



Louise Bill
Tillstånd
08-508 272 17
louise.bill@stockholm.se

Till
Trafik- och renhållningsnämnden
2011-01-18

Förlängning av avtal med JCDecaux Sverige AB

Förslag till beslut

1. Trafik- och renhållningsnämnden ger förvaltningschefen i uppdrag att teckna avtal med JCDecaux rörande modernisering av reklambärare och stadsinformationstavlor i ytterstaden i enlighet med detta tjänsteutlåtande.
2. Trafik- och renhållningsnämnden beslutar för egen del att tillåta en begränsad bildväxling på nämnda stadsinformationstavlor.
3. Trafik- och renhållningsnämnden uppdrar åt kontoret att återkomma med en långsiktig strategi rörande reklam på offentlig plats.
4. Trafik- och renhållningsnämnden uppdrar åt kontoret att återkomma till nämnden med reviderade riktlinjer för reklam på offentlig plats.

Lars Jolérus
Tf. förvaltningschef

Karin Hebel
Tf. avdelningschef

Sammanfattning

Stockholms stad genom gatu- och fastighetsnämnden ingick 1992 ett avtal med JC Decaux rörande reklamfinansierade nyttigheter. Avtalet har ändrats med tiden och det löper fram till den 26 augusti 2012, med möjlighet till förlängning. Trafikkontoret föreslår nu en förlängning av avtalet fram till 2017-12-31, med en utökning av antalet stadsinformationstavlor till främst ytterstaden och möjlighet för staden att ta del av ytterligare nyttigheter.



Trafikkontoret föreslår också att nämnden ger kontoret i uppdrag att revidera riktlinjer för reklam på offentlig plats, samt att återkomma med en långsiktig strategi rörande reklam på offentlig plats.

Bakgrund

Stockholms stad har sedan ett antal år, genom trafik- och renhållningsnämnden och dess föregångare, avtal med reklambolag, till vilka staden upplåter offentlig plats för reklamannonser, och som också samarbetar med Stockholms stad beträffande nyttigheter i det offentliga rummet.

Avtal om stadsinformationstavlor, papperskorgar och toaletter

Det mest omfattande avtalet tecknades med JCDecaux 1992 och löper fram till och med 2012, med möjlighet att förlänga/omförhandla avtalet 2009/2010. Under avtalsperioden har tre tillägg- och ändrings gjorts – Stadens rätt att disponera yta för kommunal information (1995), Utökning av antalet stadsinformationstavlor (1998), samt överenskommelsen om Affischplats Stockholm (2006).

Avtalsvillkoren och avtalstider följer i huvudsak huvudavtalet. Trafikkontoret har under den senaste tiden förhandlat med JCDecaux, för att se om förutsättningar finns för en förlängning av avtalet.

Staden har i dagsläget avtal med JCDecaux om 340-350 stadsinformationstavlor och runda stadsinformationspelare, där staden disponerar en yta på varje objekt. Överenskommelsen för Affischplats Stockholm, där inget exakt antal för friaffischeringsytor är angivet, rymmer idag 13 reklamfria friaffischeringsytor som ägs av staden, samt 52 runda tresidiga pelare och 46 tvåsidiga vitriner, där en sida per objekt är upplåten för friaffischering, som ägs av JCDecaux. JC Decaux står för skötseln av samtliga objekt. Affischplats Stockholm har tillkommit för att tillvarata förenings- och kulturlivets möjligheter till legal affischering.

I avtalet från 1992 förband sig JCDecaux att uppföra och sköta 20 offentliga toaletter, samt att tillhandahålla och sköta 500 papperskorgar åt staden. I dagsläget är toaletterna 19 till antalet, två är ersatta av en handikappanpassad dito. Staden har även möjlighet att utnyttja en sida av stadsinformationstavlor och stadspelarna för kommunal information.

Stadsklockan

Vidare upplåter staden åt Global Agencies AB tio platser för reklamvitriner, kombinerade med en klocka eller en bänk i innerstaden, där bolaget förbinder sig att upplåta ca 20 % av reklamytan till idrotts- och kulturevenemang till ett fastställt pris.

Telefonkiosker som reklambärare

Motsvarande markupplåtelsevillkor som för Global Agencies finns för Telias telefonkiosker, där Clear Channel hanterar reklamytan i telefonkioskerna. Såväl Telias upplåtelser som Global Agencies upplåtelser har föregåtts av beslut i trafik- och renhållningsnämnden respektive gatu- och fastighetsnämnden.

Citytavlan

Trafik- och renhållningsnämnden reglerar i avtal med Citytavlan AB skötsel av huvarna till ca 1000 parkeringsautomater, där såväl kommunal information som reklam förekommer. Avtalet är förlängt, och upphör att gälla 2013-12-31, då huvarna övergår i stadens ägo. Kontoret har för avsikt att avveckla huvarna vid avtalstidens utgång.

Avtal om reklamfinansierade låncyklar

Med Clear Channel har staden ett avtal om ett reklamfinansierat låncykelsystem. Staden upplåter plats för låncykelställ och reklamvitruiner. Avtalet löper ut 2017 och kan därefter inte förlängas.

Kulturtavlorna

Kontoret har också ett avtal med Sarasso AB, rörande kulturtavlor innerstaden, anbringade på belysningsstolpar. Avtalet, tillika polistillståndet gäller, efter förlängning, till 2012-05-04.

Upplåtelser med endast polistillstånd

Förutom ovanstående upplåtelser finns på offentlig mark i innerstaden, ett åttiotal upplåtelser för s k klistrade trekantspelare, vilka enligt beslut i gatu- och fastighetsnämnden 2001 på sikt ska upphöra av estetiska skäl, men också till förmån för reklamytor, där en nyttighet kopplas till reklamen, eller till friaffischeringsytor. En viss demontering har skett, varvid de ersatts med Affischplats Stockholm eller anordningar tillhöriga Stadsklockan. De klistrade trekantspelarna i innerstaden ägs av JCDecaux respektive Clear Channel. Upplåtelseerna för de resterande trekantspelarna löper till den 31 december 2010. Kontoret har inte för avsikt att tillstyrka vidare upplåtelse av dessa, utan i stället, där så är möjligt, följa gatu- och fastighetsnämndens beslut.

I innerstaden finns också ett 40-tal upplåtelser för stortavlor för reklam. I ytterstaden är motsvarande siffra 34 stycken, samt 174 trekantspelare. Dessa upplåtelser är gamla, och står med polistillstånd sedan lång tid tillbaka.



Modernisering av reklam i ytterstaden

JC Decaux har nu för avsikt att demontera sina reklamanordningar i ytterstaden, vilka uppgår till ett hundratal, som hittills utgjorts av klistrad reklam på trekantspelare och stortavlor samt, om staden så tillåter, till del ersätta dessa med stadsinformationstavlor eller stadspelare, på tämligen likartade platser. JCDecaux önskar också att bildväxling ska vara möjlig på de nya stadsinformationstavlor. Samtidigt demonterar JCDecaux reklamanordningar på kvartermark, såväl kommunal som privat. Totalt rör det sig om för staden Stockholm en minskning av reklamyta från 4418 kvadratmeter till 1034 kvadratmeter, även om minskningen på offentlig plats inte är lika stor.

JC Decaux har i samband med detta också erbjudit staden att på dessa tavlor tillhandahålla utrymme för kommunal information, något som idag saknas i ytterstaden. JCDecaux har också erbjudit sig, att utöver de 500 papperskorgar och 19 toaletter på offentlig plats, som bolaget redan handhar skötseln av, utplacera ytterligare 3000 papperskorgar, samt byta ut tre befintliga toaletter mot toaletter tillgängliga för människor med funktionsnedsättning.

Då kontoret inte har för avsikt att föregripa någon myndighetsutövning, finns ingen garanti för JCDecaux att erhålla polistillstånd för dessa upplätelser, ej heller bygglov. Kontoret föreslår en förlängning av avtalet med JCDecaux AB, att gälla fram till och med den 31 december 2017, samt att en begränsad bildväxling på de nya stadsinformationstavlor kan tillåtas. Trafiksäkerhetsaspekter beaktas i sedvanlig ordning.

Riktlinjer för reklam på offentlig plats

I riktlinjer för reklam på offentlig plats, som antogs av gatu- och fastighetsnämnden 1999, och som senast redovisades för nämnden 2010-06-14, slås principer för reklam på offentlig plats fast. Tydligt är att reklam på offentlig plats ska ha en koppling till nyttigheter för stockholmarna.

Utgångspunkten är att löpande reklam på offentlig plats ska vara kopplad till nyttigheter. Det är med denna inriktning kontoret har verkat under de senaste 10-15 åren, i det att polistillstånd inte har tillstyrkts med mindre än att reklamen har kombinerats med nyttigheter, som dessutom gärna ska finnas i anslutning till reklamen.

Reklam i offentlig miljö avhandlas också i stadsbyggnadsnämndens skyltprogram, som antogs 2006, och som aktualiserades i april-maj 2009.

Kontoret ber också om ett uppdrag från nämnden att revidera Riktlinjer för reklam offentlig plats, samt att utarbeta en långsiktig strategi rörande reklam på offentlig plats.

Om nämnden beslutar att förlänga avtalet med JCDecaux, kommer avtalen för såväl reklamfinansierade lånecyklar som stadsinformationstavlor med tillhörande toaletter och papperskorgar att upphöra 2017. Fram till dess vill kontoret utarbeta en långsiktig och hållbar strategi för reklam på offentlig plats, där stockholmarna i så stor utsträckning som möjligt kompenseras för i anspråktagande av den offentliga platsen. Det kan handla om drastiskt höja upplåtelseavgifter, där avgiften fortfarande enligt lag måste betraktas som skälig, eller nyttigheter där de gör bäst nytta. Då all reklam på offentlig plats är bygglovspliktig, bör detta ske i samråd med stadsbyggnadskontoret.

1. Trafik- och renhållningsnämnden ger förvaltningschefen i uppdrag att teckna avtal med JCDecaux rörande modernisering av reklambärare och stadsinformationstavlor i ytterstaden i enlighet med detta tjänsteutlåtande.
2. Trafik- och renhållningsnämnden beslutar för egen del att tillåta en begränsad bildväxling på nämnda stadsinformationstavlor.
3. Trafik- och renhållningsnämnden uppdrar åt kontoret att återkomma med en långsiktig strategi rörande reklam på offentlig plats.
4. Trafik- och renhållningsnämnden uppdrar åt kontoret att återkomma till nämnden med reviderade riktlinjer för reklam på offentlig plats.

SLUT