



Mainonnan eettinen neuvosto



Mainonnan eettinen neuvosto

- Tehtävä: antaa pyynnöstä lausuntoja siitä, ovatko yksittäiset mainokset hyvän tavan mukaisia.
 - Yritysten yhteiskunnallinen vastuu.
- Ei tutki mainonnan lainvastaisuutta.
- Kuluttajat, elinkeinonharjoittajat, mainontaan liittyviä kysymyksiä käsittelevät järjestöt ja viranomaiset voivat pyytää lausuntoja.
- Neuvosto voi omasta aloitteestaan ottaa asian käsiteltäväkseen, jos siihen on erityisen painava syy.
- Lausunnot ovat luonteeltaan suosituksia.



Mainonnan eettinen neuvosto

- Tausta: Vuonna 1987 säädettiin laki miesten ja naisten välisestä tasa-arvosta.
- Lain hallituksen esityksessä edellytettiin, että mainosala itsesääntelyllä huolehtii tasa-arvon toteutumisesta mainonnassa.
- Mainonnan neuvottelukunta perusti Mainonnan tasa-arvoneuvoston, joka toimi vuosina 1989 – 2001.
- Mainonnan tasa-arvoneuvosto käsitteli ainoastaan tasa-arvoa koskevia asioita.
- 1.5.2001 aloitti mainonnan eettinen neuvosto, jonka toimivalta on tasa-arvoneuvoston toimivaltaa laajempi.



Mainonnan eettinen neuvosto

- Neuvosto itse päättää käsiteltävistä asioista.
- Käsittelyyn otetaan asiat, joilla on yleistä merkitystä.
- Neuvosto voi erityisestä syystä päättää, ettei se anna asiassa lausuntoa.
 - Esim. kun aikaisempi vakiintunut ratkaisukäytäntö osoittaa, ettei tietyn tyyppinen mainonta ole hyvän markkinointitavan vastaista.
- Neuvosto voi antaa elinkeinonharjoittajan pyynnöstä myös ennakkolausuntoja (1 500 € / mainos).



Asioiden käsittely

- Kirjallinen lausuntopyyntö.
 - Mainoksen yksilöinti
 - Perusteet, miksi lausunnon pyytäjä katsoo, ettei mainos ole hyvän tavan mukainen.
 - Lausunnon pyytäjän yhteystiedot
- Neuvosto pyytää vastineen mainostajalta ja medialta.
- Asian käsittely neuvoston kokouksessa.
- Annettu lausunto lähetetään tiedoksi
 - lausunnon pyytäjälle,
 - mainostajalle ja
 - medialle.
- Lausunnot: www.mainonnaneettinenneuvosto.fi



Mainonnan eettinen neuvosto

- Neuvoston toimintaa rahoittavat Keskuskauppakamari ja mainonnan neuvottelukunta ja
- Mainonnan neuvottelukuntaan kuuluvat
 - Aikakauslehtien liitto
 - Mainostajien liitto
 - Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL
 - Sanomalehtien liitto
 - Suomen Televisioiden Liitto STL
 - Radiomedia ry
 - Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto ry
 - Suomen Ulkomainosliitto
 - IAB Finland ry
- Neuvoston sihteeristö toimii Keskuskauppakamarissa.



Jäsenet 2010-2012

- Puheenjohtaja: Varatuomari Outi Antila
- Jäsenet:
 - Varatuomari Arja Hiltunen
 - varajäsen: Lakimies Raija Tuokko
 - Hallintojohtaja Pia Huhdanmäki
 - varajäsen: Apulaisjohtaja, viestintäpolitiikka Petra Wikström
 - Senior Marketing Advisor Mika Sarimo
 - varajäsen: Toimitusjohtaja Jari-Pekka Rautamaa
 - Varatuomari Pirkko Mäkinen
 - varajäsen: Varatuomari Päivi Romanov
 - Päätoimittaja Lauri Kontro
 - varajäsen: Päätoimittaja Tapani Ruokanen
 - Director Sirpa Juutinen
 - varajäsen: KTT Annukka Jyrämä



Mainonnan eettinen neuvosto

- Soveltaa Kansainvälisen kauppakamarin ICC:n Markkinointisääntöjä.
- Lisäksi neuvosto soveltaa sen omia hyvää markkinointitapaa koskevia periaatteita.



Mainonnan eettinen neuvosto

- Neuvoston hyvää markkinointitapaa koskevat periaatteet täydentävät ICC:n markkinoinnin perussääntöjen 4 artiklaa:
 - ”Markkinoinnissa on kunnioitettava ihmisarvoa. Markkinoinnissa ei saa yllyttää syrjintään. Markkinointi ei saa sallia syrjintää, joka perustuu esimerkiksi etniseen tai kansalliseen alkuperään, uskontoon, sukupuoleen, ikään, vammaisuuteen tai seksuaaliseen suuntautumiseen.”



Hyvää markkinointitapaa koskevat periaatteet

1. Mainos on hyvän markkinointitavan vastainen, jos
 - a. naista tai miestä käytetään katseenvangitsijana tai seksiobjektina ja sukupuolta käytetään alentavalla, väheksyvällä tai halventavalla tavalla tai
 - b. naista tai miestä käytetään katseenvangitsijana tai seksiobjektina eikä sillä ole mainostettavan tuotteen kanssa mitään tekemistä tai
 - c. mainoksessa on seksuaalisia vihjailuja tahi lupauksia, joilla ei ole mainostettavan tuotteen kanssa mitään tekemistä.



Hyvää markkinointitapaa koskevat periaatteet

2. Mainos on hyvän markkinointitavan vastainen, jos siinä väitetään tai vihjataan, että toisen sukupuolen asema on sosiaalisesti, taloudellisesti tai kulturellisesti alempiarvoinen kuin toisen, tai jos mainoksessa ylläpidetään kaavamaisista roolikäsitystä siitä, mikä on tyypillistä tai tunnusomaista naisille tai miehille tai heidän persoonallisuudelleen tai työskentelylleen.



Hyvää markkinointitapaa koskevat periaatteet

3. Mainos ei ole hyvän markkinointitavan vastainen vain sen vuoksi, että siinä esiintyy vähäpukeisia tai alastomia ihmisiä, jos heitä ei ole kuvattu alentavalla, väheksyvällä tai halventavalla tavalla.

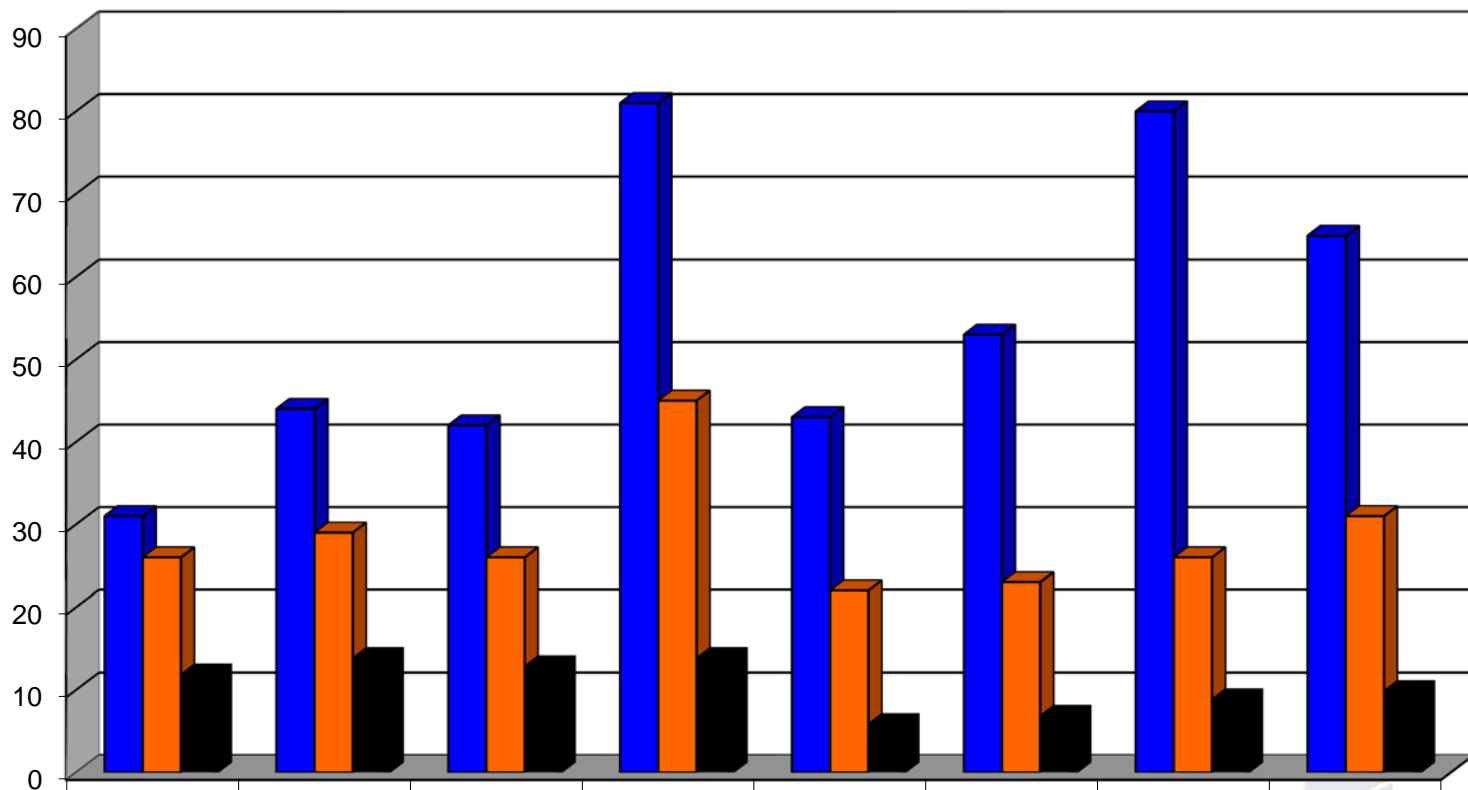


Mainonnan eettisen neuvoston vuosi 2009

- Neuvosto sai yhteydenottoja 65 eri mainoksesta. Yhteydenotoista
 - 11 % koski sukupuolten välistä tasa-arvoa
 - 19 % koski lapsille sopimatonta mainontaa
 - 5 % koski pelkoa, väkivaltaa ja vaarallisia tilanteita
 - 50 % koski muuta hyvän tavan vastaisuutta ja
 - 15 % koski toimivallan ulkopuolella olevaa asiaa.
- Neuvosto antoi 31 lausuntoa, joista
 - 10 sai huomauksen

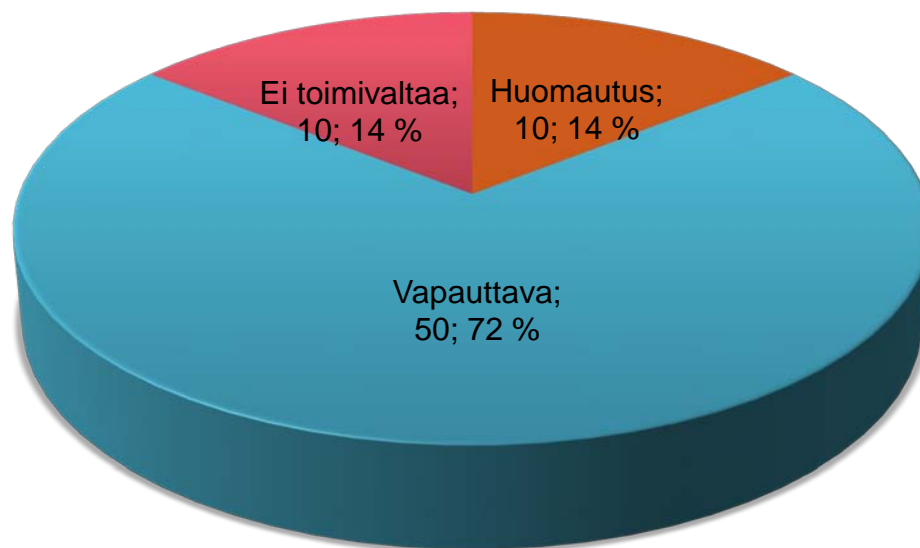


MEN jutut 2001-2009

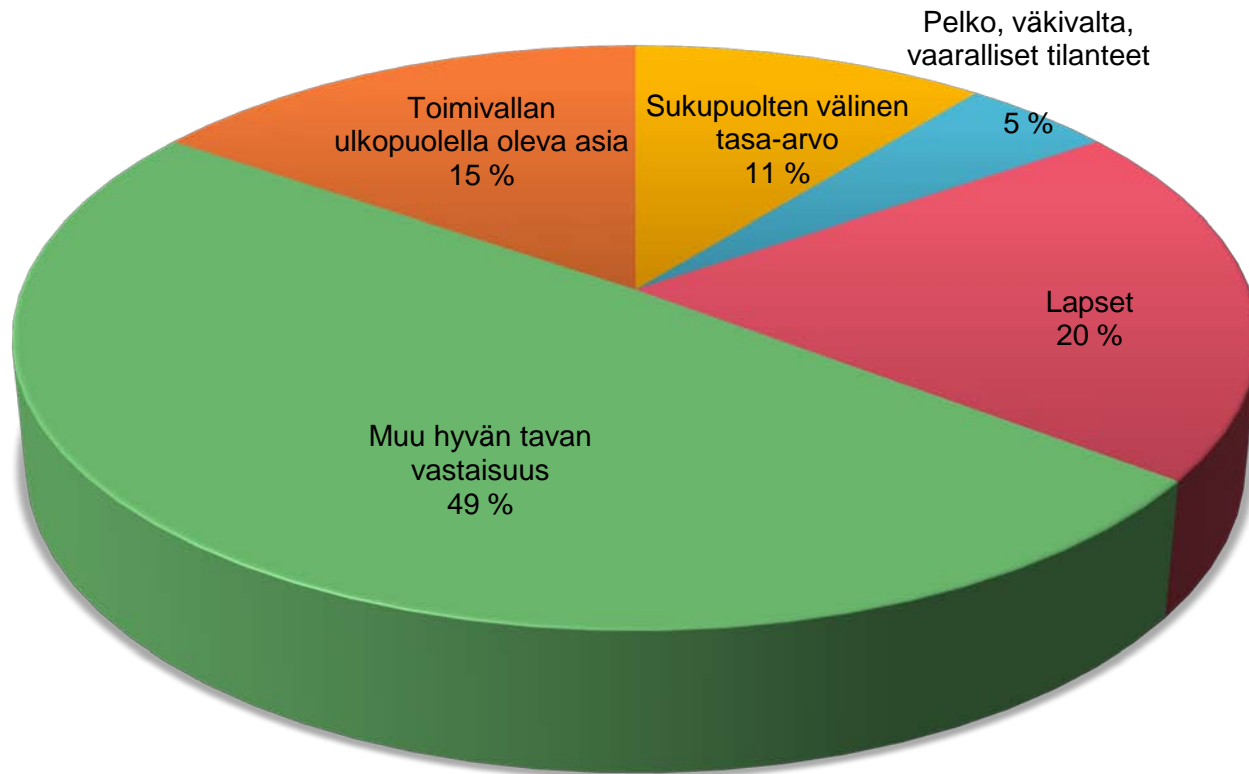


■ Mainokset, joista pyydetty lausuntoa	2001-2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
■ Annetut lausunnot	26	29	26	45	22	23	26	31
■ Huomautukset	12	14	13	14	6	7	9	10

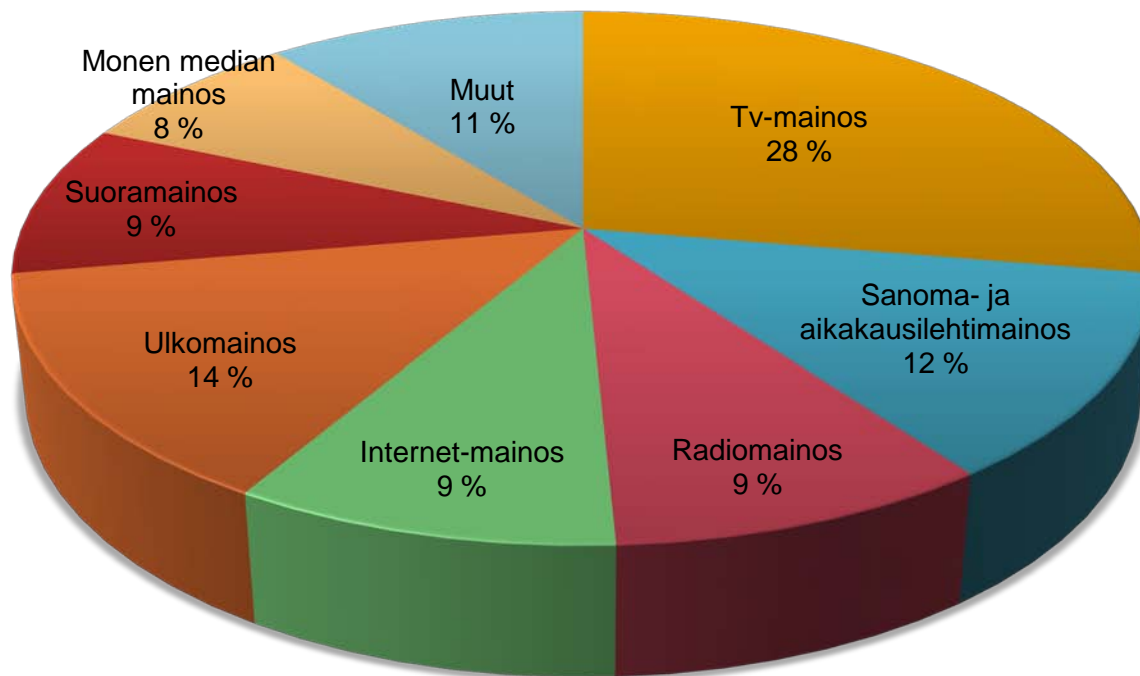
Mainonnan eettisen neuvoston päätökset 2009



Mainonnan eettisen neuvoston lausuntopyynnöt asiasisällöltään 2009



Mainonnan eettisen neuvoston lausuntopyynnöt medioittain 2009



Yhteystiedot

Mainonnan eettinen neuvosto

Keskuskauppakamari

PL 1000

00101 Helsinki

Puhelin: (09) 4242 6200

Fax: (09) 4242 6257

Sähköposti: _men@chamber.fi

www.mainonnaneettinenneuvosto.fi

