

Föreskrift om reklam och annonsering invid vägar

TRAFICOM/22492/03.04.03.00/2019

Föreskriftens bakgrund och rättsgrund

Sedan 1.1.2019 har Transport- och kommunikationsverket det bemyndigande att meddela föreskrifter som avses i 52 b § i lagen om trafiksystem och landsvägar (503/2005). För att garantera trafiksäkerheten meddelar Transport- och kommunikationsverket genom denna föreskrift de närmare föreskrifter om de tekniska egenskaperna hos och placeringen av sådana reklamaffischer och annonser som avses i 52 och 52 a §.

I 52 § i lagen om trafiksystem och landsvägar föreskrivs att alla sådana reklamaffischer och annonser avsedda för trafikanter på en landsväg ska utformas och placeras så att de inte äventyrar trafiksäkerheten eller medför olägenhet för väghållningen och så att de så väl som möjligt passar in i omgivningen. Bestämmelsen tillämpas utanför detaljplaneområden, eller inom ett detaljplaneområde på ett trafikområde som avses i 83 § 4 mom. i markanvändnings- och bygglagen (132/1999).

Bedömning av föreskriftens konsekvenser

Konsekvenser för myndigheternas verksamhet

Behandlingen av sådana reklam- och annonseringsärenden som avses i landsvägs-lagen har koncentrerats till NTM-centralen i Birkaland. Ändringarna som framställs i föreskriften kräver vissa ändringar i datasystemen.

Konsekvenser för kundernas, intressentgruppernas och medborgarnas verksamhet

Avsikten med föreskriften är att förtydliga bestämmelserna om placering av reklam och göra det lättare för verksamhetsidkare att avgöra var de kan placera ut reklam.

Konsekvenser för säkerheten

Föreskriften främjar smidigheten och säkerheten i vägnätet. Föreskriften förbättrar också säkerheten för fotgängare och cyklister genom begränsningen att reklam och annonser endast får sättas upp i närheten av en start- eller en övergångspunkt för en gångbana eller en cykelväg.

Föreskriften styr placeringen av reklamaffischer och tillfälliga annonser till sådana platser där de inte äventyrar trafiksäkerheten. I punkterna i föreskriften som gäller placering av reklamaffischer och tillfälliga annonser har man beaktat säkerheten i anslutningar, krocksäkerheten, säkerheten i gång- och cykeltrafiken, platser som kräver särskild uppmärksamhet av föraren och den inverkan som montering och underhåll av reklamanordningen har på trafiksäkerheten.

Konsekvenser för miljön

Föreskriften har inga märkbara direkta miljökonsekvenser.

Konsekvenser för tillgänglighet

Föreskriften har inga märkbara direkta tillgänglighetskonsekvenser.

Beredande av föreskriften

Ett utkast till föreskriften har beretts vid Transport- och kommunikationsverket. Information om beslutet gällande föreskriftsprojektet har delats på Transport- och kommunikationsverkets webbplats och per e-post till de personer som finns på sändlistan för föreskriftsberedningen inom vägtrafiken.

Intressentgrupperna ges möjlighet att kommentera föreskriftsprojektet i takt med att beredningen framskrider samt att ge skriftliga utlåtanden om utkastet till föreskriften under remissförfarandet. En sammanfattning av de inkomna utlåtandena finns i bilagan till motiveringspromemorian.

Detaljerade motiveringar

Definitionerna i punkt 1.2 har utökats med definitioner på trafikordning, anslutningsområde, planskild anslutning och lågtrafikerad anslutning.

I underpunkt 3 definieras trafikordning på grund av den fullständigt omarbetade vägtrafiklagen som träder i kraft 1.6.2020. Med trafikordning avses ett vägmärke eller ett trafikljus. I den gällande vägtrafiklagen (1981/267) avses med trafikordning ett vägmärke, trafikljus eller annan anordning eller vägmarkering för reglering av trafiken. I vägtrafiklagen (729/2018) som träder i kraft 1.6.2020 avses med trafikordning ett trafikljus, ett vägmärke eller en vägmarkering eller någon annan trafikordning. Enligt den nya vägtrafiklagen kommer till exempel också pålar vid sidan av vägen och tillfälliga trafikordningar vid vägbyggen att räknas som trafikordningar i enlighet med vägtrafiklagen. Avsikten med föreskriften är emellertid att begränsa placeringen av reklam i förhållande till vägmärken eller trafikljus.

Fastställandet av anslutningsområdet i underpunkt 4 till minst 200 eller 300 meter betyder att man inte får placera reklam närmare anslutningen än så. Avståndskravet grundar sig på kommunikationsministeriets förordning om frisiktsområden (65/2011), där kraven på fri sikt i anslutningar grundar sig på den dimensionerande hastigheten på en landsväg.

I underpunkt 5 definieras planskilda anslutningar. Enligt föreskriften avses med planskilda anslutningar alla planskilda anslutningar där minst en korsande väg eller rampväg är en landsväg.

Med en lågtrafikerad anslutning, som definieras i underpunkt 6, avses alla sådana anslutningar mellan en landsväg och något annat än en landsväg där årsmedeldygnstrafiken är under 100 ÅMD. Med något annat än en landsväg avses till exempel en gata, en enskild väg eller en enskild anslutning, inklusive anslutningar till fastigheter.

Till punkt 1.3 läggs kravet på att i anmälan om uppsättande av reklam meddela reklamens frekvens på bildväxling och växlingssätt, om det är fråga om en bildväxlande reklamordning.

I punkt 2.1 fastställs placeringen av reklamen.

Förbudet mot att placera reklam i ett anslutningsområde enligt underpunkt 1 gällde redan i den föregående föreskriften. Om årsmedeldygnstrafiken på en anslutande landsväg är under 100 ÅMD, räknas placeringen av reklam som placering i ett anslutningsområde mellan två landsvägar och inte som placering av reklam i en lågtrafikerad anslutning.

I underpunkt 2 fastställs placeringen av reklam i närheten av en planskild anslutning. Det är förbjudet att placera reklam i området mellan en körbana och en rampväg eftersom reklam gör det svårare att uppfatta den omgivande trafiken och

trafikmiljön på ett ur trafiksäkerhetsperspektiv särskilt kritiskt ställe av vägen. Dessutom skulle genomfart till området mellan rampvägen och körbanan förutsätta att man stannar eller parkerar ett fordon invid området på körbanan, rampvägen eller den korsande vägen, eller på deras vägrenar eller så måste körbanan, rampvägen eller den korsande vägen korsas till fots. I regel ligger områdena mellan körbanan och rampvägen ligger inom vägområdet.

Enligt Trafikverkets tidigare föreskrift var det helt förbjudet att sätta upp reklam i anslutningsområden för planskilda anslutningar, om det inte hade beviljats undantagstillstånd. I den här föreskriften har man specificerat platserna där det är förbjudet att sätta upp reklam för att reklamen inte i heller i fortsättningen ska kunna placeras på ställen som äventyrar trafiksäkerheten. På platserna där det är förbjudet att sätta upp reklam har man beaktat reklamens avstånd från en korsande vägs rampanslutning, avståndet i tvärgående riktning från landsvägen och från rampvägen samt avståndet från trafikanordningar. Reklam får heller inte placeras ut i områden innanför planskilda anslutningar.

Underpunkt 2 a: förbudet mot att placera ut reklam på mindre än 200 meters avstånd före den första orienteringstavlan i en planskild anslutning motsvarar kravet i Trafikverkets tidigare föreskrift på ett 200 meters avstånd till den första orienteringstavlan.

Underpunkt 2 b: genom kravet säkerställs att reklamen inte gör det svårt att uppfatta trafikanordningar i planskilda anslutningar med både avfarts- och påfartstrafik.

Underpunkt 2 c: genom kravet säkerställs att reklamen invid rampvägar inte gör det svårt att uppfatta den omgivande trafiken och trafikmiljön.

Underpunkt 2 d: genom kravet säkerställs att det inte sätts upp reklam i rampvägens eller den korsande vägens frisksiktområden för att reklamen inte ska dra till sig förarens uppmärksamhet och därigenom göra det svårt att uppfatta den omgivande trafiken och trafikmiljön.

Underpunkt 2 e och 2 f: genom avståndskravet i vägens tvärgående riktning säkerställs att reklamen inte gör det svårt för föraren att uppfatta den omgivande trafiken och trafikmiljön.

Underpunkterna 3, 4, 5, och 6 har inte ändrats.

I underpunkt 7 förbjuds placering av reklam på en motorväg eller en motortrafikled på ett sådant ställe, där det inte året om finns trafikförbindelse från vägen för att underhålla reklamskylten. Enligt Trafikverkets tidigare föreskrift (LIVI/5152/06.04.01/2018) fick man inte placera reklam längs en riks-, stam- eller regionalväg på så sätt att åtgärderna för att underhålla reklamanordningen skulle utföras från ifrågakorande väg. Ändringen grundar sig på att det inte är tillåtet att parkera längs en motorväg eller en motortrafikled, och att det därför inte är möjligt att på ett säkert sätt sätta upp eller underhålla reklamskyltar där det inte året om finns en trafikförbindelse.

Sådana ställen som avses i underpunkt 8, där arbetet med att sätta upp och underhålla reklam kan medföra fara för övrig trafik är bland annat sådana ställen av vägen som är markerade med förbud mot att parkera eller stanna, eller vägar med smala vägrenar där fordonet inte kan parkera vid vägkanten på ett säkert sätt under tiden som reklamen underhålls.

I underpunkt 9 förbjuds placering av reklam på mindre än 100 meters avstånd från en annan reklam, eftersom reklam som placeras för tätt intill varandra kan äventyra trafiksäkerheten och göra trafikmiljön otydlig.

Genom kravet i underpunkt 10 säkerställs att det inte sätts upp reklam i lågtrafikerade anslutningars frisiktsområden. I den tidigare föreskriften har man inte fredat lågtrafikerade anslutningars frisiktsområden från reklam. Påfarten från en lågtrafikerad anslutning till en landsväg ska vara säker och därför får man inte sätta ut reklam som utgör sikthinder i lågtrafikerade anslutningars frisiktsområden. Placering av reklam invid en lågtrafikerad anslutning på över 20 meters avstånd från en landsvägs mittlinje utgör inte längre något sikthinder på en 100 meters sträcka. Placeringen av reklam i ett anslutningsområde mellan två landsvägar när årsmedeldygnstrafiken på den anslutande landsvägen är under 100 ÅMD, räknas emellertid som placering av reklam i ett anslutningsområde.

I underpunkt 11 fastställs placeringen av reklam i förhållande till en trafikanordning. Enligt Trafikverkets tidigare föreskrift fick man inte placera reklam på mindre än 100 meters avstånd från en trafikanordning. Genom den här föreskriften förbjuds placering av reklam på mindre än 100 meters avstånd från en trafikanordning, om inte avståndskravet 30 meter från en landsväg eller 50 meter från en motorväg eller en motortrafikled i vägens tvärgående riktning uppfylls. Placering av reklamen på tillräckligt långt avstånd i tvärgående riktning i förhållande till vägen gör det inte svårare att uppfatta en trafikanordning och tävlar inte heller om uppmärksamheten med trafikanordningen, eftersom reklamen placeras åtskilt från trafikanordningarna i tvärgående riktning i förhållande till vägen.

I underpunkt 12 specificeras de platser och vägsträckor som kräver särskild uppmärksamhet.

Underpunkterna 12 a, b och c har inte ändrats.

Underpunkt 12 d: till föreskriften läggs kravet på minsta avstånd 300 meter, för att reklamskyltarna inte ska utgöra flyghinder på en reservlandningsplats. I enlighet med inflygningsytans lutning på 4 procent som används inom flygverksamheten får inte hindret som reklamen utgör på 300 meters avstånd ligga på över 12 meters höjd mätt från belägningsytan i änden av reservlandningsplatsen.

Underpunkt 12 e: ändras så att den gäller ett område försett med vägmärke som visar omkörningsförbud för att precisera att det inte automatiskt är förbjudet att placera reklam i områden där en gul spärmlinje visar omkörningsförbud.

Underpunkt 12 f: för att förbättra säkerheten för fotgängare och cyklister ökas minimiavståndet för var man får sätta upp reklam till en plats med en start- eller en övergångspunkt för en gångbana och en cykelbana eller där en landsväg korsar en friluftsled eller ett skidspår angiven med varningsmärken och som är i allmänt bruk.

Underpunkt 12 g: med punkterna där vägens tvärsnitt ändras avses till exempel start- och slutpunkterna för vägar med breda körfält, start- och slutpunkterna för omkörningsavsnitt eller andra betydande punkter där vägens tvärsnitt ändras.

Reklamen får placeras ut om placeringen av reklamen bedömt som helhet uppfyller kraven i 52 § i lagen om trafiksystem och landsvägar. Punkten motsvarar texten i 12 § i den nuvarande föreskriften (LIVI 5152/06/04/01/2018).

Punkterna 2.2 om reklamens utformning, 2.3 om reklamens storlek och 2.3 om be-lyst reklam har inte ändrats.

I underpunkt 7 i punkt 2.5 föreskrivs att självlysande reklam ska släckas om den går helt eller delvis sönder eller om det i övrigt förekommer störningar. Med detta avses till exempel att ljuspunkterna blinkar eller undantagsvis lyser med olika styrkor.

Punkt 2.6 gällande reklam med växlande innehåll har inte ändrats.

Bestämmelserna i punkt 3 gäller endast sådan tillfällig annonsering som avses i 52 a § i lagen om trafiksystem och landsvägar och som hänför sig till mötes-, informations-, nöjes- eller bröllopsevenemang eller andra jämförbara evenemang eller samhällliga, politiska eller andra ideologiska evenemang. Här är det fråga om temporär annonsering av evenemang. Reklam för tjänster eller produkter i anknytning till företagsverksamhet får inte göras i form av en tillfällig annons. Inte heller ett företags tillfälliga kampanjer räknas som tillfällig annonsering. Tillfällig annonsering ska särskiljas från tillfällig information. Tillfälliga informationsmärken är tillfälliga trafikordningar som jämföras med vägmärken.

I punkt 3.1 fastställs den maximala storleken på en tillfällig annons som får placeras i en landsvägs vägområde. En tillfällig annons får vara högst 120 centimeter hög eller bred och ha en maximal storlek på 1 kvadratmeter. Den maximala storleken fastställs för att trygga säkerheten i anslutningar och i vägrensområdet, dock utan att begränsa formen på den tillfälliga annonsen.

En tillfällig annons får inte till formen påminna om vägmärken, för att tillfälliga annonser inte i misstag ska förväxlas med vägmärken. Det kan utgöra en risk om man förväxlar vägmärken och tillfälliga annonser, särskilt när det gäller vägmärken som visar väjningsskyldighet och förkörsrätt.

Punkt 3.2 har inte ändrats.

I punkt 3.3 preciseras var man inte får placera tillfälliga annonser. Placeringen av tillfälliga annonser har separat förbjudits på ringvägarna i huvudstadsregionen, på Tavastehusleden och på Skogsbackavägen där trafikmängderna är mycket stora.

Underpunkterna 3, 4, 5, 6 och 7 har inte ändrats.

Enligt underpunkt 8 får man inte placera en annons på ett bullerskydd eller i området mellan en landsväg och ett bullerskydd. I den tidigare föreskriften tillämpades förbudet bara på placeringen av reklam, men ur trafiksäkerhetsperspektiv är det motiverat att tillämpa förbudet också på tillfälliga annonser.

Underpunkt 9 a: i den tidigare föreskriften tillämpades förbudet bara på placeringen av reklam, men ur trafiksäkerhetsperspektiv är det motiverat att tillämpa förbudet också på tillfälliga annonser.

Underpunkt 9 b: i den tidigare föreskriften tillämpades förbudet bara på placeringen av reklam, men ur trafiksäkerhetsperspektiv är det motiverat att tillämpa förbudet också på tillfälliga annonser.

Underpunkt 9 c: i den tidigare föreskriften tillämpades förbudet bara på placeringen av reklam, men ur trafiksäkerhetsperspektiv är det motiverat att tillämpa förbudet också på tillfälliga annonser.

Underpunkt 9 d har inte ändrats.

Underpunkt 9 e: ändras så att den gäller ett område försett med vägmärke som visar omkörningsförbud för att precisera att det inte automatiskt är förbjudet att placera annonser i områden där en gul spärmlinje visar omkörningsförbud.

Underpunkt 9 f: för att förbättra säkerheten för fotgängare och cyklister läggs det till ett avståndskrav på 100 meter från en plats där det finns en start- eller en övergångspunkt för en gångbana och en cykelbana.

Underpunkt 9 g: med punkterna där vägens tvärsnitt ändras avses till exempel start- och slutpunkterna för vägar med breda körfält, start- och slutpunkterna för breda vägvägar med vägmarkering eller andra betydande punkter där vägens tvärsnitt ändras.

Punkt 4 om reklam för verksamhet som bedrivs i eller i närheten av en byggnad och produkter som säljs där har inte ändrats.

Föreskriftens tidsplan

Föreskriften träder i kraft den 7 november 2019.

Information om föreskriften

Information om att föreskriftsprojektet inletts, om remissförfarandet och utfärdandet av föreskriften har delats på Transport- och kommunikationsverkets webbplats och per e-post till de personer som finns på sändlistan för föreskriftsberedningen inom vägtrafiken samt till andra kontaktpersoner som det finns kännedom om.

Bilagor

Bilaga 1 Sammanfattning av utlåtandena om utkastet till föreskriften om reklam och annonsering invid vägar