

Valtuutettu Maija Kuivalaisen ynnä muiden valtuustoaloite ilmasto- ja ympäristöhaitallisesta mainonnasta vapaasta kaupunkitilasta

KV 28.03.2022 § 40

Valtuutettu Maija Kuivalainen jätti 28.3.2022 valtuuston puheenjohtajalle valtuustoaloitteen ilmasto- ja ympäristöhaitallisesta mainonnasta vapaasta kaupunkitilasta.

Valtuustoaloitteen olivat allekirjoitteet myös Ville-Pekka Timonen, Wilma Poutanen, Helmi Vanhanen, Ella Partanen, Alia Dannenberg, Maura Häkki ja Anni Järvinen.

Päätös:

Lähetettiin kaupunginhallituksen valmisteltavaksi.

KRAKLIK 10.05.2022 § 78

Kaupunginhallitus päätti kokouksessaan 4.4.2022 § 138 lähettää asian kaupunkiympäristöpalveluiden valmisteltavaksi.

Aloitteessa vaaditaan, että kaupungin tulee muuttaa ulkomainosyriysten kanssa tekemänsä vuokrasopimusta siten, että sopimusehdot kieltävät mainospaikkojen käyttämisen ilmastohaitalliseen ulkomainontaan ja että sama muutos tulisi tehdä kaikkien kaupungin määräysvallassa olevien organisaatioiden vuokrasopimuksiin, mikäli nämä vuokraavat tilaa ulkomainosyhtiöille. Lisäksi asiaa tulisi edistää myös niissä yhteyksissä, joissa kaupunki vaikuttaa ja joissa ulkomainontaa on sijoitettuna.

Kaupungilla on kolme voimassa olevaa sopimusta ulkomainoslaitteiden sijoittamisesta:

- JCDecaux Finland Oy:n kanssa tehty sopimus koskee odotuskatoksia, kaupunkitiedotustauluja ja roskakoreja, pyöreitä pilareita, ns perinteisiä mainosvälineitä (kolmiopilarit, kaupunkitaulut, pylvästaulut) ja digitaalisia kaupunkitiedotustauluja. Sopimus on voimassa toistaiseksi vuoden kerrallaan. Irtisanomisaika on 24 kuukautta. Sopimuksen mukaan toisen osapuolen vaatimuksesta voidaan ryhtyä neuvotteluihin sopimuksen muuttamisesta, mikäli sopimuksen voimassa ollessa mm lainsäädäntö tai mainontaan liittyvät säännökset muuttuvat. Sopimus ei sisällä mainonnan sisältöä koskevia ehtoja.
- Osuva Media Oy:n kanssa tehty sopimus koskee valomainostaulujen sijoittamista sopimuksessa määriteltyihin paikkoihin Joensuun keskustan alueella. Sopimus on voimassa 31.12.2030 saakka. Sopimuksen mukaan mainosten on oltava sisällöltään Suomen lain ja hyvän markkinointitavan mukaisia.
- Atlas-Media Oy:n kanssa tehty sopimus koskee katuvalopylväisiin asennettavia mainospaikkoja. Sopimus on voimassa 31.12.2023 saakka ja sen jälkeen vuoden kerrallaan. Irtisanomisaika on kolme kuukautta. Sopimuksen mukaan mainoslaitteissa olevien julisteiden tulee olla hyvän tavan mukaisia.

Sopimusten muuttaminen kesken sopimuskauden ei ole mahdollista ilman molempien osapuolten suostumusta. Aikaisintaan sopimusten päätyttyä ja mahdollisista uusista sopimuksista neuvoteltaessa on mahdollista neuvotella mainosten sisältöön liittyvistä seikoista.

Mikäli kaupunki haluaisi tuleviin sopimuksiin ehtoja, jotka rajoittavat mainoslaitteissa esitettävän mainonnan sisältöä valtuustoaloitteessa esitetyllä tavalla, ongelmaksi tulisivat muodostumaan ainakin rajoitusten hyväksyttävyyys ja mahdollisten rajoitusten täsmällinen ja yksiselitteinen määrittely.

Hyväksyttävyyden näkökulmasta kyse on siitä, että rajoitukset koskisivat sellaista mainontaa, joka ei ole kielletty lainsäädännöllä, lakia alemman asteisilla säännöksillä eikä myöskään mainonnan itsesäätelyä ilmentävillä ohjeilla tai suosituksilla. Jotta sopimusehto olisi täsmällinen ja siten täytäntöön pantavissa, että ulkomainosyrittäjään voitaisiin tarvittaessa kohdistaa sopimusrikkomuksen perusteella seuraamuksia, kaupunki joutuisi käymään keskustelun ja luomaan omat "ei sallittua" -ulkomainontaa koskevat norminsa. Tällä hetkellä yhteiskunnassa ei vallitse minkään tasoista yksimielisyyttä siitä, mitkä tuotteet ovat sillä tavoin ilmastolle ja ympäristölle haitallisia, että ne voitaisiin tällä tavoin yksittäisen kunnan toimielimen päätöksin julistaa hyljekestäviksi.

Ilman ilmastolle ja ympäristölle haitallisten tuotteiden täsmällistä ja yksiselitteistä määrittelyä rajoitusta koskevalla sopimusehdolla ei ole merkitystä.

On mahdollista, että yhteiskunnallinen keskustelu ja päätöksenteko johtaa siihen, että lainsäädännön tasolla määritellään ilmastoon ja ympäristöön liittyviä tuotteita, joiden valmistusta ei kielletä, mutta joiden markkinointiin halutaan puuttua samalla tavalla kuin tällä hetkellä mm. tupakkatuotteiden tai uhkapelien markkinointiin. Tällöin kiellot syntyvät normaalin parlamentaarisen keskustelun ja lainvalmistelun kautta ja ne sitovat ilman sopimusmuutoksia kaikkea mainontaa. Tällöin myös tuotteiden valmistajien ja markkinoijien oikeusturva tulee asianmukaisesti huomioiduksi.

Joensuun kaupungin omilla yksittäisiä ulkomainospaikkoja koskevilla kielloilla ei voida olettaa olevan vaikutusta ilmastoon tai ympäristön tilaan.

Kaupunki käy keskustelun nykyisten sopimuskumppaneiden kanssa mainonnan sisällöstä ilmastohaitallisen mainonnan näkökulmasta, mutta kaupunki ei voi yksipuolisesti ryhtyä tässä vaiheessa toimenpiteisiin ulkomainontaa koskevien sopimusten muuttamiseksi.

Valmistelijat: yhdyskuntalakimies Juha Martikainen
kaupungininsinööri Tero Toivanen

Kaupunkiympäristöjohtajan päätösehdotus:

Kaupunkirakennelautakunta päättää

esittää kaupunginhallitukselle, että se antaisi edellä kirjoitetun vastauksen valtuutettu Maija Kuivalaisen ynnä muiden valtuustoaloitteeseen ilmasto- ja ympäristöhaitallisesta mainonnasta vapaasta kaupunkitilasta.

Päätös:

Hyväksyttiin yksimielisesti.

KH 16.05.2022 § 198

Kaupunginjohtajan päätösehdotus:

Kaupunginhallitus ehdottaa, että kaupunginvaltuusto päättää

merkitä edellä olevan vastauksena valtuutettu Maija Kuivalaisen ynnä muiden valtuustoaloitteeseen ja todeta aloitteen loppuun käsitellyksi.

Päätös:

Hyväksyttiin yksimielisesti.

Ehdotus:

Kaupunginhallitus ehdottaa, että kaupunginvaltuusto päättää

merkitä edellä olevan vastauksena valtuutettu Maija Kuivalaisen ynnä muiden valtuustoaloitteeseen ja todeta aloitteen loppuun käsitellyksi.

Keskustelu:

Asiassa käytiin keskustelu, jossa kaksi valtuutettua käytti puheenvuoron.

Keskustelussa ei tehty päätösehdotuksesta poikkeavia esityksiä.

Päätös:

Hyväksyttiin yksimielisesti.

Valtuustoaloite: Ilmasto- ja ympäristöhaitallisesta mainonnasta vapaa kaupunkitila

Ylikuluttaminen on yksi suurimmista ilmastonmuutoksen etenemisen ja luonnon köyhtymisen syistä. Suomalaisten ylikulutuspäivä on tänä vuonna jo torstaina 31.3.2022. Suomalaisten ylikulutuspäivä tarkoittaa sitä päivämäärää, jolloin suomalaiset ovat kuluttaneet laskennallisesti osansa maapallon luonnonvaroista.

Kun kansakunnat, yritykset ja kotitaloudet velkaantuvat ekologisesti yhä syvemmin, ne lopulta romahtavat. Luonnonvarojen ylikulutus ja ilmastonmuutos kiihdyttävät toisiaan luoden hyvin uhkaavan tulevaisuushorisontin. Näiden uhkakuvien ratkaiseminen ja tulevaisuuden turvaaminen tulevillekin sukupolville on vielä kuitenkin mahdollista. Siitä poliittisilla päättäjillä on vastuu ja siinä onnistumiseksi myös kulutuskulttuuria on muutettava.

Joensuun kaupunki on sitoutunut ilmastokriisin vastaiseen taisteluun sekä edistämään kestävästä kehitystä. Aidosti hiilineutraali ja pian sen jälkeen hiilinegatiivinen Joensuu sekä kestävä kehityksen toteutuminen ei ole kuitenkaan mahdollista ilman ylikulutustaloudesta siirtymistä kestävään, ekososiaaliseen hyvinvointia luovaan kiertotalouteen. Kestävä kulutus onkin yksi Joensuun ilmasto-ohjelman teemoista ja Joensuun kaupungin tulisi kannustaa asukkaita kuluttamaan kestävämminkin myös muilta osin kuin ruokahävikin ja jätteiden suhteen. Siksi Joensuun kaupungin tulisi alkaa rajoittamaan Joensuun kaupungin vuokraamalla ulkomainontapaikoilla tapahtuvaa ilmasto- ja ympäristöhaitallisten tuotteiden mainontaa sekä markkinointia. Tekojemme tulisi vastata sitoumuksiamme täysin, ei vain osittain. Ilmasto- ja ympäristöhaitallinen mainonta on strategisten arvojemme sekä tavoitteidemme vastaista.

Teot menettävät merkitystään, kun kaupunki samanaikaisesti vuokraa ulkomainontapaikkoja markkinoinnille, jolla pyritään lisäämään ilmasto- ja ympäristöhaitallisten tuotteiden ja palveluiden kuluttamista. Näin kaupunki hyväksyy kuluttajavalintojen voimakkaan ohjaamisen ilmastolle ja ympäristölle haitallisen kuluttamisen suuntaan. Joensuun kaupungin tulee tehdä ilmastotekoja myös kaupunkilaisten kulutuskäyttäytymisen osalta sekä tukea heitä kulutusperäisten päästöjen vähentämiseksi. Kaupunki ei voi pakottaa kaupunkilaisia kuluttamaan ilmastoystävällisellä tavalla, mutta olisi vastuullista lopettaa kaupunkilaisten ohjaaminen ilmastohaitallisten tuotteiden, kuten lentomatkojen, lihatuotteiden ja suoraan fossiiliteollisuuteen liittyvien tuotteiden, kuluttamiseen. Jotta kulutuskäyttäytyminen muuttuisi, on kaupungin tehtävä kansalaisten ilmastoystävällisistä valinnoista helppoja. On selvää, että jatkuva ilmastohaitallisten tuotteiden ja palveluiden mainostaminen ulkomainonnalla on omiaan heikentämään kuluttajien mahdollisuuksia tehdä ilmastoystävällisiä valintoja. Kuluttajavalintojen vähentäminen pelkällä valistuksella on vain paikoin tehokasta, etenkin, jos samaan aikaan kuluttajille syötetään toisenlaista viestiä.

Kaupungin ei tule edistää mainospaikoillaan markkinointia, joka houkuttelee ilmastohaitallisten tuotteiden yhä kasvavaan kulutukseen. Samoin olisi tärkeää tarkastella, kuinka paljon Joensuun kaupungin tiloja on ylipäättään käytettävää mainostamiseen. Ulkomainonta on erityisen ongelmallista siksi, että joensuulainen ei voi välttyä näkemästä ulkomainontaa. Julkisten tilojen tulisi olla vapaita kaikesta sellaisesta sisällöstä, joka aktiivisesti ohjaa kaupunkilaisia ilmastolle haitallisiin toimiin. Ulkomainontalaitteille on asetettu ulkonäöllisiä ja teknisiä standardeja. Lisäksi osa kaupungista on jo nyt rajattu mainonnan ulkopuolelle (esimerkiksi arvokkaat rakennukset ja hautausmaat). Mainontaa myös yleisellä tasolla rajaavat jo tällä hetkellä tietyt eettiset periaatteet. Ilmasto- ja ympäristöhaitallisuus on perusteltu kriteeri mainonnan rajoittamiseen Joensuun kaupungin vuokraamilla mainospaikoilla.

Joensuun kaupungin tulisi liittyä esimerkillä johtavien tulevaisuuskaupunkien joukkoon. Joulukuussa 2020 Amsterdamin valtuusto hyväksyi mietinnön, jossa päätettiin selvittää lentomatkailun ja fossiiliteollisuuden mainonnan rajoittamista kaupungissa. Ulkomainonnan sisällöllisiä rajoituksia on asetettu lisäksi muun muassa Pariisissa ja ulkomainonta on kielletty kokonaan esimerkiksi Sao Paolossa. Suomessa Helsingin kaupunki on päättänyt huomioida ulkomainontaa koskevissa kilpailutuksissaan ulkomainonnan ympäristönäkökohdat ja kannustaa siten mainoslaiteyrityksiä tekemään ympäristöystävällisempiä valintoja. Lisäksi Tampereen kaupungilla on käynnistetty selvitys ilmastohaitallisen mainonnan kieltämiseksi valtuustoaloitteen pohjalta.

Joensuun kaupungin tulisi muuttaa ulkomainosyritysten kanssa tekemäänsä vuokrasopimusta siten, että sopimusehdot kieltävät mainospaikkojen käyttämisen ilmastohaitalliseen ulkomainontaan. Sama muutos tulisi tehdä kaikkien Joensuun kaupungin määräysvallassa olevien organisaatioiden vuokrasopimuksiin, mikäli nämä vuokraavat tilaa ulkomainosyhtiöille. Asiaa tulee edistää myös niissä yhteyksissä, joissa kaupunki vaikuttaa ja joissa ulkomainontaa on sijoitettuna.

Me allekirjoittaneet valtuutetut esitämme, että Joensuun kaupunki selvittää keinot ilmasto- ja ympäristöhaitallisen ulkomainonnan kieltämiseksi Joensuussa.

Joensuussa 28.3.2022

MAIJA KUIVALAINEN

Maija Kuivalainen

Ville-Pekka Timonen

VILLE-PEKKA TIMONEN

Wilma Poutanen

Wilma Poutanen

Helmi Vanhanen
Helmi Vanhanen

*Sähköpostitse ilmoittivat
aloitteeseen osallistumisesta:*

Ella Partanen

Aliq Dannenberg

Maura Häkki

Anni Järvinen