

Markkinoinnin FAQ – mitä ovat hyvät tavat?

Technopolis, Vantaa 18.3.2016

OTL, varatuomari Paula Paloranta

Keskuskauppakamari

KAUPPAKAMARI

Esitys

- Kilpailijan epäreilu menettely – onko mitään tehtävissä?
- Entä jos haluan varmistaa toiminko itse oikein?
- Hyvän tavan vastainen mainonta
- Somemarkkiointi

Hyvän liiketavan vastainen menettely

Jäljittely

- Kilpailija saattaa jäljitellä tuotepakkaustasi, tunnustasi, mainontaasi ym.
- Hunajapakkauksen jäljittely –mitä luulet, miten kävi?

Esim. MAO 81/03

Reilua?

- Kilpailijasi **tuotevertailu/hintavertailu** antaa väärän kuvan
- Kilpailijasi **mustamaalaa yritystäsi**
- Toinen yritys **käyttää oikeudetta kuvaasi** markkinoinnissaan
 - MT 1981:18

Liiketapalautakunta (LTL)

- Antaa B-to-B -kiistoissa lausuntoja siitä, **onko elinkeinonharjoittaja menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti**
- **Yritys tai viranomainen** voi pyytää lausuntoa
- **Myös oma järjestö** voi tehdä hakemuksen

- Verkkosivulla www.liiketapalautakunta.fi
 - Lausuntopyyntölomakkeet

Vertailu

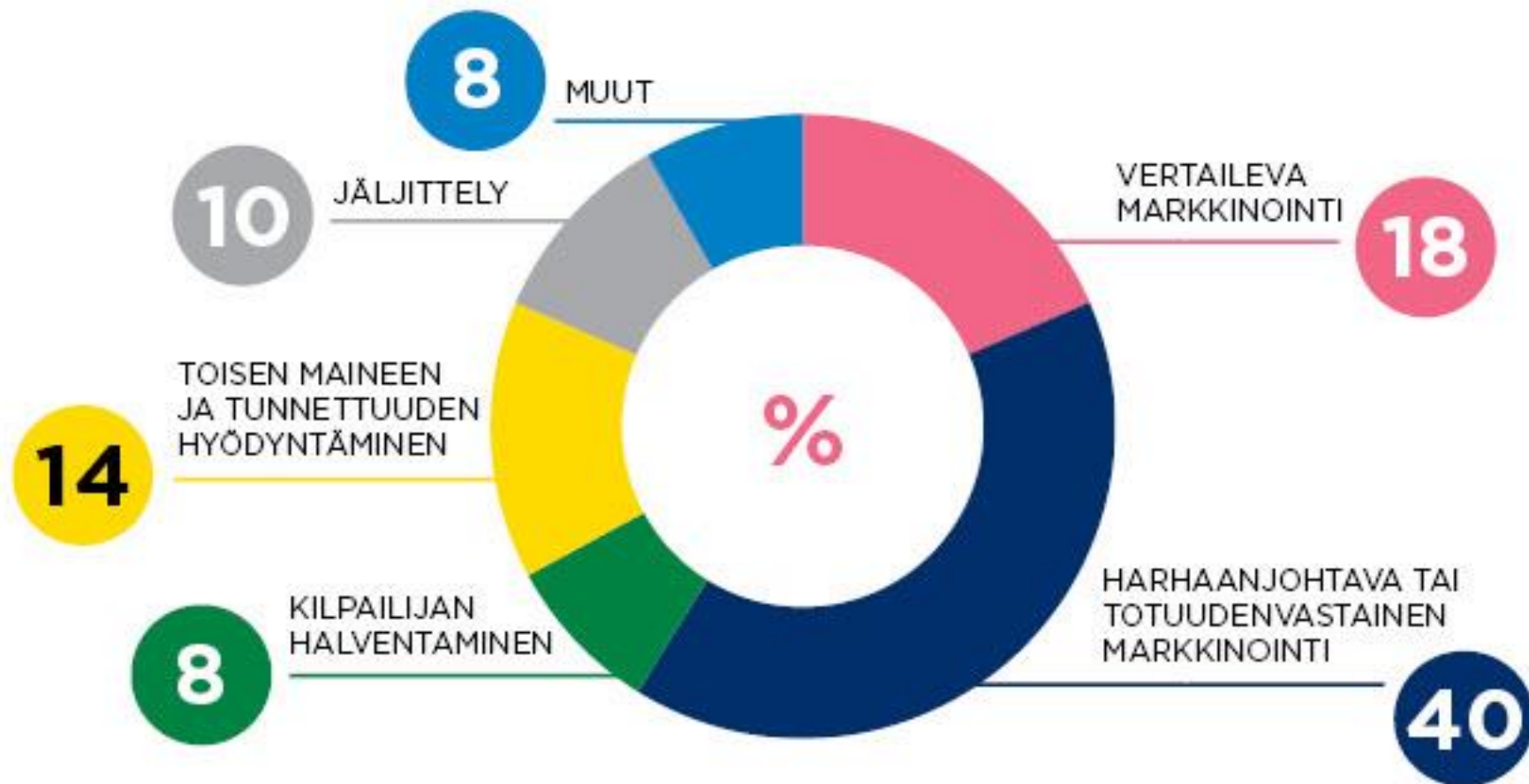
Markkinaoikeus

- Kesto 9,4 kk
- Julkinen
- Kirjallinen ja suullinen
- Oikeudenkäyntikulturiski
 - Jutun hävinnyt osapuoli maksaa voittaneen oikeudenkäyntikulut ja lisäksi omat kulut

Liiketapalautakunta

- Kesto 2,5 kk
- Luottamuksellinen
- Kirjallinen prosessi
- Ei oikeudenkäyntikulturiskiä
 - Kumpikin vastaa omista kuluistaan eikä lautakunta voi velvoittaa maksamaan toiselle mitään lopputuloksesta riippumatta

HARHAANJOHTAVA MARKKINOINTI ON YLEISIN KIISTAN AIHE



Verkoympäristössä kaikki sujuu niin nopeasti, että hyvän liiketavan noudattamisen vaatimus saattaa unohtua. Valtaosa kaikista rikkomuksista liittyy harhaanjohtavaan markkinointiin.

Varmista, että menettelet oikein

Ennakkolausunto liiketapalautakunnalta

- Yritys voi pyytää LTL:lta ennakkolausuntoa
- Sillä varmistat, että toimit oikein
 - Esimerkiksi
 - Onko vertaileva markkinointi ok
 - Onko henkilön kuvan käyttö sallittua käyttöä Instagram-mainoksessamme
 - Onko kilpailijan mustamaalausta vai ei

Mainonnan hyvä tapa

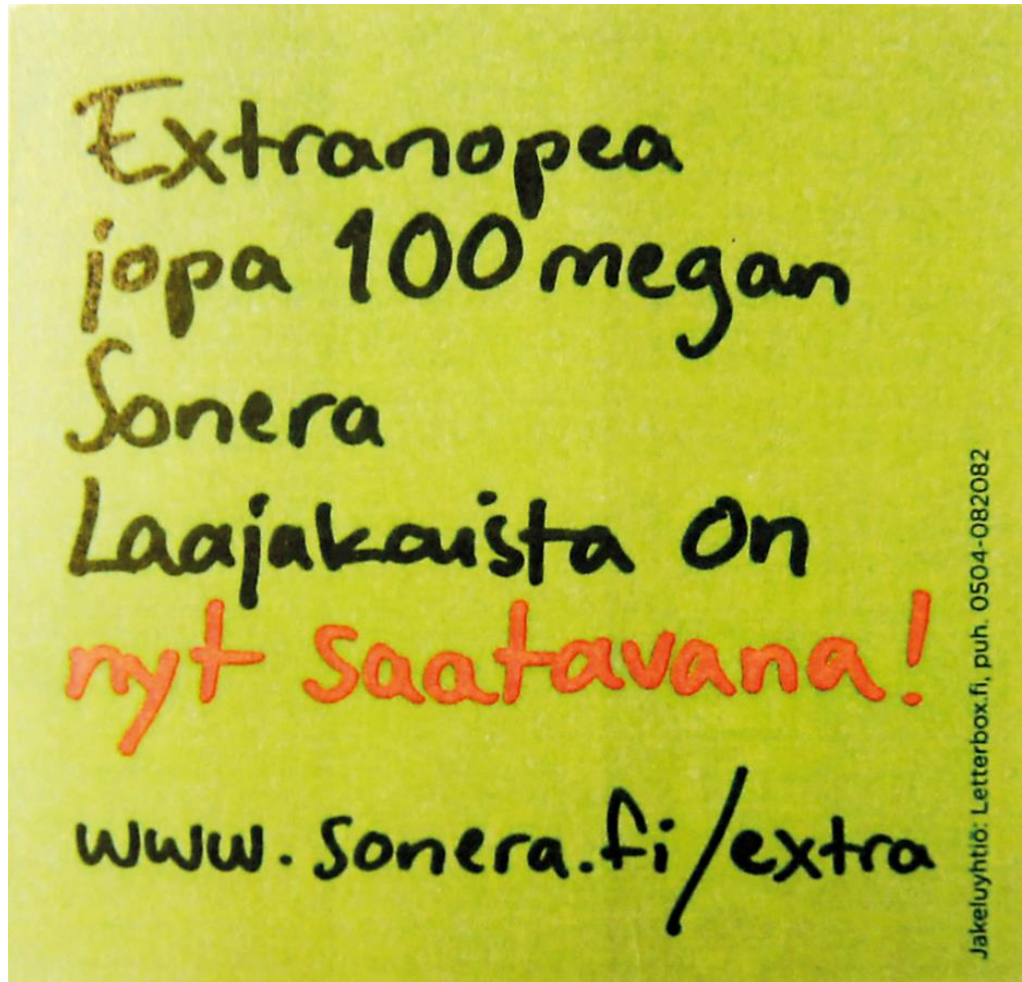
Mainonnan eettinen neuvosto (MEN)

- Antaa lausuntoja mainosten hyvän tavan mukaisuudesta
- Valitukset lähinnä kuluttajilta
- Kuluttajille maksuton
- Yritys voi tehdä valituksen mainoksesta, 2 000 €

Hyvä tapa?

- Onko mainos selvästi ristiriidassa yleisesti hyväksytyjen yhteiskunnallisten arvojen kanssa
- Tapauskohtainen arvio, jolloin otetaan huomioon
 - Media
 - Esitysaika, ennen vai jälkeen klo 21
 - Esitystapa

KKO 2013:5



Mainos auton tuulilasissa

- Mainoksia oli kiinnitetty yksityishenkilöiden autojen tuulilaseihin
- Mainostaja pakottanut yksityishenkilöt vastaanottamaan kaupallisia viestejä tavanomaisesta poikkeavalla tavalla
- Autoa käytetty elinkeinotoiminnassa luvatta julkisena mainostilana
- **MEN 34/2015**
 - Huomautus
 - Hyvän tavan vastaista menettelyä

MEN 12/2015

- Verkkokaupan sivulla: ”Kansanmurhatessa tulee näyttää ammattimaiselta...”
- ICC:n markkinointisäännöt: ”Markkinoinnissa on kunnioitettava ihmisarvoa”
- Mainos sai huomautuksen

- Vrt. ”Vaimonhakkaajapaita” MEN 17/2013

MEN 13/2011

- ”Ryssiä” = alatyylinen ilmaisu sille, että jokin asia tehdään huonosti
- Mainos vahvistaa negatiivisia mielleyhtymiä
- Halventaa venäläisiä, on syrjivä
- Hyvän tavan vastainen

Uskonto

- Uskontoon liittyvät kysymykset vaikeita ennakoida
 - Esim. MEN 9/2012
 - Jari Tervon Layla-romaanin (WSOY) tv-mainos
 - Valitukset:
 - Mainos loukkaa syvästi muslimeja
 - Rukouskutsu kirjamainoksessa provosoi muslimeja

MEN 9/2012 (Layla)

- Rukouskutsu
 - linkittyy kirjan tapahtumapaikkaan
 - viittaa kulttuuritaustaan
 - keskimääräinen suomalainen ei tunnista rukouskutsuksi
- Mainoksessa ei ole käytetty islaminuskaisia halventavaa tai alentavaa esitystapaa
- Ei ole hyvän tavan vastainen

Mainostajan muistilista

- Älä yllytä lainvastaiseen käyttäytymiseen
- Vältä väkivaltaa ja ala-arvoista kieltä
- Uskonto on arka asia
- Älä syrji
 - Sukupuoli, ikä, uskonto, etninen tai kansallinen alkuperä jne.
 - Ota huomioon myös stereotyyppit
- Muista lapset
 - Esimerkiksi kiro sanat eivät ole suotavia
- Turvallisuus
 - Kuluttajat reagoivat herkästi, jos mainoksessa näytetään vaarallinen tilanne

Lisätietoa

- Mainostajan käsikirja: MEN:n ja LTL:n ratkaisuja mainoskuvin
- Omat kappaleet aiheista
 - Lääkkeet
 - Alkoholi
 - Tupakka
 - Kosmetiikka
 - Autot
- Talentumshopissa 88 €



Ennakkolausunto mainonnan eettiseltä neuvostolta

Ennakkolausunto

- Mahdollisuus pyytää ennakkolausuntoa mainoksesta sen suunnitteluvaiheessa
- Luottamuksellinen käsittely
- **Erityisesti uskontoon ja sukupuolistereotyyppioihin liittyvät asiat epäselviä aihealueita**
- Käsittelyaika on muutama viikko
- Hinta 750 €

Sosiaalinen media

Some-markkinoinnin tärkeimmät asiat

1. Mainonnan tunnistettavuus on kaiken A ja O

Mainoksen ja toimituksellisen aineiston välinen raja on pidettävä selvänä

2. Älä ”naamioidu” verkossa kuluttajaksi (oman tuotteen kehuminen / kilpailijan tuotteen mollaaminen esim. keskusteluryhmissä)

MEN 14/2004 ”Moikka ystävät! Löysin juuri uuden kiinnostavan musiikki palvelun Soneralta. Se on tosi siisti! Ja se toimii sinun kännykälläsi...”

Blogit

3. Jos teet blogiyhteistyötä, esim. lähetät tuotenäytteitä arvioitavaksi

- a) Tee bloggaajan kanssa kirjallinen sopimus
-> **velvoita kertomaan, että tuote saatu yritykseltäsi**
- b) Velvoita bloggaaja toimimaan muutoinkin läpinäkyvästi
- c) Ohjeista, miten tavaramerkkiäsi käytetään
- d) Muista, että vastuu on kuitenkin mainostajalla -> maineriski!

Blogiohjeita mm.

- Kilpailu- ja kuluttajaviraston verkkosivuilla, ”Kuluttajaoikeuden linjauksia”
- IAB Finland ry:n verkkosivuilla ”Blogiyhteistyön opas”

Apua markkinoinnin pulmatilanteisiin

- Kilpailija toimii epäreilusti -> Pyydän *liiketalautakunnalta lausunnon*
- Haluan varmistua oman menettelyni asianmukaisuudesta -> Pyydän *liiketalautakunnalta ennakkolausunnon*
- Haluan varmistua mainokseni hyvän tavan mukaisuudesta -> Pyydän *mainonnan eettiseltä neuvostolta ennakkolausunnon*

Malli sopimuksen riidanratkaisulausekkeeksi

”Tästä sopimuksesta aiheutuvat riidat ratkaistaan lopullisesti välimiesmenettelyssä Keskuskauppakamarin välimiesmenettelysääntöjen mukaisesti.”

Lisätietoa: www.arbitration.fi

Uudet IT2015-sopimusehdot

Lisätietoa: www.it2015.fi



Kiitos!

Lisätietoja:

Puh. 09 4242 6200

etunimi.sukunimi@chamber.fi

liiketapalautakunta.fi

mainonnaneettinenneuvosto.fi

ansiomerkit.fi

arbitration.fi