

# Tubettajayhteistyön juridiset pelisäännöt

IAB #tubesemma

**9.2.2017**

Laura Teirikko

*Asianajaja, Eversheds Asianajotoimisto Oy*

*@LauraTeirikko*



# MARKKINOINNIN TUNNISTETTAVUUS TUBETTAJAYHTEISTYÖSSÄ

# Markkinoinnin tunnistettavuus

- Markkinoinnista on käytävä selkeästi ilmi
  - sen kaupallinen tarkoitus **sekä**
  - kenen lukuun sitä toteutetaan
- Business-to-Consumer
  - kuluttajansuojalaki (KSL) 2 luku 4 §
- Business-to-Business
  - laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa (SopMenL) 1 §
- ICC:n markkinoinnin perussäännöt
- Journalistin ohjeet
- KSL:iin liittyvä asetus kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa
  - on **sopimatonta** ja **harhaanjohtavaa antaa** markkinoinnissa ja asiakassuhteissa sellainen kuva, että elinkeinonharjoittaja ei harjoita elinkeinoaan vaan on kuluttaja

# Markkinoinnin tunnistettavuus

- Ei lain tai tuomioistuimen päätöksen tasoista sitovaa sääntelyä kaupallisen yhteistyön merkitsemisestä
- Viranomaisten ohjeet
  - Pohjoismaiden kuluttajaviranomaisten linjaus piilomarkkinoinnista 2016
  - KKV: 18.11.2013 linjaus blogimarkkinoinnista kuluttajille (videoblogeista ei vielä omaa linjausta)
- Mainonnan eettisen neuvoston lausunnot
- Itsesääntely
  - IAB Finland ry:n Tubettajat – opas 2017
  - IAB Finland ry:n Natiivimainonnan opas 2015, blogiyhteistyön opas 2014
  - JSN: Lausuma medialle mainonnan merkitsemisestä 2015
  - Aikakauslehtien liitto: advertoriaalit 2014
- Vlogialustojen oman säännöt ja eettiset ohjeet (esim. Youtube <https://www.youtube.com/t/terms>)

# Markkinoinnin tunnistettavuuden peruseriaatteen

- Markkinoinnin ja mainonnan käsitettä on tulkittava laajasti
- Kuluttajan on voitava tietää, että kyseessä on mainos siitä hetkestä, kun hän näkee kaupallisen viestin tai alkaa lukea sitä
- Jos mainos on esillä paikassa, jota ei ole varattu mainosviesteille, on entistä tärkeämpää selkeästi osoittaa kyseessä olevan mainos
- Katsojalla on lainsäädännön nojalla oikeus voida olla tietoinen siitä, mikä osa sisällöstä on tubettajan aitoa omaa mielipidettä ja mikä osa on jonkun yrityksen lukuun tapahtuvaa kaupallista viestintää
  - toimituksellisen aineiston + yksityisten mielipiteiden erottaminen kaupallisesta viestinnästä
- Jos kohderyhmänä lapset tai nuoret, entistä tiukemmat vaatimukset

# Vastuu lain noudattamisesta yrityksellä

- **Yritys** vastaa markkinointinsa ja muun viestintänsä lainmukaisuudesta, vaikka sen suunnittelisi / toteuttaisi yhteistyökumppani
- Yrityksen lisäksi täydentävään vastuuseen voivat joutua mm.
  - Ammattitubettaja
  - Tubettajia neuvova tai tubettajien ja yritysten välistä yhteydenpitoa järjestävä toimija, kuten tubettajayhteisö
  - Mainosviestin laatinut mainos- tai PR-toimisto
- **kirjallisten yhteistyösopimusten ja ohjeistuksien tärkeys!**

# Vastuu lain noudattamisesta yrityksellä

- Pohjoismaisten kuluttajaviranomaisten linjaus piilomainonnasta 2016
  - Kun elinkeinonharjoittaja maksaa yrityksensä tai tuotteensa näkyvyydestä, ei ole väliä, kuka laittoi sopimuksen alulle tai maksettiinko näkyvyys rahalla, tuotteilla vai mahdollisilla alennuksilla. Myöskään sillä ei ole väliä, onko yritys vaatinut postaukseen tiettyä tyyliä tai sisältöä, eikä sillä, onko sopimus suullinen, kirjallinen vai hiljainen.
- KKV:n blogiohjeistus 18.11.2013
  - Elinkeinoharjoittajalla, joka pyrkii mainostamaan tuotteitaan joko ammattimaisen tai harrastajablogin kautta, on velvollisuus noudattaa aina lainsäännöksiä toiminnassaan. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että yritys on täyttänyt mainonnan tunnistettavuuteen liittyvät velvollisuutensa, kun se on ohjeistanut bloggaajaa toimimaan niin, ettei piilomainontaa harjoiteta.

# Harrastan tubettamista – koskeeko tämä minua?

## – KKV

- Bloggaajalla voi olla myös oma yritys, jonka toimintaan blogi liittyy. Tällöin kirjoittajan on huolehdittava mainonnan tunnistettavuudesta kuluttajansuojalain säännösten mukaisesti
- Blogin pitäjä voi olla myös kuluttaja, jolle bloggaaminen on harrastustoimintaa eikä elinkeino. Tällöin toimintaa ei arvioida kuluttajansuojalain nojalla, mutta tästä huolimatta bloggaajan on hyvä ottaa huomioon mainonnan tunnistettavuutta koskevat säännökset, koska lukija ei muuten voi välttyä piilomainonnalta.

## – HUOM. Yritys vastaa markkinoinnistaan riippumatta siitä

- onko tubettaja yksityishenkilö vai elinkeinonharjoittaja



**MITEN VÄLTÄN PIILOMAINONTASYYTÖKSET?**

# Miten merkitsen kaupallisen yhteistyön tubessa?

- Ei sitovaa, yhdenmukaista käytäntöä tubettajayhteistyön merkitsemisestä
- Se, onko mainosviesti / kaupallinen yhteistyö riittävän hyvin merkitty, perustuu aina kokonaisarviointiin
- Kokonaisarviointiin vaikuttavat
  - Sanavalinnat, fonttikoko, mainosmerkinnän sijainti, esittämissyhteys, kuvavalinnat, kirjasinlaji, tekstin väri, taustan väri, asettelu ja mainokselle valittu media
- Pohjoismaiden kuluttajaviranomaiset
  - *”Jos on epäselvyyttä siitä, voidaanko mainos tunnistaa selkeästi mainokseksi, postaus/viesti tai advertoriaali on riittävän hyvin merkitty, jos se on selkeästi merkitty sanalla **mainos**”*


# Kilpailu- ja kuluttajaviraston blogiohjeistus 18.11.2013

- Kaupallisen yhteistyön merkitseminen
  - ✓ Yhteistyössä yrityksen X / tuotteen X kanssa
  - ✓ Sponsorina yritys X / tuote X
- **Lisäksi** tuotteen arvioinnin yhteydessä:
  - ✓ Saatu blogin kautta yritykseltä X
  - ✓ Sponsorina yritys X / tuote X
  - ✓ Sain tuotteen lahjaksi/ilmaiseksi/arvioitavaksi/lainaan yritykseltä X
  - ✓ Tuote on arvioitu yhteistyössä yrityksen X kanssa
  - ✗ EI: "osa tuotteista saatu blogin kautta" tai "postilaatikkoon kolahti tuote X"


# JSN Lausuma medialle mainonnan merkitsemisestä 2015

- JSN suosittelee tiedotusvälineille kaksiportaista kaupallisen yhteistyön merkitsemistapaa verkossa
  - ✓ Mainos + mainostaja / tuotemerkki; tai
  - ✓ Kaupallinen yhteistyö + mainostaja / tuotemerkki
  - ✗ EI: "yhteistyökumppanin sisältöä", "kumppaniblogi", "sponsoroitua sisältöä", "yhteistyössä"






# MEN 13/2016 (kuva: <https://www.youtube.com/watch?v=5TIXcy1q3RA>)



MINUN KOHTALONI (Destiny The Taken King)

 LaeppäVika   
 Tilaa 240 667

171 088 näyttökertaa

 Lisää soittolistaan  Jaa  Lisää  4 317  126

**Julkaistu 12.9.2015**

This video is sponsored by Activision.  
Tämän videon sponsoroi Activision.

Peli  Destiny  
2014  
Selaa YouTube Gamingissa

# MEN 13/2016: Playstation-pelin mainos Youtubessa: mainoksen tunnistettavuus ja kielenkäyttö

- MEN:iltä **HUOMAUTUS**
- Mainostaja ja tubettaja: "Video on merkitty alalla vallitsevan tavan mukaisesti selkeällä merkinnällä "This video is sponsored by Activision", "Tämän videon sponsoroi Activision".
- MEN katsoi mainoksen olevan ICC:n markkinoinnin perussääntöjen vastainen
  - ICC:n markkinoinnin perussääntöjä sovelletaan myös sellaiseen markkinointiaineistoon, joka ei ole markkinoijan itsensä laatimaa
  - Mainos tulee voida tunnistaa mainokseksi
  - Mainonnan tunnistettavuuden vaatimus korostuu mainonnan uusia muotoja, kuten sosiaalista mediaa, käytettäessä
  - Video on mainos, koska tubettaja viittaa puheessaan Activisionin uuteen peliin erityisesti ja mainosluonteisesti, mm. "Mä haluaisin tämän videon avulla innostaa teitä hommaamaan tän pelin sekä antaa teille mahdollisuuden pelata meidän kanssa"
- Video ei kuitenkaan ole selkeästi tunnistettavissa mainokseksi, koska siinä on ollut merkintä sponsoroinnista. Sponsoroidussa ohjelmassa ei saa rohkaista ostamaan sponsorin tuotetta viittaamalla siihen erityisesti ja mainosluonteisesti (TYK 218 § 3 mom).
- Huomautus myös alatyylisestä kielenkäytöstä lapsille ja nuorille suunnatussa materiaalissa

# MEN 1/2017: Markkinoinnin tunnistettavuus, blogi (Atrian broileritilavierailu)

---

SEPTEMBER 28, 2016

## TUTUSTUMINEN BROILERITILAAN JA TEURASTAMOON

*Yhteistyössä Atria*

Somessa seuraavat huomasivatkin varmaan tovi sitten vierailumme bloggaajaporukalla [Atria](#) Perhetilalla ja tuotantolaitoksella

(Kuva: <http://wtd.fi/tutustuminen-broileritilaan-ja-teurastamoon/>)

# MEN 1/2017: Markkinoinnin tunnistettavuus, blogi (Atrian broileritilavierailu)

- MEN:iltä **VAPAUTTAVA**
- Bloggaaja ja yritys: Blogipostauksessa on noudatettu KKV:n ohjetta, merkintä ”yhteistyössä Atria”
- MEN katsoi, että
  - blogin markkinointia osoittava tunniste ei ollut kuluttajalle helposti havaittava, selkeä ja ymmärrettävä; ja
  - Kuluttaja ei voinut ensisilmäyksellä tunnistaa blogikirjoitusta markkinoinniksi
  - Tunniste on pienikokoinen ja sijoitettu otsikon alle oikeaan reunaan
  - Sama kirjoitustyyppi kuin blogikirjoitus
  - Atria-sana kirjoitettu heikosti erottuvalla vaaleansinisellä sävyllä, joka on sama kuin blogin värimaailma
  - **”yhteistyössä” ei selkeästi ilmaise että kysymys on kaupallisesta yhteistyöstä.**
  - Selkeitä tunnisteenä käytettäviä ilmaisuja olisivat esimerkiksi sanat **”mainos”** tai **”kaupallinen yhteistyö”**.
- MEN: Koska asianosaiset ovat **kuitenkin pyrkineet noudattamaan viranomaisohjeistusta eikä asiasta ole aikaisempaa oikeuskäytäntöä**, MEN ei tällä kertaa antanut yritykselle huomautusta



# Checklist yhteistyön merkitsemistavoista

- ✓ Kaupallinen yhteistyö + yritys ja/tai tuote
- ✓ Mainos + yritys ja/tai tuote
- ✓ Erotuttava selkeästi alustasta mm. fontein, värein, sijoittelultaan
- ✓ HUOM. "Sponsorina yritys X / tuote X" ainoastaan silloin, kun sponsoroinnin edellytykset täyttyvät, ts. kun tubetuksessa ei rohkaista ostamaan sponsorin tuotetta viittaamalla siihen erityisesti ja mainosluonteisesti
- ✓ #kaupallinenyhteistyö / #mainos + #yritys / @yritys + #tuote

# TUBETTAMISEEN LIITTYVÄT SOPIMUKSET

# Sopimus tubettajan ja yrityksen välillä

- yhteistyön sisältö
  - Mitä yhteistyö koskee, mitä tuotteita, missä arviointi tehdään, kuinka usein tubettaja julkaisee, yksinoikeus yms.
  - Käytettävät mediat (sisältyvätkö tubettajan muut somekanavat sopimukseen ja millä ehdoin)
- osapuolten oikeudet ja velvollisuudet
  - immateriaalioikeudet (tavaramerkit, kuvat, musiikki yms.), sisällöstä päättäminen, piilomainonnan kieltö, sisällön poisto, referenssilupa, lain noudattaminen, muut säännöt yms.
  - mieti, onko syytä sopia yhteistyön kommunikointisäännöistä, vrt. MEN 13/2016 – tubettajan kommentit MEN:n päätöksen johdosta
- palkkiot ja kulukorvaukset
- HUOM. yrityksen velvollisuus ohjeistaa tubettajaa (KKV:n ohje)

## Muita tubettamiseen liittyviä sopimuksia

- Tubettajan ja tubettajayhteisön välinen sopimus
- Tubettajan ja managerin / agentin välinen sopimus
- Tubettajan sopimus Youtuben kanssa (tubettajan tärkeää tutustua, jotta tietää, mihin sitoutuu)
- Tekijänoikeuksilla suojattujen sisältöjen hankkimista koskeva sopimus (esim. tubettajan käyttämä musiikki, kuvat ym.)
- Tubetuksessa esiintyvien henkilöiden kanssa tehtävä sopimus / suostumus

# Muista myös muut kanavat: Instagram, Facebook, Snapchat, Twitter...

- Jos yhteistyö kattaa myös tubettajan muut somekanavat kaupallinen yhteistyö tulee merkitä myös siellä
- **#kaupallinen yhteistyö / #mainos sekä**
- **#yritys / @yritys + / #tuote**

# Laura Teirikko, Asianajaja, Senior Associate

- erikoistumisalueet
  - digi- ja somejuridiikka
  - immateriaalioikeus
  - IT- ja teknologiaoikeus
  - markkinointijuridiikka
  - tietosuojajuridiikka
- asianajotoiminnan lisäksi mm.
  - IAB Finland ry: sosiaalisen median työryhmän jäsen 2015-, tietosuoja task forcen jäsen 2015-
  - MARK ry: juristipiirin johtokunnan jäsen 2014-
  - ASML ry: Reilun Pelin ryhmän jäsen 2015-
  - Muotioikeuden yhdistyksen hallituksen jäsen 2015-



**Laura Teirikko**

Asianajaja  
laura.teirikko@eversheds.fi

M 050 466 1544  
@LauraTeirikko