



10.2.-16.2.2020  
Mediataitoviikko

Vastuullisia toimijoita -  
oppimiskokonaisuuden  
tueksi





## ALKUKYSELY

Vastaa seuraaviin kysymyksiin ja merkitse vastaukset muistiin myös itsellesi.

1. Kuinka suuri merkitys **yrityksen antamalla mielikuvalla** vastuullisuudesta on ostopäätökseesi?
2. Kuinka paljon **mainoksen luomalla tunteella** tuotteen vastuullisuudesta arvioit olevan vaikutusta omaan ostopäätökseesi?
3. Miten voit varmistua siitä, onko mainoksessa esitetty vastuullisuutta kuvaava väite tosi?
4. Mitä tarkoittaa viherpesu?
5. Miten voit toimia, jos törmäät epäasialliseen mainontaan tai väitteeseen, joka ei pidä paikkaansa?
6. Millainen mainonta mielestäsi on vastuullista?

## Vastuullisuusmarkkinointia ja tosiasiaväitteitä

---

- Mainostajan on pystyttävä todistamaan markkinoinnissa käyttämänsä tosiasiaväitteet oikeiksi.
- Väitteen pitää perustua puolueettomiin ja luotettaviin selvityksiin, tutkimuksiin, tilastoihin, testeihin tai mittauksiin.
- Esim. **ympäristöväittämiä** voi käyttää kun on varmistettu, että markkinoidussa tuotteessa on jotain ympäristövaikutuksiltaan kertomisen arvoista.
- Ympäristöystävällinen-sanaa tai vastaavia yleistäviä (vihreä, luontoystävällinen, eko-tuote) sanoja voi käyttää vasta, kun on perusteellisesti selvitetty tuotteen koko elinkaari.

Mitä tarkoittaa  
viherpesu  
(green wash)?

# Vaikuttajamarkkinointi

- Yritysten ja vaikuttajien ("some-influencer") välistä kaupallista yhteistyötä, jonka tavoitteena on yrityksen tuotteiden myynnin edistäminen tai brändin tunnettuuden kasvattaminen.
- Voi olla esim. video-, audio- tai kuvajulkaisu tai blogikirjoitus.
- Vaikuttajan yritykseltä saama vastike markkinoinnista voi olla rahaa tai rahanarvoinen etu, kuten vaate, lahjakortti tai matka.



**Käyttäjänimi**

Maksettu kumppanuus [Yrityksen] kanssa

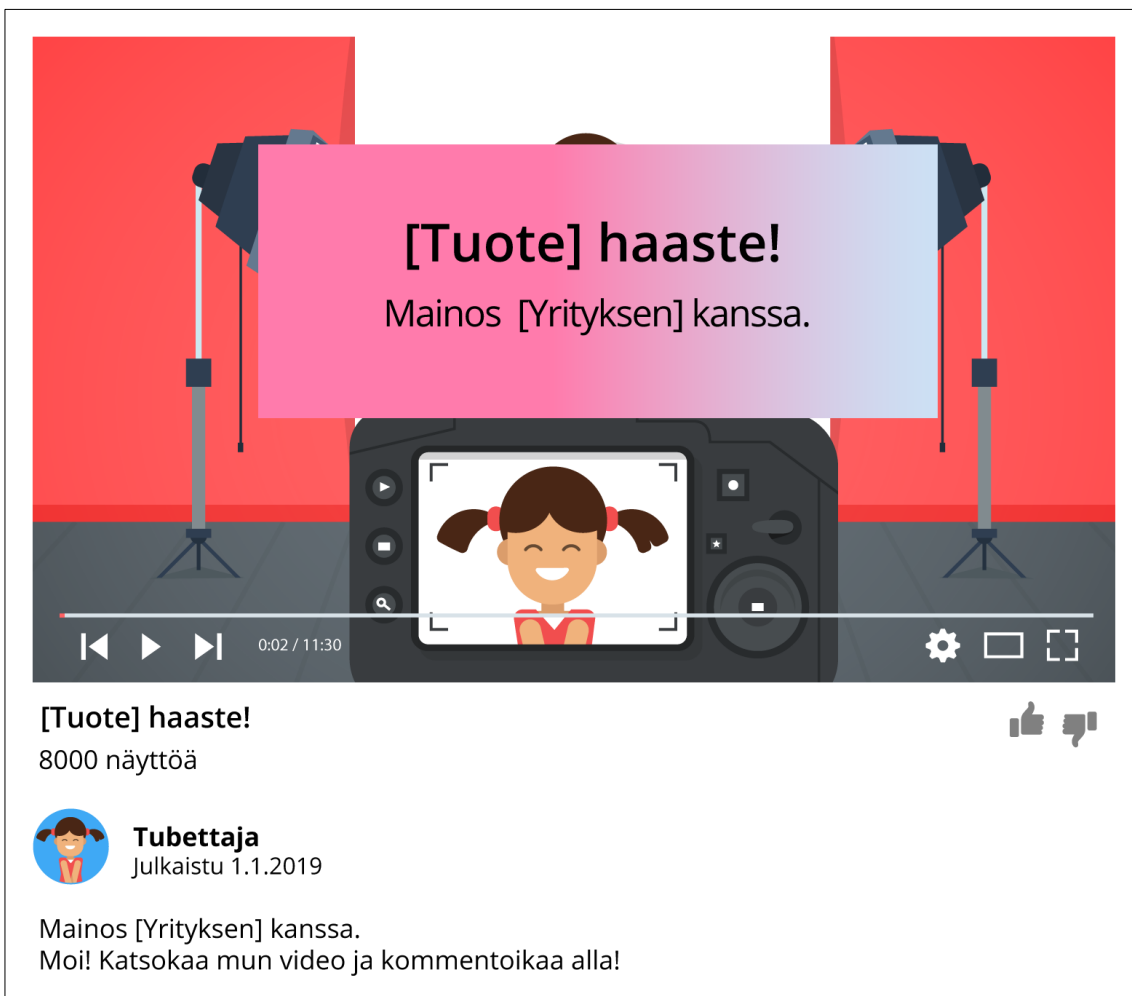


**22 tykkäystä**

**Käyttäjänimi** Mainos [Yrityksen] kanssa.


Paras päivä ikinä! #kesä ❤️❤️❤️

# Oikeuksiisi kuuluu mainonnan tunnistettavuus



[Tuote] haaste!  
Mainos [Yrityksen] kanssa.

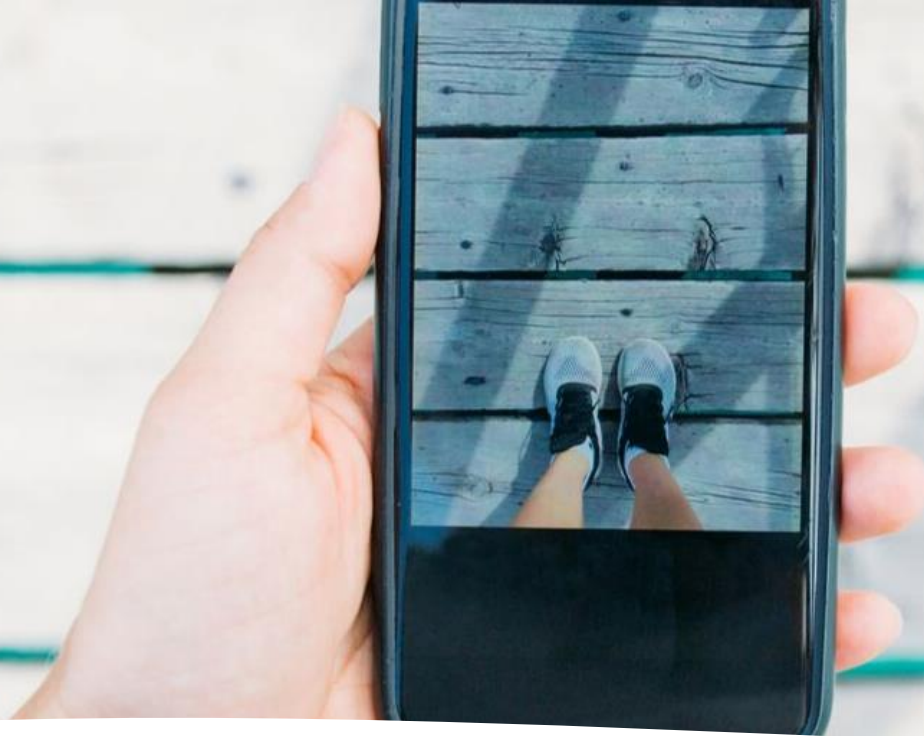
[Tuote] haaste!  
8000 näyttöä

 **Tubettaja**  
Julkaistu 1.1.2019

Mainos [Yrityksen] kanssa.  
Moi! Katsokaa mun video ja kommentoikaa alla!

- Mainoksen on oltava tunnistettavissa mainokseksi esitystavasta ja mainosvälineestä riippumatta.
  - Vaatimus koskee myös vaikuttajamarkkinointia toteutustavasta riippumatta.
- Sekä yrityksen että vaikuttajan velvollisuutena on varmistaa, että vaikuttajamarkkinoinnin kaupallinen tarkoitus käy ilmi, eikä piilomainontaa harjoiteta.

## Harrastaja vai ammattilainen vaikuttajana?



- **Ammattimainen vaikuttaja** on kuluttajansuojalain perusteella vastuussa kaupallisesta yhteistyöstä kertomisesta samoin kuin vaikuttajamarkkinointia hyödyntävä yritys. Ammattimainen vaikuttaja on henkilö, jolle vaikuttaminen on lähtökohtaisesti elinkeino.
- **Harrastajavaikuttajalla** tarkoitetaan kuluttajaa, jolle sisällön tuottaminen someen on harrastus eikä elinkeino. Tällöin vaikuttajan toimintaa ei arvioida kuluttajansuojalain nojalla. Tästä huolimatta mainonnan merkitseminen on tärkeää, koska seuraajat eivät muutoin voi välttyä piilomainonnalta.



Lisää tietoa  
markkinoinnista ja  
sen sääntelystä

- [Kilpailu- ja kuluttajaviraston verkkosivut](#)
  - [Tosiasi väitteet ja vertailut markkinoinnissa](#)
  - [Markkinointi ja menettely asiakassuhteissa](#)
  - [Mainonnan tunnistettavuus](#)