



college van burgemeester en schepenen

Zitting van 24 november 2017

Besluit

A-punt

GOEDGEKEURD

Stadsontwikkeling

Samenstelling

de heer Bart De Wever, burgemeester
de heer Koen Kennis, schepen; mevrouw Caroline Bastiaens, schepen; de heer Ludo Van Campenhout, schepen; de heer Claude Marinower, schepen; de heer Marc Van Peel, schepen; de heer Rob Van de Velde, schepen; mevrouw Nabilla Ait Daoud, schepen; de heer Fons Duchateau, schepen
de heer Sven Cauwelier, stadssecretaris

Iedereen aanwezig, behalve:

de heer Ludo Van Campenhout, schepen

191	2017_CBS_10177	Beleidsrichtlijn niet-zaakgebonden lichtreclame in gevels van publieke en private gebouwen - Actualisering Bouwcode - Goedkeuring
-----	----------------	--

Motivering

Aanleiding en context

Aanleiding

De gemeenteraad stelde op 28 april 2014 (jaarnummer 377) de gemeentelijke stedenbouwkundige verordening 'Bouwcode' definitief vast. Op 9 oktober 2014 keurde de deputatie van de provincie Antwerpen deze verordening goed. De goedkeuringsbeslissing van de verordening werd bij uittreksel bekendgemaakt in het Belgisch Staatsblad op 15 oktober 2014, de verordening trad in werking op 25 oktober 2014.

De Vlaamse regering keurde op 5 mei 2017 principieel het besluit goed dat een gewestelijke stedenbouwkundige verordening vaststelt over publiciteitsinrichtingen. Het besluit bevat de voorschriften voor het plaatsen of aanbrengen van publiciteitsinrichtingen herkenbaar vanaf de openbare weg. Over dit ontwerp werd een openbaar onderzoek georganiseerd, waarover het college op 23 juni 2017 (jaarnummer 5351) adviseerde om in bepaalde locaties toch lichtreclame toe te laten. Verwacht wordt dat de Vlaamse regering eind 2017 hierover een beslissing zal nemen.

Context

1 Lichtreclame in de bouwcode van de stad Antwerpen vandaag

Vandaag zijn volgende principes opgenomen in de bouwcode:

Niet-zaakgebonden lichtreclame (artikel 32)

- op werfafsluitingen en afsluitingen van onbebouwde percelen: enkel via aanstraling met name klemtoonverlichting van boven naar beneden.

Zaakgebonden lichtreclame (artikel 33)

- in het gevelvlak: in losse letters;
- plaatsing haaks op het gevelvlak: lichtbak van 60 x 60 cm;
- plaatsing op het dak: lichtborden geïntegreerd in het dak en beperkt tot baanwinkelgebieden, Ringzone en industriegebieden;
- totems: aanstraling of inwendige verlichting en beperkt tot baanwinkelgebieden, Ringzone en industriegebieden.

Met andere woorden: bewegende LED-verlichting is niet toegelaten.

2 Lichtreclame in het ontwerp gewestelijke stedenbouwkundige verordening

De verordening is van toepassing op alle publiciteitsinrichtingen zichtbaar van openbare weg.

Verlichte publiciteitsinrichtingen moeten voldoen aan volgende voorwaarden:

- geen knipperende of flitsende boodschappen of bewegende beelden;
- geen speciale effecten zoals vervagen, slepen, in- en uitzoomen;
- minimaal 15sec / boodschap;
- wisselende boodschappen zijn niet toegelaten indien herkenbaar vanaf snelwegen, primaire en secundaire wegen waar de rijtaak complex is, zoals bij knooppunten, weefvakken, in- en uitvoegstroken en op routekeuzepunten.

Niet-zaakgebonden lichtreclame herkenbaar vanop gewestwegen

- op een gevel van een vergund gebouw;
- maximum 20m²;
- steigerdoeken.

Zaakgebonden lichtreclame

- niet in de eerste 4m.

3 Lichtreclame in de wegcode.

Artikel 80.2

“Het is verboden op de openbare weg reclameborden, uithangborden of andere inrichtingen aan te brengen die de bestuurders verblinden, die hen in dwaling brengen, die, zij het ook maar gedeeltelijk, verkeersborden voorstellen of nabootsen, die van verre met deze verkeersborden worden verward, of die op enige andere wijze de doelmatigheid van de reglementaire verkeersborden verminderen.

Het is verboden een luminositeit met een rode of groene tint te geven aan alle reclameborden, uithangborden of inrichtingen die zich, binnen een afstand van 75 meter van een verkeerslicht, op minder dan 7 meter boven de grond bevinden.”

4 Lichtreclame in de regelgeving “reclame op openbaar domein”.

Het voorgestelde kader is onderhevig aan de regelgeving inzake “reclame op het openbaar domein” en meer specifiek met betrekking tot “vaste reclame”. Hoofdstuk 3.2.1.2 van de nota verduidelijkt dat het gaat om:

“alle reclame die op het openbaar domein of zichtbaar vanaf het openbaar domein op een stilstaand of vast communicatiemiddel aangebracht is. De term “vast” betekent niet dat de reclame vast moet verankerd zijn in de grond, maar dat de reclamehouder stilstaat en zich niet voortbeweegt. Het is ook van toepassing op “tijdelijke” reclame, en hoeft niet permanent te zijn. Voor sommige vaste reclame is een stedenbouwkundige vergunning nodig. Namelijk voor de volgende vaste niet-lichtgevende reclame met een oppervlakte van meer dan 4 m² én lichtgevende reclame (ongeacht de oppervlakte):

- zaakgebonden reclame bevestigd aan gebouwen (aan de gevel, uitsprongen, of het dak);
- zaakgebonden reclame aan totems (publiciteitsdrager bestaande uit een paal waaraan publiciteitsborden bevestigd zijn/worden);
- niet-zaakgebonden publiciteit op wachtgevels, werfafsluitingen en afsluitingen van onbebouwde percelen.”

Daarnaast herinnert de nota eraan dat “voor de vaste reclame [...] een belasting verschuldigd [is]: de belasting op vaste reclame (ongeacht of het over zaakgebonden of niet-zaakgebonden publiciteit gaat).” Voor de concrete regelgeving verwijst de dienst Ondernemen en Stadsmarketing/Marketingstrategie naar het “belastingreglement op vaste en mobiele reclame, reclamestands en steigerdoekreclame”.

Argumentatie

Voorgesteld wordt om de visie over de zaakgebonden reclame die is weergegeven in de huidige bouwcode van de stad Antwerpen niet te wijzigen.

Voorgesteld wordt om de visie op niet-zaakgebonden lichtreclame. Te wijzigen als volgt.

1 Visie

Antwerpen zet zich op de wereldkaart met haar meerlagige historische binnenstad, haar Unesco Erfgoed (kathedraal en Plantin Moretus) en de grandeur van het Centraal Station.

Binnenkort zal ook aan de achterzijde van het station de stedelijke wand aan het Kievitplein worden gerealiseerd.

Deze omgeving draagt dus bij aan de externe marketing van de stad, dankzij haar architectuur en de mobiliteitsverknoping.

Dit maakt haar ook aantrekkelijk voor aanbieders van reclameruimte. Reclameruimte die meer en meer digitaliseert en inzet op nieuwe technologieën zoals bijvoorbeeld LED-schermen.

Daarom wordt voorgesteld om in een aantal belangrijke verblijfsplekken met grote voetgangersstromen niet-zaakgebonden lichtreclame toe te laten, onder voorwaarden en afgebakend (zie figuren onderaan dit besluit).

- deel Belgacomgebouw Meir;
- omgeving Antwerp Tower;
- deel Astridplein;
- Kievitplein.

2 Stedenbouwkundige Voorwaarden

- lichtborden zijn enkel toegelaten indien geïntegreerd in het gevelvlak;
- nadat een toetsing is gebeurd ten opzichte van vigerend beleid beschermde & waardevolle gebouwen en/of stadsgezichten;
- de afmetingen zijn in functie van geïntegreerd ontwerp;
- tijdsvensters worden ingesteld als volgt: maandag tot donderdag 7.00u tot 19.00u; vrijdag 7.00u tot 21.00 u; zaterdag en zondag 9.00 u tot 21.00u. Daarbuiten is lichtreclame niet toegelaten;

- intern advies wordt gevraagd aan welstandscommissie, monumentenzorg, de dienst Stadsontwikkeling/Ontwerp & Uitvoering (lichtplan) en politie;
- de vergunning is maximaal vijf jaar geldig (omwille van voortdurende technologische verandering)
 - De aanvrager ziet erop toe of bij verlenging van de termijn een nieuwe aanvraag is ingediend; of bij stopzetting van de reclame-activiteiten de constructie geheel wordt afgebroken of de gevel wordt hersteld.

3 Inhoud / relatie met belastingreglement

Volgens het belastingreglement van de stad Antwerpen is er een aangifteplicht voor reclame. Deze vier locaties zijn hieraan onderworpen.

a. Het komt niet vaak voor dat gemeenten en steden een specifiek artikel besteden aan (dynamische) lichtreclame op gevels. Ook het Antwerps belastingreglement (art 3.1) stelt enkel een tarief vast voor “vaste reclame” van 50,00 EUR/m²/jaar, te vermenigvuldigen met het aantal boodschappen.

Na benchmarking met Brussel wordt voorgesteld om – enkel voor de vier hogervermelde locaties - een vast tarief ten bedrage van 300,00 EUR/m²/maand te innen mbt lichtreclame in gevels van publieke en private gebouwen. Dit vanaf de eerste m².

Het is de mediaregie (JCDecaux, Clear Channel, enzovoort) die, in het geval van niet-zaakgebonden lichtreclame, de belasting betaalt aan de stad, en niet de adverteerder. (De mediaregie factureert dit ongetwijfeld verder door aan de adverteerder.)

b. Aan de dienst Ondernemen en Stadsmarketing/Marketingstrategie is advies gevraagd met betrekking tot de inhoud van de boodschappen.

Samengevat zegt het advies:

De dienst Ondernemen en Stadsmarketing/Marketingstrategie is niet categorisch voor of tegen lichtreclame als specifieke vorm van publiciteit. Wel is de dienst Ondernemen en Stadsmarketing/Marketingstrategie geen vragende partij voor meer reclame in het stedelijk straatbeeld, in welke vorm dan ook. De stad moet opletten dat het verzadigingspunt op dat vlak niet bereikt is. In de campagnemetingen stelt de stad immers een daling in het bereik en impact van het huidige outdoor-netwerk vast.

De dienst Ondernemen en Stadsmarketing/Marketingstrategie wil de nieuwe beschikbare reclameruimte enkel gericht inzetten en niet structureel toevoegen aan haar stedelijk outdoor-netwerk. Gezien de opvallende vorm (lichtreclame) en het potentiële bereik (drukbezochte plaatsen, aankomstgebied) van de reclameruimte wil de dienst Ondernemen en Stadsmarketing/Marketingstrategie haar enkel inzetten voor merkpositionerende campagnes (Atypisch Antwerpen-campagne, themajaren zoals diamant-, barok- en modejaar of langlopende campagnes zoals Slim naar Antwerpen).

Als de stad Antwerpen ervoor kiest om lichtpubliciteit in de vier vernoemde zones toe te laten, is het gangbaar dat de eigenaar van de gevel - de stad Antwerpen in het geval van publieke gebouwen, een particuliere eigenaar in het geval van een privaat gebouw - hiervoor samenwerkt met een externe mediaregie die de oppervlakte(s) als commerciële ruimte verhuurt aan derden. Daardoor geeft de eigenaar de controle over de uiteindelijke reclameboodschappen tot op zekere hoogte op. Die zijn immers afhankelijk van het klantenbestand van de regie die de ruimtes beheert.

Wel kunnen bepaalde types boodschappen consequent geweerd worden en kan overeengekomen worden dat voor de publieke gebouwen altijd de goedkeuring van de stad vereist is alvorens een specifiek campagnebeeld in het straatbeeld getoond wordt.

Daarom formuleert de dienst Ondernemen en Stadsmarketing/Marketingstrategie hieronder dan ook twee concrete aanbevelingen zodat de nieuwe reclameruimte zo weinig mogelijk negatieve impact heeft op de gewenste uitstraling van de stad.

“Reclame voor en sponsoring van tabak, producten op basis van tabak en soortgelijke producten is verboden in ons land.” Het advies van de dienst Ondernemen en Stadsmarketing/Marketingstrategie is om die lijn door te trekken en alle reclame-uitingen van andere verslavende producten (alcohol, goksites, enzovoort) te weren.

OS/Marketingstrategie adviseert om enkel goedkeuring te geven aan reclameboodschappen die niet in strijd zijn met de “regels inzake de voorstelling van de persoon” en de “regels inzake humor in reclame”, beide opgesteld door de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame (JEP).

c. Op basis van bovenstaande twee elementen wordt voorgesteld om, vertrekkende van het vast tarief ten bedrage van 300,00 EUR/ m²/maand, een vrijstelling te geven voor:

- productlanceringen gericht op het Antwerpse publiek;
- merkpositionerende campagnes van de stad zelf, als aanvulling van haar eigen outdoor-netwerk;
- zaakgebonden reclame.

Financiële gevolgen

Nee

Strategisch kader

Dit besluit past in de realisatie van volgende doelstellingen/projecten:

- 1 - Woonstad
 - 1SWN02 - Wonen, economische functies en publieke voorzieningen zijn gevarieerd, nabij en bereikbaar in elk buurt- en districtscentrum
 - 1SWN0201 - De ruimtelijke structuur, identiteit en kwaliteit op het niveau van de stad en de stadsregio zijn versterkt
 - 1SWN020103 - Stadsbrede ruimtelijke kaders zijn gemaakt voor langetermijnvisie
 - 1SWN020103P04388 - Herziening bouwcode

Besluit

Artikel 1

Het college keurt de Beleidsrichtlijn inzake niet-zaakgebonden lichtreclame goed om verder uit te werken in de Bouwcode.

Artikel 2

Dit besluit heeft in principe geen financiële gevolgen.

Artikel 3

Het college geeft opdracht aan:

Dienst	Taak
SW/R	uitwerken van de beleidsrichtlijn in de bouwcode en vervolgens voor te leggen aan het college en gemeenteraad
SW/R	om op basis van de beleidsrichtlijn de bouwcode aan te passen
FI	aanpassing belastingreglement en voor te leggen aan het college en gemeenteraad
OS/MS	beoordelen van de vrijstelling van belasting enkel wat betreft de exclusieve productlanceringen voor Antwerpen.
OS/MS	afsluiten van een overeenkomst met de externe media regie in het geval men deze wil inzetten voor merkpositionerende campagnes van de stad zelf
SW/FI/OS	opmaken van een standaardovereenkomst over inhoud (verbod) en vrijstellingen zoals hoger vermeld, en de venstertijden, die voorafgaand bij elke vergunning dient afgesloten te worden, en voor te leggen aan het college en de gemeenteraad.

Bijlagen

1. Advies_OS_Marketingstrategie_15_11_2017.pdf
2. Kaartje deel Astrid.pdf
3. Kaartje omgeving Antwerp Tower.pdf
4. Kaartje deel Belgacomgebouw Meir.pdf
5. Kaartje Kievitplein.pdf



Spring in Ascarijplein
10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100







