



ESPOO
ESBO

YLEISTEN ALUEIDEN ULKOMAINONNAN PERIAATTEET



Päiväys / Laadittu	Päiväys / Hyväksynyt
22.11.2023 / Kaupunkitekniikan keskus	22.11.2023 / Tekninen lautakunta
10.3.2025 / Kaupunkitekniikan keskus	

Sisällys

1. Johdanto	4
Yleistä	4
Nykyinen ulkomainostoiminta	5
2. Lainsäädäntö	7
3. Ulkomainonnan sijoittamisen ohjeistus Espoossa	9
Yleistä	9
Ulkomainoslaitteiden sijoittamisen ohjeet	9
Espoon kaupungin rakennusjärjestys	10
Rajoitusalueet	10
Liikenneturvallisuus	10
Kaupunkitekniikka	10
Maantiet	11
Ulkomainonnan sisältö	11
Vaalimainonta	11
4. Ulkomainoslaitteet	12
Yleistä	12
Laitetyypit	12
Laitteiden ulkoviiri	15
Laitteiden tekniikka	15
5. Sopimukset ja lupamenettelyt	16
Yleistä	16
Lupamenettelyt	17
6. Liitteet	18

1. Johdanto

Yleistä

Espoon kaupungin yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteet on laadittu noudatettavaksi koskien asemakaavassa määritellyille katu-, tori- ja liikenneviheralueille sijoitettavaa ulkomainontaa. Periaatteita pyritään noudattamaan myös muiden Espoon kaupungin alueille sijoitettavien mainoslaitteiden osalta.

Espoon kaupungin yleisillä alueilla on noin 570 ulkomainoslaitetta (80 katumainostaulua, 400 pylvästaulua, 22 kaupunkipyöräjärjestelmän katumainostaulua ja 70 pysäkkikatoksien katumainostaulua). Laitteiden määrä kuitenkin vaihtelee katutilan muutoksissa. Nykyinen ulkomainoslaitteverkosto on muodostunut vuosikymmenien saatossa ja merkittävin osa perustuu ns. kadunkalustesopimukseen Espoon kaupungin ja JCDecaux Finland Oy:n välillä. Mainoslaitteita sijaitsee myös rakennuksissa ja tonteilla. Espoossa on lisäksi joitakin siltoja, joihin voidaan sijoittaa esimerkiksi lyhytaikaista tapahtumamainontaa.

Periaatteiden tarkoitus on ohjata yleisten alueiden ulkomainoslaitteiden sijoittelua, jotta Espoon kaupungille tärkeät kaupunkitilaan liittyvät tavoitteet voivat toteutua. Sijoittelussa onkin keskeistä huomioida kaupunkikuvallisten näkökulmien lisäksi elinvoimaisuus, Espoon kaupungin imago, liikkumisen esteettömyys ja turvallisuus, sekä kaupunkitekniset ratkaisut ja viihtyvyys. Periaatteet eivät koske yksityisille tonteille sijoitettavaa mainontaa.

Periaatteet on tarkoitettu ottaa käyttöön Kaupunkitekniikan keskuksen hallinnoimissa ulkomainossopimuksissa asteittain. Vuonna 2025 mahdollisesti alkavalla yleisten alueiden ulkomainonnan järjestämisen sopimuskaudella sijoitettavien uusien mainoslaitteiden sijoittelu tehdään pääsääntöisesti näiden periaatteiden mukaisesti, mutta tapauskohtaisesti voidaan tehdä vähäisiä poikkeuksia myös uuden verkoston sijoittelussa. Ulkomainoslaitteiden sijoittaminen edellyttää aina tapauskohtaista harkintaa ja eri näkökulmien huomioon ottamista. Periaatteet on siten osaltaan laadittu vähentämään ja helpottamaan kaikkien osapuolten työtä, niin ulkomainostoimijan kuin kadunpitäjän.

Periaatteiden laadinta on perustunut Espoon kaupungin eri palveluiden asiantuntijoiden haastatteluihin, alustaviin markkinavuoropuheluihin ulkomainostoimijoiden kanssa, sekä kansalliseen ulkomainonnan toimintaympäristötarkasteluun. Lisäksi on käyty vuoropuhelua muiden suomalaisten kaupunkien kanssa, jotka ovat kilpailuttaneet tai kilpailuttamassa yleisten alueiden ulkomainontaa lähiaikoina. Periaatteita päivitetään tarvittaessa esimerkiksi lainsäädännön ja ulkomainonnan toimintaympäristön muuttuessa, päivityksestä vastaa Kaupunkitekniikan keskus.

Nykyinen ulkomainostoiminta

Toimintaperiaate

Ulkomainontaa harjoittavat valtaosin siihen erikoistuneet ulkomainosyhtiöt. Erilaiset maa-alueen tai liiketilan omistajat, kuten esimerkiksi kaupunki tai kauppakeskukset, sopivat ulkomainostoimijan kanssa mainoslaitteen sijoittamisesta. Sopimukset ovat usein joko vuokrasopimuksia tai käyttöoikeussopimuksia, joissa sovitaan tietyt kaupalliset ehdot sovittua korvausmallia vastaan. Ulkomainosyhtiö hakee sitten laitteelle lainsäädännön edellyttämän luvan ja tarvittavan sähköliittymän. Ulkomainosyhtiöt suunnittelevat tai suunnitteluttavat käytettävät ulkomainosvälineet, sekä vastaavat laitteiden investoinnista, asennuksesta ja kunnossapidosta.

Aiemmin mainostoimistot suunnittelivat yleensä mainostajille käytettävät mainosjulisteet. Ulkomainosyhtiöt vuokrasivat mainostajille laitteista mainospinnat, painoivat julisteet ja hoitivat julisteiden levityksen. Digitaalisuus ja erityisesti digitaalisen median myynti on muuttanut ja tulee muuttamaan toiminnan logiikkaa merkittävässä määrin. Mainostoimistot ovat edelleen suunnittelemassa sisältöjä, mutta esimerkiksi mainontaa ostavien mediatoimistojen rooli on kasvanut merkittävässä määrin ulkomainostoiminnan kentässä. Digitaalinen ulkomainonta tai sen myytävä mainosaika on ns. kelluvaa ja periaatteessa kenen tahansa hankittavissa. Mainoskampanja voidaan kohdentaa ajallisesti ja sijainnin perusteella halutulla tavalla.

Digitaalisuus muuttaa myös tältä osin merkittävästi mahdollisuutta muodostaa erilaisia kokonaisuuksia ulkomainonnan ostajien (esimerkiksi mediatoimistot) tarpeiden mukaan. Ulkomainostoimijoita kiinnostavia alueita ovat pää- ja kokoojakatujen reunukset, kaupunkikeskustojen alueet, joissa syntyy kävely/pyöräilyliikennettä, mahdolliset joukkoliikennekeskukset sekä suurten kaupan yksikköjen lähialueet.

Digitaalisuus on vaikuttanut myös ulkomainonnan omistus- ja hallintamalleihin. Monin paikoin ulkomainosyhtiöistä on tullut pelkästään myyntiorganisaatio ja itse laitteen on investoinut sekä toteuttanut jokin muu taho. Digitalisuus tuo myös kokonaan uusia vaatimuksia ulkomainostoimijoiden liiketoimintakonsepteille ja osaamiselle.

Ulkomainontaan liitettävät palvelut

Kaupunkien yleisten alueiden ulkomainontaan on liittynyt vahvasti ulkomainospaikkojen vastikkeena saadut palvelut ja erityisesti kadunkalusteet (roskakorit, pysäkkikatokset, vessat, penkit jne.). Tästä syystä usean suomalaisen kaupungin sopimuksia kutsutaankin edelleen ”kadunkalustesopimuksiksi”. Pääkaupunkiseudun joukkoliikennekatosten osalta toimintamalli on edelleen voimissaan eli katokset omistaa ja niiden kunnossapidosta vastaa ulkomainostoimija saaden oikeuden mainostaa katoksien mainostilassa.

Ulkomainonta on liitetty pääkaupunkiseudulla vahvasti myös kaupunkipyöräjärjestelmien rahoitukseen. Kaupunkipyöräjärjestelmään liitetyn ulkomainonnan tulo on mennyt täysimääräisesti palvelun tuottajalle (koskee siis mainosmyynnistä saatavaa tuloa) ja se ei näy palvelun varsinaiselle järjestäjälle. Ulkomainonta on ollut nykyisessä toimintamallissa palvelun kehittämisen ja palvelutason varmistamisen näkökulmasta olennaista.

Muita palveluita, joihin ulkomainonta on liittynyt Suomessa lähivuosina ovat esimerkiksi sähköautojen latauspisteet ja pakettiautomaatit.

Vaikuttavuus

Ulkomainontaa kutsutaan usein viimeiseksi massamediaksi, koska ulkomainonta tavoittaa demokraattisesti kaikki sen vaikutuspiirissä liikkuvat ihmiset ikään ja sukupuoleen katsomatta. Suurien kontaktimäärien vuoksi ulkomainonta on myös kustannustehokasta, kontaktihinnat ovat muihin mainoskanaviin verrattuna hyvin edullisia.

Digitaalinen ulkomainonta näyttäytyy tulevana vuosina erityisen kiinnostavana digitaalisen mainonnan muotona. Se ei kärsi verkkomainonnassa kuluttajaseurantaan käytettävien evästekäytäntöjen muuttumisesta kuten muut digitaalisen mainonnan muodot. Digitaalisen ulkomainonnan kohdentaminen perustuu pääosin ymmärrykseen kohdeyleisöistä tietyssä sijainnissa tiettyyn kellonaikaan, joten eri osapuolten datan käyttö ja yhdistely on jatkossakin mahdollista.

Ulkomainonta on myös hyödynnettävissä julkisena mediana kaikille. Erityisesti digitaaliset ulkomainospinnat tarjoavat tehokkaan kanavan poikkeustilanneviestintään, esimerkkinä koronaviestinnästä onnettomuustilanteiden viestintään. Espoon kaupunki on käyttänyt ulkomainontaa ja nykyisiin sopimuksiin liittyvää oikeuttaan merkittävässä määrin omaan markkinointiinsa ja viestintään (esimerkiksi kulttuuri- ja liikuntapalvelut).

Ulkomainonta tuottaa merkittävää hyötyä yhteiskunnalle, kuten kaupungeille, julkisen sektorin toimijoille ja liike-elämälle. Ulkomainosyhtiöiden liikevaihdosta palautuu lähes 50 % takaisin yhteiskunnalle, lisäksi yleisten alueiden ulkomainonta tuo yleensä merkittäviä mainostuloja sekä mahdollistaa erilaisia julkisia palveluja.

Ulkomainonta edistää vaikutusalueensa taloudellista vireyttä ja vetovoimaa. Lisäksi ulkomainonta työllistää paikallisesti ja tuottaa verotuloja vaikutusalueellaan, toisin kuin esimerkiksi internetin hakusanamainonta.

2. Lainsäädäntö

Kansallisesti ulkomainontaa ja sen sijoittelua ohjaavat Järjestyslaki, Tieliikennelaki, Maankäyttö- ja rakennuslaki sekä Maantielaki, joka ohjaa maanteiden varsille sijoitettavaa ja tienkäyttäjille suunnattua mainontaa.

Mainonnan sisältöä ohjaavat Tupakkalaki (549/2016), joka kieltää tupakkatuotteiden markkinoinnin ja Alkoholilaki (1102/2017), joka rajoittaa alkoholin markkinointia.

Järjestyslaki 621/2003

Mainostaminen ja kuulutukset 6 §

Yleistä järjestystä tai turvallisuutta vaarantavan häikäisevän tai harhauttavan valon taikka liikenteenohjauslaitetta muistuttavan tai muuten turvallisuutta vaarantavan mainoksen käyttäminen on kielletty.

Tieliikennelaki 729/2018

Häiritsevän tai luvattoman laitteen asettaminen tielle 73 §

Tielle tai sen välittömään läheisyyteen ei saa asettaa kilpeä, merkintää tai laitetta, joka voidaan sekoittaa liikenteenohjauslaitteeseen tai joka voi heikentää sen näkyvyyttä tai tehokkuutta, häikäistä tienkäyttäjiä tai häiritä heidän tarkkaavaisuuttaan.

Valtioneuvoston asetus liikenteenohjauslaitteiden käytöstä 379/2020

Liikenteenohjauslaitteen käyttäminen ja sijoittaminen 73 §

Liikenteenohjauslaitteeseen tai sen kannattajaan ei saa kiinnittää mitään, mikä ei vastaa laitteen tarkoitusta tai mikä vaikeuttaa liikenteenohjausta.

Rakentamislaki 751/2023

Rakentamislupa 42 §

Uuden rakennuskohteen rakentaminen edellyttää rakentamislupaa, jos kohde on:

...

6) vähintään 2 neliömetrin suuruinen valaistu mainoslaite.

...

Uuden rakennuskohteen rakentaminen edellyttää rakentamislupaa myös, jos rakentamisella on vähäistä merkittävämpää vaikutusta alueiden käyttöön, kaupunkikuvaan, maisemaan, kulttuuriperintöön tai ympäristönäkökohtiin, rakentaminen edellyttää viranomaisvalvontaa olennaisten teknisten vaatimusten toteutumisen varmistamiseksi tai rakennusvalvonnan on tarpeen valvoa rakennuskohteen rakentamista yleisen edun kannalta. Rakentamislupa ei kuitenkaan ole tarpeen, jos toimenpide perustuu alueidenkäyttölain mukaiseen katusuunnitelmaan, liikennejärjestelmästä ja maanteistä annetun lain mukaiseen hyväksytyyn tiesuunnitelmaan tai ratalain mukaiseen hyväksytyyn ratasuunnitelmaan. Kunta voi rakennusjärjestyksessä kuitenkin määrätä, että rakentamislupaa ei kunnassa tai sen osassa tarvita tässä momentissa tarkoitettuun rakentamishankkeeseen, jos rakentamishanketta voidaan pitää vähäisenä.

Määräys tienvarsimainonnasta ja -ilmoittelusta (ei koske katualueita)

Liikenne- ja viestintävirasto Traficomın määräyksessä (TRAFICOM/22492/03.04.03.00/2019) on annettu liikennejärjestelmästä ja maanteistä annetun lain (503/2005) 52 §:ssä tarkoitetut tarkemmat määräykset lain 52 §:ssä ja 52 a §:ssä tarkoitettujen mainosten ja ilmoitusten teknisistä ominaisuuksista ja sijoittamisesta sekä 52 §:ssä tarkoitetun elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskukselle tehtävän ilmoituksen sisällöstä ja ilmoitusmenettelystä.

3. Ulkomainonnan sijoittamisen ohjeistus Espoossa

Yleistä

Espoon yleisten alueiden nykyiset ja osin poistuneet ulkomainossijainnit ovat muodostuneet vuosikymmenien kuluessa. Sijainnit ovat perustuneet ulkomainostoimijoiden ja viranomaisten yhteiseen suunnitteluun ja muodostavat siten pääosiltaan edelleen toimivan verkoston. Jatkossa verkoston määrittämisen yhteydessä tulee kuitenkin ottaa huomioon erityisesti seuraavaa:

- Laitteet sijoitetaan lähtökohtaisesti kohtisuoraan liikennevirtaa.
- Laitteet ovat digitaalisia lukuun ottamatta pylvästauluja.
- Laitteiden määrää on tarvetta kasvattaa nykyisestä, kuitenkin siten, että verkoston koko on enintään 200 laitetta.

Ulkomainoslaitteiden sijoittamisen ohjeet

Yleisten alueiden ulkomainoslaitteet sijoitetaan kaupallisiin ympäristöihin, muun muassa keskusta-alueille, liike- ja myymäläkeskuksiin ja niiden välittömään läheisyyteen sekä toimisto-, teollisuus- ja varastoalueille.

Ulkomainoslaitteita sijoitetaan katualueille ja aukiotiloihin, sekä tapauskohtaisesti liikenneviheralueille. Puistoalueille sijoittaminen ei ole sallittua. Yleisten alueiden ulkomainoslaitteita ei sijoiteta maanteiden varsille.

Ulkomainoslaitteiden sijoittelussa on tarkasteltava erityisesti liikenne- ja pelastusturvallisuuden sekä kaupunkikuvan mukaiset vaatimukset.

Kussakin sijoituspaikassa on huomioitava, että ulkomainoslaitteet eivät muodosta estettä julkisen kaupunkitilan käytölle tai liikkumiselle.

Ulkomainoslaitteet sijoitetaan katutiloihin sijoitusohjeiden mukaan siten, että ne muodostavat sopusuhtaisen ja suunnitellun kokonaisuuden.

Ulkomainoslaitteiden keskinäisen etäisyyden toisistaan tulee olla vähintään 20 metriä. Tästä on kuitenkin mahdollista poiketa, mikäli syntyvä mainoskokonaisuus on kaupunkikuvallisesti ja toiminnallisesti perusteltu ja yksittäistä laitetta parempi.

Ulkomainoslaitteen sijoittamisessa huomioidaan tarvittavat suojaetäisyydet kadun rakenteista ja katukasvillisuudesta sekä näkövammaisten liikkumista ohjaavista materiaaleista.

Mainoksen valaistus ei saa olla merkittävästi voimakkaampi kuin ympäristön valaistus, eikä mainoksen valaistus saa aiheuttaa estohäikäisyä.

Mainosnäytön valon voimakkuutta tulee voida säätää ja sen tulee säätyä automaattisesti luonnonvalon mukaan. Mainoslaitteen pintakirkkaudelle annettuja raja-arvoja tulee noudattaa.

Vanhan ja uuden mainoksen vaihtuminen ei saa tapahtua äkkinäisesti vaan pehmeästi.

Liikkuva ja animoitu kuva on sallittu.

Ulkomainoslaitteet tulee kiinnittää tukevasti perustukseen ja asennuksessa on huomioitava maan routiminen. Laitteet sovitetaan maan pinnan korkeuksiin ja ympäristö pinnoitteineen tulee viimeistellä.

Ulkomainoslaitteet pidetään kunnossa ja siisteinä. Rikkinäiset on joko korjattava tai poistettava välittömästi.

Ulkomainoslaitteisiin ei tule liittää ääntä tai muuta tehostetta, kuten esimerkiksi hajua.

Mainoslaitteen sammuttamisen tulee olla mahdollista, esimerkiksi yöajaksi.

Espoon kaupungin rakennusjärjestys

Espoon kaupunki on ryhtynyt uudistamaan rakennusjärjestystä. Uudistamisen tavoitteena on rakennusjärjestyksen ajantasaistaminen 1.1.2025 voimaantulevan rakentamislain (RAKL) mukaiseksi. Tavoitteena on saada uusi rakennusjärjestys voimaan vuoden 2025 aikana. Toistaiseksi noudatetaan rakennusjärjestystä 2012 ja yleisten alueiden ulkomainonnan järjestämisen sopimusta tarkastellaan tarpeen mukaan rakennusjärjestyksen muuttuessa.

Rajoitusalueet

Yleisten alueiden ulkomainoslaitteita ei saa sijoittaa seuraaville alueille tai kohteisiin:

- Valtakunnallisesti arvokkaat rakennetut kulttuuriympäristöt (RKY) ja kansallismaisemat.
- Kulttuurihistoriallisesti ja kaupunkikuvallisesti arvokkaat kaupunkitilat ja puistot niitä rajaavine katuineen.
- Asemakaavalla suojellut, kaupunkikuvallisesti arvokkaat sommitelmat, katujen päätteet tai katutilat.
- Kaupunkikuvallisesti, historiallisesti tai rakennustaiteellisesti arvokkaiden suojelurakennusten edustat
- Kirkkojen ympäristöt.
- Hautausmaat ympäristöineen.
- Julkisten taideteosten ympäristöt.
- Ranta-alueet.
- Avoimiin maisematiloihin.
- Viheralueet, istutettaviksi määrätyt alueet tai luonnonmaisemat.
- Sillat (pois lukien erikseen määrittelyt tilapäiset siltabanderollisijainnit).
- Asuntoalueet - erityisesti pientaloalueet.
- Suoraan asuin- tai liikerakennuksen sisäänkäynnin eteen tai asuinhuoneistojen ikkunoiden eteen tai muutoinkaan niin, että ne aiheuttavat häiriötä tai häikäisyä.
- Maisemakuvallisesti, kulttuurihistoriallisesti ja kaupunkikuvallisesti arvokkaisiin kaupunkitiloihin tai niitä rajaaviin katutiloihin.
- Pelastustiet ja nostopaikat.
- Huoltoliikenteen yhteyksille.
- Risteysalueille, missä ne voivat estää näkemiä tai muutoin haitata liikenneturvallisuutta.
- Pysähtymismatkalle ennen suojatietä, missä autoilijan huomion tulee kiinnittyä suojatien käyttäjiin tai siten, että mainoslaite peittää tai häiritsee liikenteen ohjauslaitteen havaittavuutta.

Liikenneturvallisuus

Liikenneturvallisuuden osalta noudatetaan soveltuvin osin Helsingin kaupungin ohjetta: Ulkomainoslaitteiden sijoittaminen Helsingissä, Liikenneturvallisuusnäkökohdat, 2023 (Liite 1).

Kaupunkitekniikka

Kaupunkitekniikan näkökulmasta tarvittavat etäisyydet näkyviin, kaupunkitilan maanpäällisiin rakenteisiin (esimerkiksi liikenteenohjauslaitteet ja katupuut) tulevat pääosiltaan huomioiduiksi noudattamalla edellä mainittua liikenneturvallisuuden ohjeistusta.

Käytäntö on osoittanut kadun poikkileikkauksen vähimmäismittojen riittävän myös lumitiloihin. Espoossa tulee kuitenkin tapauskohtaisesti tarkastella erityisesti pää- ja kokoojakatujen lumitiloja.

Lisäksi tulee tapauskohtaisesti selvittää seuraavat seikat:

- Erikoiskuljetusreitit.
- Sallittavat etäisyydet olemassa olevaan maanalaisiin rakenteisiin, laitteisiin ja johtoihin.
- Tarvittavan huoltoliikenteen mahdollistaminen laitteelle, ottaen huomioon alueen muu alueen (huolto)liikenne.

Maantiet

Yleisten alueiden ulkomainoslaitteita ei voi sijoittaa Espoon kaupungin alueella maanteiden varsille siten, että mainosisältö on suunnattu maanteiden käyttäjille.

Ulkomainonnan sisältö

Espoon kaupunki ei rajoita ulkomainonnan sisältöjä. Mainonnan sisällön tulee kuitenkin noudattaa kansallista, mainontaa koskevaa lainsäädäntöä sekä mainonnan eettisiä ohjeita.

Vaalimainonta

Vaalimainonnan osalta noudatetaan Espoon kaupungin voimassa olevaa ohjetta.

4. Ulkomainoslaitteet

Yleistä

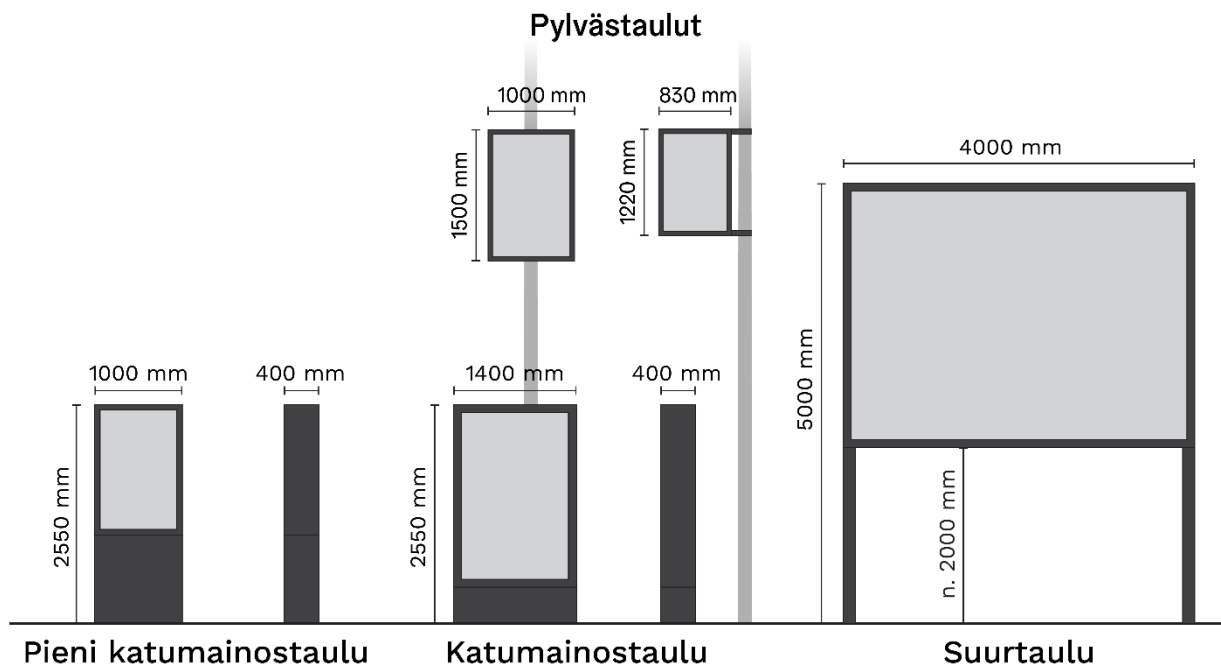
Viimeisen 15 vuoden aikana mainoslaitteiden muoto tai koko eivät ole muuttuneet merkittävässä määrin Espoossa tai muualla maailmalla. LED / LCD-teknologia sen sijaan on vallannut alaa ja ulkomainostoimijat uskoivat jo 2017–2018 Espoon aiempien ulkomainonnan periaatteiden laadinnan yhteydessä, että digitalisaatio on merkittävin trendi ulkomainonnassa. Vuonna 2008 Helsinkiin asennettiin ensimmäiset digitaaliset jalankulkuopastaulut, mutta nyt LCD-näyttöjä on kaupungissa jo satoja. Espoon kaupunkipyöräjärjestelmän katumainostaulut (vuodesta 2018) ovat kaikki toteutettu LCD-teknologialla.

Myös suurtauluja on digitalisoitu Suomessa laajalti LED-versioiksi ja molempien teknologioiden kehitys on vauhdikasta mahdollistaen samalla edullisempia ja sirompia laitteita sekä tehokasta median tuotantoa, että monikanavaisuutta. Samalla todettakoon, että vuonna 2008 Suomen maanteiden varsilla ei ollut juurikaan digitaalisia suurtauluja, nyt niitä toteuttaa useampi taho ja uudet laitteet ovatkin pääosin toteutettu LED-teknologialla.

Tulevaisuudessa LED-teknologia kehittynee tarkkuudeltaan nykyisiä LCD-laitteita vastaavaksi. Kehitys mahdollistaa entistä edullisemmat, energiatehokkaat ja ympäristöystävällisemmät laitteet. Myös laitteiden runkomitat tullevat pienenemään. Lisäksi on odotettavissa teknologian kehittymistä näyttöpintojen muokattavuuden osalta (esimerkiksi kuperat pinnat).

Laitetyypit

Espoon kaupungin yleisillä alueilla käytetään jatkossa lähtökohtaisesti kolmea eri laitetyyppiä; katumainostaulua, suurtaulua ja pylvästaulua. Myös nykyiset teollisuusalueiden infopylonit ja väliaikaiset siltabanderollipaikat sallitaan, muita laitetyppejä arvioidaan tulevalla sopimuskaudella. Aiemmin käytössä olleista pyöreistä mainospilareista luovutaan niiden vähäisen kaupallisen merkittävyyden ja kaupunkikuvan selkeyttämisen vuoksi.



Kuva 1. Espoon yleisten alueiden ohjeelliset mainoslaitetyypit ja niiden esimerkkimitat.

Katumainostaulut

Katumainostaulua voidaan käyttää erityisesti kaupunkikeskustoissa, kaupallisissa keskustoissa ja liikekaduilla sekä kerrostalovaltaisten asuntoalueiden pääkaduilla.



Kuva 2. LCD-katumainostauluja (Tukholma).

Suurtaulut

Suurtauluja on mahdollista sijoittaa pääkatujen sekä liike-, toimisto- ja teollisuusalueiden katujen varsille. Suurtaulu voidaan sijoittaa myös pystyasentoon.



Kuva 3. LED-suurtaulu (Tampere).

Pylvästaulu

Katuvalaisinpylväisiin kiinnitettäviä pylvästauluja voidaan sijoittaa kaikille katualueille, paitsi pientalovaltaisten asuinalueiden kaduille. Pylvästauluja voidaan sijoittaa sarjoissa tai yksittäisinä laitteina.



Kuva 4. Pylvästaulu (Espoo).

Laitteiden ulkiväri

Laitteiden näkyvien osien väri on jatkossa grafiitin harmaa, RAL 7024.

Laitteiden tekniikka

Laitteiden tulee olla sähköalan turvallisuusstandardien mukaisia ja täyttää sähköturvallisuuden vaatimukset.

Laite tulee sovitaa olevaan pintarakenteeseen. Laitteiden perustamis- ja kiinnitystavan tulee perustua päteven rakennesuunnittelijan laskelmiin ja sijoituskohtaan vallitseviin olosuhteisiin.

Laitteiden tietoliikenneyhteys toteutetaan lähtökohtaisesti mobiiliteknologialla.

Katuminoslaitteiden tulee varustettuja LCD-näytöin. Tulevaisuudessa, teknologian kehittyessä, voidaan sallia myös LED-näytöt.

Suurkokolaitteiden tulee olla varustettuja LED-näytöin.

Katuminostaulujen (LCD) resoluution tulee olla vähintään FULL-HD.

Suurtaulujen (LED) resoluution tulee olla vähintään P6.

Mainoslaitteen kirkkauden tulee olla sovitettu ympäristön valaistusolosuhteisiin, huomioiden luonnonvalo vuodenaikojen ja vuorokauden aikojen mukaan ja keinovalon määrä (esim. katuvalaisimet).

Mainosnäytön mahdollisesti näkyessä asuntoihin esimerkiksi kaukomaisemassa, on himmennyksellä, kontrastien ja kuvan vaihtumisen hallinnalla (ei kuvan vilkkumista), mainosten valkoisen tai vaaleiden sävyjen pinta-alan rajoittamisella tai muilla keinoin huolehdittava, ettei näyttö aiheuta kohtuutonta häiriötä tai haittaa asukkaille. Ratkaisu tulee esittää toimenpidelupaa haettaessa.

Mikäli mainosnäytöstä aiheutuu merkittävää häiriötä tai häikäisyä, eikä ongelmaa pystytä poistamaan säädöillä tms., tulee se viimekädessä poistaa käytöstä pimeään aikaan.

Mainosnäyttöjen on oltava ulkotilan valoisuuden mukaan automaattisesti säätäviä. Näytön on himmennettävä automaattisesti luonnonvalon mukaan. Valoisuutta on kuitenkin pystyttävä säätämään myös manuaalisesti.

Mainosnäyttöjen on pimeään aikaan noudatettava seuraavia valoisuuden raja-arvoja:

- Pienet katutasossa olevat näytöt 200 cd/m^2 ($\leq 3 \text{ m}^2$).
- Isot näytöt 175 cd/m^2 .
- Suurmainospinnat 150 cd/m^2 ($> 20 \text{ m}^2$).
- Valoisana aikana ja kirkkaalla säällä kaikkia näyttöjä koskeva valoisuuden raja-arvo on $10\,000 \text{ cd/m}^2$.
- Luminanssi mitataan pistemittauksena valkoisesta mainospinnasta.

Laitteet kuitenkin sammutetaan yöajaksi klo 02–06.

Vähemmän valaistuille alueille sijoitettaessa tulee valoisuus olla alhaisempi ja sovitettavissa ympäristön olosuhteisiin siten, ettei näytöstä aiheudu kohtuutonta haittaa tai häiriötä.

5. Sopimukset ja lupamenettelyt

Yleistä

Kaupungilla on periaatteiden julkaisun hetkellä voimassa seuraavat yleisten alueiden ulkomainontaan liittyvät sopimukset:

- Linja-autopysäkkien katosten ylläpitosopimukset Clear Channel Suomi Oy:n ja JCDecaux Finland Oy:n kanssa vuoden 2037 loppuun saakka (mainosten sijoittaminen katosten yhteyteen sallittu).
- Kaupunkipyöräjärjestelmän sopimus Kaupunkipyörä Suomi Oy:n kanssa vuoden 2025 loppuun saakka.
- Pylvästaulujen sijoittamissopimus Atlas Media Oy:n kanssa.

Tulevassa yleisten alueiden ulkomainonnan järjestämisen kilpailutuksessa ja sopimuksessa tulee ottaa huomioon seuraavat näkökulmat:

- Yleisten alueiden ulkomainonta tukee kaupungin ja sen toimijoiden omaleimaisuutta sekä elinvoimaisuutta.
- Yleisten alueiden ulkomainonta tukee kaupunkitilan viihtyisyyttä ja turvallisuutta.
- Sopimusmallina käytetään käyttöoikeusopimusta.
- Kaupungin saama rahallinen tai palveluhyöty kasvaa merkittävästi nykytilanteesta, samalla halliten mahdolliset sopimusriskit.
- Kaupungilla on useita eri toimijoita yleisten alueiden ulkomainonnan sopimuskumppaneina.
- Noin 100 ulkomainoslaitteen verkostorunko on määritetty pääosiltaan jo tarjouspyyntövaiheessa. Lopullinen verkoston laitemäärä on enintään 200.
- Katumainostaulut ja suurtaulut ovat jatkossa vain digitaalisia, pylvästaulut ovat jatkossakin printtiä.
- Kaupungin viestinnän käyttöön varataan sopimusehdoissa jatkossa 10 % ulkomainonnan media-ajasta (esimerkiksi palveluiden ja tapahtumien markkinointi, asukasosallisuuden vahvistaminen tai kriisitilanneviestintä). Lisäksi tarkastellaan yleishyödyllisten toimijoiden mahdollisuuksia saada mediatilaa tulevien sopimuksien puitteissa.
- Innovatiivisten ulkomainoslaiteratkaisujen ja palveluiden mahdollistaminen.

Palveluiden mahdollisesta liittamisestä yleisten alueiden ulkomainonnan kilpailutukseen päätetään hankinnan varsinaisten markkinavuoropuhelujen jälkeen. Päätöksen tekee Kaupunkitekniikan keskuksen johtaja.

Lupamenettelyt

Sijoittamisen luvat

Periaatteiden laadinnan yhteydessä on määritetty Espoon kaupungin yleisten alueiden noin 100 sijainnin ulkomainoslaitteverkoston runko. Laiteverkosto on ohjeellinen, ottaen huomioon mahdolliset muutokset yleisillä alueilla ja niiden käytössä.

Verkoston muutoksiin liittyen alueiden käytön hallinta pyytää lausunnot rakennusvalvonnasta ja kaupunkitekniikan keskukselta.

Mallihyväksyntä

Kaupunkitilassa toistuva mainoslaiteratkaisu vaatii mallihyväksynnän, jossa rakennusvalvonta hyväksyy muun muassa käytettävän laitteen ulkoasuun, viimeistelyyn ja mittoihin liittyvät yksityiskohdat. Mallihyväksyntä haetaan laitteelle, jota ei ole sidottu tiettyyn rakennuspaikkaan. Espoon kaupungin sopimuskumppani voi sijoittaa mallihyväksytyjä mainoslaitteita sovittuihin sijainteihin, jotka täyttävät näiden periaatteiden mukaiset sijoittelun vaatimukset ja saavat sijoitusluvan tai rakentamisluvan.

Digitaaliset katumainostaulut <2 m²

Mahdollisissa yleisten alueiden mainoslaitteverkoston muutos- ja lisäystilanteissa alle 2 m² mainoslaitteet edellyttävät sijoitusluvan, jonka myöntää Kaupunkitekniikan keskuksen alueiden käytön hallinta.

Digitaaliset suurtaulut > 2 m²

Suurtaulujen (> 2 m²) sijoittaminen edellyttää rakentamisluvan, jota haetaan Espoon rakennusvalvontakeskuksesta.

Muut luvat

Sähköliittymät

Ulkomainoslaitteiden LCD- ja LED-teknologiat edellyttävät erillisiä sähköliittymiä, joiden suunnittelu, rakentaminen ja sopimusmenettelyt ovat ulkomainostoimijan vastuulla.

Sähkökaapelit tarvitsevat kaupungin **sijoitussopimuksen**, kun kaapelin pituus jakokaapilta mainoslaitteelle on enemmän kuin 20 metriä.

Ilmoitus yleisillä alueilla tehtävistä töistä

Mainoslaitteiden, sekä niiden johtojen ja kaapeleiden rakentamisen, asennuksen, liikennettä haittaavan huollon ja korjaamisen tai laitteen poistamisen edellyttämästä työstä tehdään ilmoitus yleisillä alueilla tehtävistä töistä (Laki kadun ja eräiden yleisten alueiden kunnossa- ja puhtaanapidosta 669/1978). Ns. Kaivulupaa voidaan hakea vasta hyväksytyin sijoitusluvan jälkeen.

Kunnossapito

Laitteiden kunnossapidosta (hoito, korjaus ja käyttö) ja lähialueen hoidosta vastaa ulkomainostoimija. Asiasta sovitaan tarkemmin toimijakohtaisissa sopimusehdoissa.

6. Liitteet

Liite 1. Ulkomainoslaitteiden sijoittaminen Helsingissä, Helsingin kaupunki 2022.

