружной рекламы на территории соответствующей административно-территориальной единицы.».

8) Изложить абзац второй пункта 9 Положения о порядке выдачи, продления действия, переоформления и прекращения действия разрешения на размещение средства наружной рекламы в следующей редакции:

«Местный исполнительный и распорядительный орган в течение 3 (трёх) рабочих дней со дня получения от рекламораспространителя проекта привязки направляет его на согласование организациям, эксплуатирующим инженерные сети, расположенные в месте размещения средства наружной рекламы. Соответствующие организации, эксплуатирующие инженерные сети, в течение 7 (семи) рабочих дней со дня получения проекта привязки согласовывают проект привязки либо направляют в местный исполнительный и распорядительный орган отказ в согласовании.

Согласование осуществляется путем внесения на проект привязки грифа «СОГЛАСОВАНО», содержащего дату согласования и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов, заверенной печатью соответствующего государственного органа (организации, подразделения), либо путем проставления штампа, содержащего слово «СОГЛАСОВАНО», дату согласования и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов.».

Обоснование: необходимость изложения пункта в предложенном варианте обосновано чётким распределением обязанностей и сроков. Указание конкретных временных рамок (3 рабочих дня для местного органа и 7 рабочих дней для организаций) позволит избежать неопределённости и затягивания процесса, что будет способствовать оперативному рассмотрению проектов привязки и минимизирует риски задержек в выдаче разрешений на размещение средств наружной рекламы.

9) Дополнить пункты 10 и 11 Положения абзацем:

«Согласование осуществляется путём внесения сведений об этом в информационную систему».

Предлагаемое предложение вводится с целью прозрачности и подотчётности процесса согласования разрешения на размещение средств наружной рекламы, что будет также способствовать ускорению срока осуществления административной процедуры.

10) Подпункт 17.5 пункта 17 Положения изложить в следующей редакции:

«рекламораспространителем не выполнено или несвоевременно выполнено задание на разработку проекта привязки или организацией, эксплуатирующей инженерные сети представлен письменный отказ в согласовании проекта привязки.»

11) Пункт 27 и 34 Положения дополнить абзацем:

«Местный исполнительный и распорядительный орган или администрация парка, собственник имущества (уполномоченное лицо) и рекламодатель заключают дополнительное соглашение в течение 5 рабочих дней со дня регистрации заявления».

Обоснование: законодательство устанавливает жёсткие сроки для рассмотрения заявлений на продление и переоформление разрешения на размещение средства наружной рекламы. Установление 5 дневного срока на заключение дополнительного соглашения синхронизируется с этой процедурой и не создаст задержек на этапе оформления договорных отношений.

12) Абзац второй пункта 43 главы 6 дополнить пунктом следующего содержания:

«в случае отсутствия уведомления местного исполнительного и распорядительного органа, администрации парка о наступлении события, указанного в части второй пункта 31 главы 4.».

Обоснование: включение данного пункта необходимо для надлежащего учета размещения средства наружной рекламы в соответствии с разрешением, достоверной информации о характеристиках размещаемого средства наружной рекламы.

Отсутствие достоверной информации о месте нахождения (месте пребывания) рекламодателя не позволит своевременно информировать (при необходимости) о выявленном нарушении законодательства о рекламе и, как следствие, устранить его в кратчайший срок.

В том числе отсутствие уведомления о модернизации, не влекущей изменения вида средства наружной рекламы и (или) площади рекламного поля (к примеру монтаж внутреннего и (или) внешнего освещения конструкции, придающего яркость элементам изображения наружной рекламы, крепление элементов, создающих шум, превышающий допустимые уровни, и т.д.) может повлечь обращения (жалобы) граждан о нарушении их жизнедеятельности. Указанная модернизация также влечет за собой внесение изменений в условия договора, заключаемого с рекламодателем, в части применения понижающих и (или) повышающих коэффициентов, и как следствие, изменение суммы платы за использование городской среды в рекламных целях.

13) Пункт 48 изложить в следующей редакции:

«При прекращении действия разрешения действие договора на размещение средства наружной рекламы прекращается:

в случаях, указанных в абзаце втором пункта 42, подпунктах 43.3 – 43.10, 43.12-43.14 пункта 43 настоящего Положения, – со дня демонтажа средства наружной рекламы, а если срок демонтажа установить невозможно, – со дня вынесения местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка предписания о демонтаже средства наружной рекламы;

в случаях, указанных в подпунктах 43.1, 43.2 и 43.11 пункта 43 настоящего Положения, – со дня прекращения действия разрешения.

При направлении уведомления о расторжении договора на размещение средства наружной рекламы рекламодателю возвращается прекращенный оригинал разрешения (в случае его наличия).».

Обоснование: в соответствии с подпунктом 43.11 пункта 43 Положения действие договора на размещение средства наружной рекламы прекращается со дня демонтажа средства наружной рекламы, а если срок демонтажа установить невозможно, – со дня вынесения местным исполнительным и распорядительным органом, администрацией парка предписания о демонтаже средства наружной рекламы.

В рассматриваемой ситуации привязывать дату прекращения договора к дате демонтажа нелогично и юридически некорректно, так как средство наружной рекламы не было размещено и рекламодатель не уведомил местный исполнительный и распорядительный орган, администрацию парка о неразмещении средства наружной рекламы.

Правильным решением является установление даты прекращения договора со дня составления акта о прекращении действия разрешения поскольку акт о прекращении фиксирует сам факт нарушения (неразмещение в срок), содержит точную дату выявления нарушения.

Такой подход будет обеспечивать правовую определённость, прозрачность процедур и соблюдение баланса интересов участников правоотношений.

14) В приложении 1 к Положению о порядке использования и функционирования информационной системы «Учет средств наружной рекламы» пункт 2.4 изложить в следующей редакции:

«2.4. контактные данные рекламодателя (представителя рекламодателя);».

15) В приложениях 2 и 3 к Положению о порядке использования и функционирования информационной системы «Учет средств наружной рекламы» пункт 1.4 изложить в следующей редакции:

«1.4. Контактные данные рекламодателя (представителя рекламодателя);».

16) Представленный на согласование Проект постановления содержит требования по подаче рекламодателем в местный исполнительный и распорядительный орган, администрацию парка заявления и иных документов для получения разрешения, предусмотренных законодательством об административных процедурах посредством внесения данных только в электронной форме.

Справочно.

Согласно части второй пункта 2 статьи 14 Закона Республики Беларусь от 28.10.2008 № 433-З «Об основах административных процедур» (далее – Закон № 433-З) законодательными актами и постановлениями Совета Министров Республики Беларусь наряду с подачей заявления заинтересованного лица в письменной либо устной форме может быть предусмотрена возможность подачи такого заявления в электронной форме.

Также Законом Республики Беларусь от 30.12.2025 № 126-З «Об изменении законов по вопросам индивидуальной предпринимательской деятельности» внесены изменения в Закон Республики Беларусь от 10.05.2007 № 225-З «О рекламе» (далее – Закон № 225-З), согласно которым размещение

средства наружной рекламы без наличия у рекламораспространителя – организации, гражданина, осуществляющего индивидуальную предпринимательскую деятельность, нотариуса, адвоката **разрешения соответствующего** Минского городского, городского (города областного подчинения), районного исполнительного комитета, администрации парка запрещается, кроме средств наружной рекламы, перечень которых устанавливается Советом Министров Республики Беларусь (часть первая пункта 1 статьи 13 Закона № 225-3).

Всесторонний и объективный прогноз предполагаемых последствий исключения выдачи разрешения на размещение средства наружной рекламы в виде паспорта (без которого местным исполнительным и распорядительным органам невозможно в полной мере обеспечить осуществление на соответствующей территории контроля за соблюдением законодательства в соответствии с требованиями Закона Республики Беларусь «О местном управлении и самоуправлении в Республике Беларусь») повлечет негативные социальные, финансово-экономические, экологические последствия.

17) В пункте 8 Проекта постановления слова «с 1 июня 2026г.» заменить словами «с 1 января 2027 г.».

Обоснование: предоставить программный продукт информационной системы «Учет средств наружной рекламы» с доступом посредством выделенных логинов и паролей пользователям информационной системы, указанным в пункте 4 Положения о порядке использования и функционирования информационной системы «Учет средств наружной рекламы», а также провести обучение уполномоченных сотрудников пользователей.

Республиканским органам государственного управления, облисполкомам и Минскому горисполкому привести свои нормативные правовые акты в соответствие с настоящим постановлением и принять иные меры по его реализации до 01.01.2027.