

SLs anvisningar för reklam och evenemang i trafiken

– samt regler för speciell utformning av reklam på stationer, hållplatser, evenemangsplatser, fordon samt nya reklamytor

Bakgrund

Detta dokument innehåller anvisningar för Trafikförvaltningen (TF), reklamreprentören samt trafikentreprenören avseende reklam-och marknadsaktiviteter inom SL-trafiken.

Reklam är en del av trafikmiljön och tillför SL extra intäkter som bidrar till finansieringen av kollektivtrafiken. Reklamintäkterna bidrar till att uppfylla strategiska plattformens mål om ökning av de ”övriga intäkterna”.

Generella Riktlinjer

Reklam ska följa gällande bestämmelserna i lagar, författningar och de grundregler för reklam som fastställts av Internationella handelskammaren (ICC International Code of Advertising Practice) samt TF:s krav.

Följande reklam får inte förekomma på SL:s ytor:

- Tobaksreklam
- Alkoholreklam
- Reklam som kan uppfattas som stötande eller sedlighetssårande eller sårande mot folkgrupp
- Reklam som riktar sig till barn
- Reklam som använder, eller associerar till, Upplåtarens varumärke/kännetecken samt reklam som kan anses strida mot,

motverka eller ge negativa associationer till Upplåtarens verksamhet eller intressen.

- Reklam som kan anses strida mot god marknadsföringssed.

Vid etablering av nya reklamplatser eller eventytor ska helhetsintrycket av en station, fordon etc. tas under särskilt övervägande.

”Station Domination” innebär vanligtvis en kombination av befintliga reklambärare och tillfällig foliering av TF godkända ytor i kundmiljö. Nedan stationer har i dagsläget möjlighet att erbjuda Station Domination;

- Östermalmstorg
- Hötorget
- T-Centralen (Sergels Torg)
- Slussen
- Gullmarsplan
- St Eriksplan
- Skanstull
- Fridhemsplan
- Östra Station
- Stockholm City
- Stockholm Odenplan

Önskemål om ytterligare stationer, fastigheter och fordon kan behandlas i samråd med TF.

Kundmiljö

- Skyltar som tillhör SL eller hyresgäst, informationstavlor, tillgänglighetsanpassningar, konst samt ytor som disponeras av SLs hyresgäster får inte täckas eller skymmas.
- Reklam får ej täcka över eller skymma konstverk eller stå i sådan närhet av konstverk att upplevelsen av detta försämras. Särskild hänsyn och särskilt godkännande måste tas för stationer där stationsrummet i sin helhet räknas som en del av konstverket.
- Glasytor och fönster på stationer/hållplatser/fordon får till del täckas av folie med viss transparens.

- Foliering får endast ske med godkända material. Godkända material ska användas ur städ-, miljö- brand- samt röksynpunkt, se senast gällande Brandsäkerhetsbestämmelser samt riktlinjer för Miljö.
- Material får inte blockera gång- eller utrymningsvägar eller medföra hinder för resenärer.
- Reklamen får inte förväxlas med SL:s information eller uppfattas som om det är SL som är avsändare.
- Rulltrapporna - Folie får endast appliceras på lutande balustradyta utanför handledarna samt på lodrät vägg utanför rulltrappans balustrad. Folie på den lutande balustradytan ska ha ett avbrott på 1 meter på vardera sidan om nödstopp eller annan säkerhetsinstallation /information.
- Foliering av väderskydd är inte godkänt.
- Dekaler och foliering på golv, trappsteg och rulltrappsteg tillåts inte.
- Kontrastmarkeringar/ledstråk får inte täckas.
- Efter genomförd foliering ska inga limrester eller liknande material finnas kvar på stationer/hållplatser/fordon.
- Hiss – delar av hiss kan eventuellt folieras t.ex. övre delar av hisschakt, dock aldrig glasade delar som kan skymma insyn till hisskorg.

Fordon

- Det som gäller för kundmiljö ovan gäller även för fordon.
- På fordon får inte nödutgångar, lyftdekaler, reflexmarkeringar eller annan nödutrustning döljas.
- Det ska tydligt framgå i fronten av fordon att det är SL som är avsändare, SL:s logotype och övriga fordonsdekaler får inte döljas.
- Vid foliering av fordon måste det vara tydlig kontrast mellan dörrarna och resten av fordon på utsidan och utsidan. Det är även viktigt att

folieringen på inre väggar kontrasterar mot golv, sittplatser och ledstänger. Folieringen måste kontrasteras med 0,4 NCS.

- Folieringen får inte skymma förarens sikt (vare sig framåt, bakåt eller åt sidorna).
- Följande spårfordon kan folieras: CX och C20 Tunnelbanan, A32 Tvärbanan, Nockebybanan, A34 och A35B Spårväg City, A35 Tvärbanan, A36 Lidingöbanan, C10/C11 Saltsjöbanan och X60 pendeltåg. Önskemål om ytterligare fordon kan behandlas i samråd med TF.

Antalet fordon per fordonstyp som kan folieras tas fram i samråd och efter godkännande av TF.

Evenemang

- Vid uthyrning av evenemangsplats eller försäljning av annan reklamaktivitet ska rimlig hänsyn tas till befintlig verksamhet så att inte onödiga intressekonflikter uppstår.
- Efter genomfört evenemang ska inga limrester eller liknande material finnas kvar på stationsbyggnader eller golv. Det är reklam-entreprenörens ansvar att hantera och bortforsla sopor hänförliga till evenemanget.
- Evenemang får endast ske inom anvisad yta. Reklamentreprenören ska, i samråd med verksamhetsförvaltare för trygghet och säkerhet inom TF, söka nödvändiga tillstånd hos berörda myndigheter.
- Aktiviteter och evenemang får inte blockera eller störa framkomligheten.
- Provisionsbaserad direktförsäljning som kan uppfattas som påträngande ska inte tillåtas.
- Alla events och Station Domination ska alltid godkännas av SL. Berörda entreprenörer och trafikutövare skall alltid informeras i förhand.
- Dofter av olika slag får inte användas i reklam/evenemangsyfte.
- Evenemang som är ickekommersiella, d.v.s. ideella organisationer och samhällsinformation från kommuner och regioner, kan erhålla torgplats

utan kostnad. Bokning måste ske via reklamentreprenören för att säkerställa att det inte krockar med ett betalande evenemang och inte heller inkräktar på SLs regler eller övriga etiska regler etc. SL kan kräva ersättning om kostnader skulle uppstå i samband med ett icke-kommersiellt evenemang.

- Evenemang/torghandel får inte ha en permanent karaktär.
- Evenemang bör inte genomföras i rusningstrafik om det innebär säkerhetsstörningar.
- Aktiviteter på perrong eller i trappor är inte tillåtna.
- Loppis och brödförsäljning eller liknande är inte tillåtet.
- Evenemangsplats måste alltid vara bemannad.
- Evenemang får inte täcka över konstverk.
- Det är den för närvarande Trafikentreprenör som godkänner filmtillstånd.

Digitala skärmar

- Hänsyn till övervakningskameror och till tågförarens översyn av station ska tas i samband med nya etableringar/flytt av skärmar.
- Hänsyn till framkomlighet och tillgänglighet för funktionsnedsatta ska tas. Reklam får inte blockera tillgänglighetsanpassningar eller gångstråk.
- Ny placering av befintliga digitala skärmar eller nya platser för reklam/digitala skärmar ska företrädesvis placeras på väggytor.
- Vid placering fritt på golvytor bör hänsyn tas för att undvika ökad trängsel på exempelvis plattformar och för att underlätta ur städsynpunkt.
- All ny placering ska godkännas av SLs berörd affärsförvaltare.

- Bilder får med projektor projiceras på ytor i fasta miljöer enligt följande; Bilder ska vara statiska och inte visas plötsligt vid exempelvis rörelse hos personer. Bilder får endast projiceras på väggar. Projicering på tak, golv och glasytor får inte förekomma. Projektor ska vara utformad och placerad så att risken för brand i projektorn eller i närliggande material minimerad.
- Reklaminstallationer med allmänt tal, musik eller annat ljud får generellt inte förekomma i fasta eller rörliga publika miljöer.

Säkerhet

- Tillträde till spårområde samt depåer inom spårområde tillåts endast efter att reklamentreprenörens personal har genomgått SL:s utbildning TRI.
- Personal får inte vistas i TF:s/SL:s fastigheter/område utan tillstånd.
- SL äger ensidigt rätt att flytta eller ta bort reklamplatser där säkerhet, framkomlighet, trafikpåverkan, tillgänglighet eller konstuttrycket påverkas negativt.

Reklamentreprenörens åtagande

- Reklamentreprenören åtar sig att följa ovan nämnda lagar, författningar, regler för reklam och SL:s egna anvisningar och instruktioner. Vid eventuella tolkningssvårigheter av ovanstående ska en formell ansökan lämnas till TF enligt nedan beskrivna rutiner.
- Reklamentreprenörens ansökan ska innehålla följande information om inget annat anges:
 - vem som ska marknadsföra sin produkt eller tjänst
 - vilken plats som avses
 - när detta ska äga rum – kampanjperiod
 - skiss med beskrivning ska bifogas
 - övriga bilder/illustrationer samt stöd för TFs bedömning

- Ansökan skickas till TF som handlägger ärendet internt och stämmer av med berörd trafikentreprenör. Om ansökan rör avvikelser mot redan inarbetade rutiner ska dokumentet skickas i god tid för att alla berörda parter ska hinna bereda förfrågan.
- Reklamentreprenören ska informera berörd trafikentreprenör och trafikentreprenören ska informera sin personal och ordningsvakter i god tid innan respektive marknadsaktivitet.

SL:s åtagande

- SL ska vid enklare förfrågningar återkomma till reklamentreprenören med svar inom fem arbetsdagar.
- Vid ”Station Domination” eller andra mer omfattande aktiviteter återkomma med svar inom fyra veckor.
- Reklamförslag som kan uppfattas som kontroversiellt behandlas av **Etiska rådet**.
- SL kallar trafikentreprenören och reklamentreprenören till gemensamma möten när så behövs för att vidareutveckla samarbetet.

Trafikentreprenörens åtagande

Trafikentreprenörerna har trafikansvaret och är en viktig remissinstans. De ska alltid hållas informerade inför aktiviteter i deras arbetsmiljö. Hit hör exempelvis ”Station Domination” och övriga evenemang.

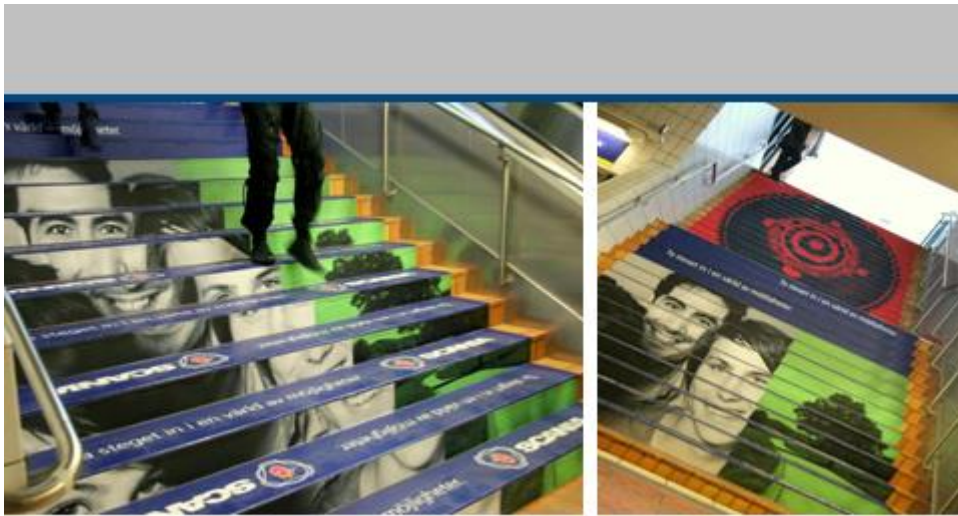
Entreprenörens erfarenhet kring denna form av marknadsaktivitet kommer att beaktas och hänsyn ska tas så att det inte stör trafikentreprenörens verksamhetsutövande.

Trafikentreprenören informerar internt berörd personal.

SL:s riktlinjer revideras vid behov eller i anslutning till revidering av den strategiska plattformen, och därmed kan anvisningar justeras under avtalsperioden.

Bilaga 1

Exempel på ICKE godkända kampanjer



Exempel på GODKÄNDA kampanjer

