

**ИЗМЕНЕНИЕ № 1 СТБ 1581-2008****СРЕДСТВА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ**

Общие технические требования и правила размещения

**СРОДКІ ВОНКАВАЙ РЭКЛАМЫ**

Агульныя тэхнічныя патрабаванні і правілы размяшчэння

---

Введено в действие постановлением Госстандарта Республики Беларусь от 15.07.2010 № 40

**Дата введения 2010-11-01**

Раздел 6 изложить в новой редакции:

**«6 Требования к эксплуатационному состоянию средств наружной рекламы и средств информационного обеспечения участников дорожного движения»**

**6.1** Средства наружной рекламы должны обслуживаться рекламодателем. Не допускается утрата отдельных элементов рекламы или появление на ней посторонних надписей и рисунков.

Выявленные дефекты должны быть устранены рекламодателем в течение 3 сут.

**6.2** Для обеспечения надлежащего эстетического состояния средств наружной рекламы, расположенных вдоль автомобильных дорог, а также повышения качества размещаемой на них наружной рекламы, рекомендуется для ее изготовления использовать виниловые ткани, а для нанесения изображений на материал – жесткие сольвентные чернила. При этом срок размещения баннерной виниловой ткани с рекламой (за исключением социальной рекламы) на средствах наружной рекламы, расположенных вдоль магистральных республиканских автомобильных дорог, не должен превышать 18 мес, а для бумаги с рекламой (за исключением социальной рекламы) – 3 мес. Наружная реклама на средствах наружной рекламы, установленная вдоль других автомобильных дорог, подлежит замене по мере износа материала и потери цветности красок».

(ИУ ТНПА № 7-2010)

## СРЕДСТВА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Общие технические требования и правила размещения

## СРОДКІ ВОНКАВАЙ РЭКЛАМЫ

Агульныя тэхнічныя патрабаванні і правілы размяшчэння

Издание официальное

БЗ 10-2008



Госстандарт  
Минск

**Ключевые слова:** средства наружной рекламы, реклама наружная, правила размещения, безопасность

ОКП РБ 31.50.24.000; 28.75.27.870

---

### **Предисловие**

Цели, основные принципы, положения по государственному регулированию и управлению в области технического нормирования и стандартизации установлены Законом Республики Беларусь «О техническом нормировании и стандартизации».

1 РАЗРАБОТАН рабочей группой в составе представителей научно-производственного республиканского унитарного предприятия «Белорусский государственный институт стандартизации и сертификации» (БелГИСС), Министерства торговли Республики Беларусь, Министерства архитектуры и строительства Республики Беларусь, Департамента «Белавтодор», Управления Государственной автомобильной инспекции МВД Республики Беларусь, ИП «БигБорд» ООО

ВНЕСЕН Министерством торговли

2 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ постановлением Госстандарта Республики Беларусь от 31 октября 2008 г. № 53

3 ВЗАМЕН СТБ 1581-2005

Настоящий стандарт не может быть воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Госстандарта Республики Беларусь

---

Издан на русском языке

---

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СТАНДАРТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

---

**СРЕДСТВА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ****Общие технические требования и правила размещения****СРОДКІ ВОНКАВАЙ РЭКЛАМЫ****Агульныя тэхнічныя патрабаванні і правілы размяшчэння**

Means of outer advertisement

General technical requirements and rules of allocation

---

Дата введения 2009-04-01

**1 Область применения**

Настоящий стандарт распространяется на средства наружной рекламы, размещаемые на территориях населенных пунктов и придорожных полосах автомобильных дорог.

Стандарт устанавливает общие технические требования к средствам наружной рекламы и правилам их размещения, обеспечивающим безопасность населения и участников дорожного движения.

Стандарт распространяется на вновь проектируемые и (или) устанавливаемые средства наружной рекламы.

**2 Нормативные ссылки**

В настоящем стандарте использованы ссылки на следующие технические нормативные правовые акты в области технического нормирования и стандартизации (далее – ТНПА):

ТКП 45-3.03-19-2006 (02250) Автомобильные дороги. Нормы проектирования

СТБ 1140-99 Знаки дорожные. Общие технические условия

СТБ 1389-2003 Сооружения стационарные пассажирские, автомобили, троллейбусы, трамваи.

Основные требования к информационному оформлению

Примечание – При пользовании настоящим стандартом целесообразно проверить действие ТНПА по каталогу, составленному по состоянию на 1 января текущего года, и по соответствующим информационным указателям, опубликованным в текущем году.

Если ссылочные ТНПА заменены (изменены), то при пользовании настоящим стандартом следует руководствоваться замененными (измененными) ТНПА. Если ссылочные ТНПА отменены без замены, то положение, в котором дана ссылка на них, принимается в части, не затрагивающей эту ссылку.

**3 Термины и определения**

В настоящем стандарте применяют следующие термины с соответствующими определениями:

**3.1 автомобильная дорога:** Комплекс инженерных сооружений, предназначенный для движения транспортных средств с установленными скоростями, нагрузками и габаритами [1].

**3.2 улица населенного пункта:** Комплекс инженерных сооружений, расположенных на территории населенного пункта, предназначенных для движения транспортных средств и пешеходов, обслуживания участников дорожного движения, а также для размещения элементов благоустройства и прокладки инженерных сетей [2].

**3.3 населенный пункт:** Территория, въезды на которую и выезды с которой обозначены дорожными знаками «Начало населенного пункта» и «Конец населенного пункта» или дорожными знаками «Начало границы населенного пункта» и «Конец границы населенного пункта» (СТБ 1140).

**3.4 проезжая часть:** Элемент автомобильной дороги (улицы), предназначенный для движения транспортных средств.

**3.5 придорожные полосы (контролируемые зоны):** Земельные участки, прилегающие с обеих сторон к полосе отвода и имеющие особые условия использования [1].

**3.6 обеспечение безопасности дорожного движения:** Комплекс мер, направленных на защиту участников дорожного движения, транспортных средств и перевозимых на них грузов от дорожно-транспортных происшествий и их последствий.

**3.7 остановочный пункт:** Установленное место остановки пассажирских транспортных средств, следующих в регулярном сообщении, для посадки-высадки пассажиров, обозначенное и обустроенное соответствующим образом, в том числе может быть оборудовано павильоном с билетными кассами (СТБ 1389).

**3.8 красные линии:** Условные линии, предусмотренные градостроительной документацией для отделения территорий улиц, дорог и площадей от территорий, предназначенных под застройку или для иного использования [3].

**3.9 линия размещения дорожных знаков, светофоров и осветительных опор:** Условная линия, соединяющая последовательно расположенные вдоль улицы населенного пункта дорожные знаки, светофоры или осветительные опоры.

**3.10 реклама:** Информация об объекте рекламирования, распространяемая в любой форме с помощью любых средств, предназначенная для неопределенного круга лиц (потребителей рекламы), направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и (или) его продвижение на рынке [4].

Примечание – К термину «реклама» относится и термин «социальная реклама».

**3.11 социальная реклама:** Реклама прав, охраняемых законом интересов или обязанностей организаций или граждан, здорового образа жизни, мер по охране здоровья, безопасности населения, социальной защите, профилактике правонарушений, охране окружающей среды, рациональному использованию природных ресурсов, развитию белорусской культуры и искусства, международного культурного сотрудничества, государственных программ в сферах здравоохранения, образования, культуры и спорта либо иных явлений (мероприятий) социального характера, которая направлена на защиту или удовлетворение общественных или государственных интересов, не носит коммерческого характера и рекламоделателями которой являются государственные органы [4].

**3.12 наружная реклама:** Реклама, размещаемая (распространяемая) на внешних сторонах зданий (сооружений) или вне их с использованием технических средств, специально предназначенных и (или) используемых для размещения (распространения) рекламы, за исключением транспортных средств [4].

**3.13 средство наружной рекламы:** Техническое средство, специально предназначенное и (или) используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, за исключением транспортного средства [4].

**3.14 стационарное средство наружной рекламы:** Средство наружной рекламы, имеющее постоянное место размещения.

Примечание – Стационарное средство наружной рекламы подразделяется на отдельно стоящие и размещаемые на зданиях и сооружениях.

**3.15 средства информационного обеспечения участников дорожного движения:** Информационно-указательные дорожные знаки 5.21.1, 5.21.2 по СТБ 1140, предназначенные для информирования участников дорожного движения об их местонахождении, местонахождении объектов и маршрутах движения, с элементами рекламной информации, которая может быть использована для нанесения (воспроизведения) наружной рекламы.

**3.16 разрешение на размещение наружной рекламы:** Утвержденный местным исполнительным и распорядительным органом паспорт наружной рекламы [5].

**3.17 паспорт наружной рекламы:** Документ установленной формы, подлежащий утверждению в установленном порядке [5].

**3.18 орган, осуществляющий согласование:** Республиканский орган государственного управления, местный исполнительный и распорядительный орган, их структурное подразделение, иная организация, уполномоченные законодательством на принятие в пределах их компетенции решения о возможности размещения средства наружной рекламы в определенном месте или размещения (распространения) рекламы на транспортном средстве [5].

**3.19 рекламоделатель:** Организация или гражданин, деятельность или товары которых рекламируются либо которые определили объект рекламирования и (или) содержание рекламы [4].

**3.20 рекламопроизводитель:** Организация или гражданин, осуществляющие производство рекламы путем полного или частичного доведения ее до готовой для размещения (распространения) формы [4].

**3.21 рекламораспространитель:** Организация или гражданин, осуществляющие размещение (распространение) рекламы путем предоставления и (или) использования необходимого имущества (в том числе технических средств радиовещания и телевидения), а также различных каналов связи, эфирного времени и иными способами [4].

**3.22 потребитель рекламы:** Организация или гражданин, до сведения которых доводится реклама [4].

**3.23 створ с дорожными знаками и светофорами:** Участок местности от края проезжей части (бордюрного камня) улицы населенного пункта или бровки земляного полотна (внешней границы обочины) автомобильной дороги до линии размещения дорожных знаков, светофоров и осветительных опор.

## 4 Требования к средствам наружной рекламы

**4.1** Средства наружной рекламы должны удовлетворять требованиям [4], не противоречить нормативным правовым актам Республики Беларусь в части рекламной деятельности и иметь выданное в установленном порядке разрешение на размещение средства наружной рекламы.

**4.2** Средства наружной рекламы не должны:

– находиться в ненадлежащем техническом и эстетическом состоянии, ухудшать архитектурный облик здания (сооружения), застройки территории;

– вызывать ослепление светом участников дорожного движения и других потребителей рекламы;

– ограничивать видимость, мешать восприятию участниками дорожного движения дорожной обстановки или эксплуатации транспортного средства, а также создавать препятствия для движения пешеходов и велосипедистов;

– иметь сходство (по внешнему виду, изображению или звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, ухудшать их видимость, а также создавать впечатление нахождения на дороге транспортного средства, пешехода или какого-либо объекта и снижать уровень безопасности движения;

– создавать шум, превышающий допустимые уровни, установленные в [6].

**4.3** Яркость элементов изображения средств наружной рекламы при внутреннем и внешнем освещении не должна превышать фотометрические характеристики дорожных знаков по СТБ 1140.

**4.4** Средства наружной рекламы следует проектировать, изготавливать и устанавливать с учетом нагрузок и других воздействий, соответствующих требованиям ТКП 45-3.03-19, [6] – [18] и других ТНПА.

На каждое конкретное стационарное средство наружной рекламы, размещаемое на территории населенных пунктов или в придорожной полосе дорог, должна быть разработана проектная документация, устанавливающая требования к конструкции.

**4.5** Сварные соединения средств наружной рекламы должны соответствовать требованиям ТНПА и не иметь внешних или внутренних дефектов (повреждений), негативно влияющих на их безопасность. Сварные соединения должны выполняться квалифицированным персоналом, аттестованным в установленном порядке.

**4.6** Не допускается повреждение зданий и сооружений при креплении к ним средств наружной рекламы, ведущих к снижению их прочности и устойчивости.

**4.7** В средствах наружной рекламы должны использоваться осветительные приборы по ТНПА, обеспечивающие требования электро- и пожаробезопасности. Осветительные приборы, подключаемые к электросети, должны соответствовать [19], а их эксплуатация – [20], [21].

**4.8** При внутреннем или наружном освещении рекламы осветительные приборы должны быть установлены таким образом, чтобы не создавались неудобства для жильцов или работающего персонала зданий.

**4.9** При креплении осветительных приборов должны выдерживаться нормативные значения ветровой, снеговой и вибрационной нагрузок.

**4.10** Конструкция средств наружной рекламы должна обеспечивать (при необходимости) возможность смены размещенных на них изображений.

**4.11** Средство наружной рекламы должно иметь маркировку с указанием наименования рекламораспространителя и его телефона. Маркировка должна размещаться под рекламным полем, если иное не предусмотрено проектной документацией.

## 5 Требование к местам размещения средств наружной рекламы

**5.1** Средства наружной рекламы (за исключением средств наружной рекламы, размещаемых за границами красных линий и на зданиях) не должны размещаться:

– на одной опоре и (или) в створе с дорожными знаками и светофорами;

– на дорожных ограждениях и направляющих устройствах;

## СТБ 1581-2008

- в зонах аварийно-опасных и опасных участков дорог, обозначенных соответствующими дорожными знаками;
- на железнодорожных переездах;
- над проезжей частью и обочинами дорог (за исключением растяжек и средств наружной рекламы на мостах и путепроводах – в населенных пунктах);
- вдоль дорог на расстоянии менее 25 м от остановочных пунктов маршрутных транспортных средств;
- на разделительных полосах.

**5.1.1** Средства наружной рекламы не должны размещаться вдоль автомобильных дорог:

- в пределах международных автомобильных дорог;
- в полосе отвода автомобильных дорог, за исключением мест, где предусмотрена организованная стоянка автотранспорта (площадки отдыха, стоянки);
- в придорожной полосе (контролируемой зоне) автомобильных дорог с расстоянием видимости менее 350 м;
- на расстоянии менее 200 м между средствами наружной рекламы, последовательно расположенными вдоль одной стороны автомобильной дороги;
- на расстоянии ближе 200 м до начала съездов транспортных развязок, мест примыканий или пересечений автомобильных дорог;
- в придорожной полосе (контролируемой зоне) автомобильных дорог на расстоянии от бровки земляного полотна (внешней границы обочины) до ближайшего края рекламной конструкции менее 15 м – для дорог I категории и менее 10 м – для дорог прочих категорий. При этом расстояние по горизонтали от бровки земляного полотна до основания опоры средства наружной рекламы должно быть не менее высоты рекламной конструкции плюс 5 м;
- в пределах транспортных развязок, на искусственных сооружениях (мостах, путепроводах) и под ними.

**5.1.2** Средства наружной рекламы не должны размещаться на улицах населенных пунктов:

- в пределах треугольников видимости «транспорт – транспорт», «транспорт – пешеход» в соответствии с [13] на пешеходных перекрестках и перекрестках, выездах с прилегающих территорий;
- на расстоянии менее 2 м от края проезжей части (бордюрного камня) до ближайшего края средства наружной рекламы;
- на перекрестке с круговым движением (за исключением случаев установки средств наружной рекламы на центральных островках с радиусом не менее 20 м, с высотой опоры до нижнего края рекламного поля не менее 4,5 м, а опора конструкции должна находиться на расстоянии не менее 4 м от края проезжей части).

Допускается размещать отдельностоящие средства наружной рекламы высотой до 2,2 м с площадью рекламного поля до 2,2 м<sup>2</sup> и шириной рекламного поля до 1,6 м на расстоянии не менее 1,5 м от края проезжей части (бордюрного камня) улицы.

Допускается размещать средства наружной рекламы с площадью рекламного поля до 2,2 м<sup>2</sup> на осветительных опорах наружного освещения (других конструкциях) на расстоянии менее 2 м от края проезжей части (в зоне размещения дорожных знаков, светофоров, осветительных опор), при этом расстояние от таких средств наружной рекламы до дорожных знаков и светофоров, размещенных на одной стороне улицы, должно быть не менее 25 м.

**5.2** Средство наружной рекламы не должно закрывать или ограничивать видимость дорожных знаков или светофоров по ходу движения транспортного средства на расстоянии 150 м в населенных пунктах и 350 м вне населенных пунктов.

**5.3** При размещении средств наружной рекламы следует учитывать удобство содержания дорог и искусственных сооружений на них.

**5.4** Запрещается размещение наружной рекламы посредством нанесения либо вкрапления с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т. п. в поверхность дорожного покрытия.

Запрещается размещения средств наружной рекламы на дорожных знаках или ином средстве, предназначенном для регулирования дорожного движения.

**5.5** Средства наружной рекламы должны размещаться с учетом проекта организации движения и расположения технических средств организации дорожного движения.

**5.6** Средства информационного обеспечения участников дорожного движения допускаются размещать в населенных пунктах при условии выполнения следующих требований:

– рекламная информация размещается на отдельной конструкции непосредственно под знаком индивидуального проектирования, при этом ширина щита должна быть равна ширине знака индивидуального проектирования, щит должен быть конструктивно связан со знаком индивидуального проектирования;

– высота конструкции с рекламной информацией не должна превышать  $\frac{1}{3}$  высоты всего средства информационного обеспечения при высоте прописных букв на знаке индивидуального проектирования 150 мм и менее,  $\frac{1}{4}$  – при высоте прописных букв 200 мм и более;

– знаки индивидуального проектирования должны разрабатываться и изготавливаться в соответствии с требованиями СТБ 1140.

**5.7** По согласованию рекламодателей с органами, осуществляющими согласование размещения средств наружной рекламы, допускаются уточнения установленных выше норм размещения, исходя из конкретных технически обоснованных проектов.

## **6 Требования к эксплуатационному состоянию средств наружной рекламы и средств информационного обеспечения участников дорожного движения**

Средства наружной рекламы должны обслуживаться рекламодателем. Не допускается утрата отдельных элементов рекламы или появление на ней посторонних надписей и рисунков.

Выявленные дефекты должны быть устранены рекламодателем в течение 3 сут.



### Библиография

- [1] Закон Республики Беларусь «Об автомобильных дорогах и дорожной деятельности» от 22 июля 2003 г. № 228-3
- [2] Постановление Совета Министров Республики Беларусь «О некоторых вопросах строительства, реконструкции, эксплуатации, содержания и ремонта улиц населенных пунктов» от 3 декабря 2007 г. № 1656
- [3] Закон Республики Беларусь «Об архитектурной, градостроительной и строительной деятельности в Республике Беларусь» от 5 июля 2004 г. № 300-3
- [4] Закон Республики Беларусь «О рекламе» от 10 мая 2007 г. № 225-3
- [5] Постановление Совета Министров Республики Беларусь «О реализации Закона Республики Беларусь «О рекламе» от 12 ноября 2007 г. № 1497
- [6] Санитарные правила и нормы Республики Беларусь СанПиН 2.2.4/2.1.8.10-32-2002 Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территориях жилой застройки
- [7] Строительные нормы и правила СНиП 2.01.07-85 Нагрузки и воздействия
- [8] Строительные нормы Республики Беларусь СНБ 2.02.01-98 Пожарно-техническая классификация зданий, строительных конструкций и материалов
- [9] Строительные нормы Республики Беларусь СНБ 2.02.04-2003 Противопожарная защита населенных пунктов и территорий предприятий
- [10] Строительные нормы и правила СНиП 2.03.06-85 Алюминиевые конструкции
- [11] Строительные нормы и правила СНиП 2.03.11-85 Защита строительных конструкций от коррозии
- [12] Строительные нормы Республики Беларусь СНБ 3.01.04-02 Градостроительство. Планировка и застройка населенных пунктов
- [13] Строительные нормы Республики Беларусь СНБ 3.03.02-97 Улицы и дороги городов, поселков и сельских населенных пунктов
- [14] Строительные нормы Республики Беларусь СНБ 5.01.01-99 Основания и фундаменты зданий и сооружений
- [15] Строительные нормы Республики Беларусь СНБ 5.03.01-2002 Бетонные и железобетонные конструкции
- [16] Строительные нормы Республики Беларусь СНБ 5.05.01-2000 Деревянные конструкции
- [17] Строительные нормы и правила СНиП II-23-81 Нормы проектирования. Стальные конструкции
- [18] Строительные нормы и правила СНиП II.22-81 Нормы проектирования. Каменные и армокаменные конструкции
- [19] Правила устройства электроустановок  
Подтверждены письмом Белэнерго № 31/54 от 2 июня 1999 г.
- [20] Правила технической эксплуатации электроустановок потребителей  
Подтверждены письмом Белэнерго № 09/252 от 27 июля 2004 г.
- [21] Правила техники безопасности при эксплуатации электроустановок потребителей  
Подтверждены письмом Белэнерго № 09/252 от 27 июля 2004 г.

Ответственный за выпуск *В. Л. Гуревич*

---

Сдано в набор 13.11.2008. Подписано в печать 26.11.2008. Формат бумаги 60x84/8. Бумага офсетная.  
Гарнитура Arial. Печать ризографическая. Усл. печ. л. 1,04 Уч.- изд. л. 0,51 Тираж экз. Заказ

---

Издатель и полиграфическое исполнение  
НП РУП «Белорусский государственный институт стандартизации и сертификации» (БелГИСС)  
Лицензия № 02330/0133084 от 30.04.2004.  
220113, г. Минск, ул. Мележа, 3.