

<https://kauppakamari.fi/men-30-2021-vantaan-kaupunki/>

LAUSUNTOTIIVISTELMÄ: Kaupungin kampanja, jonka tavoitteena oli aktivoida nuoria aikuisia ottamaan koronavirusrokote, oli hyvän tavan mukainen.

Lausuntopyyntö

Mainonnan eettinen neuvosto on saanut useita lausuntopyyntöjä yksityishenkilöiltä Vantaan kaupungin kampanjasta, jonka tarkoituksena on ollut kannustaa nuoria aikuisia koronarokotteen ottamiseen. Julkaisut on julkaistu Sonja Hyttisen ja Linda Ekrothin Instagram-tileillä. Lausunnonpyyntäjien käsityksen mukaan:

- Kampanja on asiaton ja vastuuton, koska rokotteen vaikutusta terveyteen ei ole tutkittu. Rokotteilla on ehdollinen myyntilupa, joten tutkimukset ovat kesken. Nuorien sosiaalisen median vaikuttajien kautta mainokset ovat tavoittaneet myös lapset ja nuoret.
- On edesvastuutonta mainostaa tutkimatonta ja poikkeusluvalla pistettävää injektiota nuorille.
- Muitakaan reseptilääkkeitä ei saa mainostaa.
- Kokeellisen tutkimattoman geeniterapiapiikin markkinoiminen etenkin lapsille ja nuorille on epäeettistä.
- Suurta vaikutusvaltaa käyttävä somevaikuttaja pyrkii manipuloimaan nuoria, jotta nämä ottaisivat ihmiskokeella testattavia injektioilääkkeitä, jotka saavat viralliset myyntiluvat aikaisintaan vuonna 2023. Suomen laki on ihmisoikeuksia ja hyvinvointia varten, eikä mikään taho voi rikkoa sitä.

Kampanja

Vantaan kaupungin kampanja on toteutettu Instagramissa. Sonja Hyttisen (Instagram-käyttäjänimi sossi) tilillä on seuraava julkaisu:

Kaupallinen yhteistyö @vantaankaupunki kanssa ❤️👉 Askeleen lähempänä normaalia elämää, maskittomuutta, tapahtumia ja matkustusta! Mun perjantai starttasi koronarokotuksella, kätevästi löytyi rokotuspiste ihan meidän läheltä. Käy säkin ottamassa omasi! (omasta tahdosta) Yhteisen hyvän puolesta ❤️ Kivaa ja aurinkoista viikonloppua kaikille 😊 #vantaa #koronarokotus

Linda Ekrothin (Instagram-käyttäjänimi lindaekroth) tilillä on julkaistu seuraava julkaisu:

Kaupallinen yhteistyö @vantaankaupunki ❤️ Vuosina 1997-2001 syntyneet Vantaalla asuvat pääsevät nyt varaamaan ajan koronarokotukseen 🙏

Kävin itse varaamassa oman rokotusajan heti kun se oli mahdollista pari viikkoa sitten ja sainkin ajan jo seuraavalle viikolle Myyrmäen pisteeseen. Rokotuksen otto sujui tosi nopeesti ja näppärästi! Yllätyin myös siitä, että hädin tuskin tunsin pistoksen 😊 Mulle ei myöskään tullut mitään oireita jälkikäteen 🙏 Sain samalla varattua jo seuraavan rokotusajan syyskuulle ✓

MIKSI otin rokotteen? Haluan miettiä tässä tilanteessa yhteiskunnan etua, sillä mitä useampi meistä nyt puhaltaa yhteen hiileen, sitä nopeammin pääsemme taas elää normaalisti 🙏 Haluan pystyä tulevaisuudessa taas matkustaa, nähdä riskiryhmässä olevia ystäviä/perhettä, käydä festareilla, olla ilman maskia jne. Sekä myös varmistaa, etten itse sairastu! Vaikka et itse pelkää sairastumista, ottamalla rokotteen suojaat heitä, joilla ei ole itse mahdollisuutta ottaa rokotusta oman sairauden takia ❤️

Päaset varaaman oman rokotusaikasi stoorin linkistä tai www.koronarokotusaika.fi 📖
#vantaa #koronarokotus

Vantaan kaupungin vastaus

Vantaan kaupunki teki vaikuttajakampanjan 18.–19.6.2021 yhteistyössä kahden vaikuttajan kanssa. Kampanjan tavoitteena oli viestiä 20–24-vuotiaille mahdollisuudesta varata koronarokotusaika. Kampanjaa ei suunnattu lapsille ja nuorille, vaan vuosina 1997-2001 syntyneille nuorille aikuisille. Vaikuttajien omien kanavien lisäksi emme tehneet muuta mainontaa. Sisällöissä ei nostettu esille itse rokotetta. Pää tavoitteena oli saada aktivoitua ihmisiä rokottautumaan ja muistuttaa muutoinkin korona-ajan terveysturvallisuudesta, jotta pääsisimme takaisin normaaliin arkeen mahdollisimman pian. Vaikuttajat valitsevat itse aiheet, joista ovat halukkaita tekemään kampanjan ja vaikuttajamarkkinointi on yksi kaupungin käyttämistä markkinoinnin kanavista.

Sekä valtioneuvosto että maan tärkeimmät terveysviranomaiset, kuten sosiaali- ja terveysministeriö ja Terveiden ja hyvinvoinnin laitos, ovat linjanneet, että koronarokotteen ottaminen edistää ja turvaa suomalaisten terveyttä. Kampanjoidessaan rokotteen ottamisen puolesta Vantaan kaupunki toimii tämän yleisesti hyväksytyyn strategiaan mukaisesti. Emme mainosta tiettyä rokotetta tai lääkeyritystä, vaan kampanjoimme yleensä koronarokotteen ottamisen puolesta. Erityisen tärkeitä rokotukset ovat juuri kampanjan kohderyhmälle eli sosiaalisesti aktiivisille nuorille aikuisille, joiden parissa koronatartunnat ovat voimakkaassa kasvussa.

Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus Fimean vastaus

Mainonnan eettisen neuvoston pyynnöstä Fimea tarkentaa lääkkeiden myyntilupiin liittyviä määritelmiä ja niiden taustaa.

Myyntilupa ja ehdollinen myyntilupa: Myyntiluvan tai ehdollisen myyntiluvan saanut lääke ei ole kokeellinen tai tutkimaton.

Poikkeuslupa: Fimea voi perustellusta syystä myöntää eräkohtaisen vapautuksen myyntiluvan tai rekisteröinnin ehdoista, jos Suomen lääkehuollolle kriittisen valmisteen saatavuudessa olisi muutoin odotettavissa saatavuuskatkos. Lupa voidaan myöntää vain valmisteelle, jolla on voimassa oleva myyntilupa tai rekisteröinti.

Ehdollinen myyntilupa: Lääkkeelle ja rokotteelle voidaan myöntää joko tavallinen tai ehdollinen myyntilupa. Myyntiluvan tyypistä riippumatta valmisteen hyötyjen pitää olla aina suuremmat kuin tiedossa olevien haittojen. Hyväksyttävät haittavaikutukset pitää aina suhteuttaa lääkkeellä hoidettavaan sairauteen. Vaatimukset rokotteille ovat tiukat, koska valtaosa rokotteista annetaan terveille ihmisille.

Tavallinen myyntilupa voidaan myöntää, kun hakijan toimittama dokumentaatio on niin kattava, ettei keskeisiä asioita jää selvitettäväksi myyntiluvan myöntämisen jälkeen. Ehdollinen myyntilupa voidaan myöntää vähäisemmän kliinisen näytön perusteella, jos kyseessä on lääke, jolla a) pyritään hoitamaan, ehkäisemään tai diagnosoimaan vammauttavaa tai hengenvarallista sairautta, b) jota käytetään hätätilanteessa vastaamaan kansanterveydelliseen uhkaan, kuten pandemia, tai c) jos kysymyksessä on harvinaislääke.

Hätätilanteessa ehdollinen myyntilupa voidaan myöntää myös silloin, kun prekliiniset ja/tai farmaseuttiset tiedot eivät ole täydelliset. Kuitenkin näissäkin tilanteissa seuraavien vaatimusten tulee aina täytyä: Tuotteen hyödyt ovat suuremmat kuin haitat. On todennäköistä, että hakija pystyy toimittamaan täydelliset tiedot sovitussa aikataulussa. Puutteellisen lääketieteellisen hoidon tarpeet täytyvät. Lääkkeen tai rokotteen välittömästä saatavuudesta markkinoilla kansanterveydelle koituvat hyödyt ovat suuremmat kuin lisätietojen puuttumiseen liittyvät riskit.

Ensimmäisten Covid-rokotteiden kohdalla kaikkien ehdollisen myyntiluvan ehtojen on katsottu täyttyneen, ja myyntiluvat on myönnetty ehdollisena. Myyntiluvan ehdoksi asetettiin erityisvelvoitteita toimittaa lisää informaatiota sekä farmaseuttisesta että kliinisestä tutkimuksesta. Näin saadaan esimerkiksi lisää tietoa pidempiaikaisesta seurannasta.

Ehdollinen myyntilupa on voimassa vuoden. Lupa voidaan uusia vuosittain, jos erityisvelvoitteet on hoidettu sovitun aikataulun mukaisesti. Erityisvelvoitteiden lisäksi näihin rokotteisiin liittyy huomattavan paljon erilaisia riskien minimointi-, hallinta- ja seurantatoimia.

Lisäksi Fimea toteaa, että se valvoo lääkkeiden markkinointia. Lääkkeiden markkinoinnin määritelmää käsitellään tarkemmin lääkeasetuksen (693/1987) 25 §:ssä. Sen mukaan lääkelain ja lääkeasetuksen tarkoittamaa markkinointia ei ole muun muassa ihmisten terveyttä tai sairauksia käsittelevät kirjoitukset, jos niillä ei pyritä edes epäsuorasti lisäämään lääkkeen myyntiä, sekä viranomaisen hyväksymiä rokotuskampanjoita koskeva tiedottaminen väestölle.

Fimea katsoo, että kuntien aloitteesta toteutettu koronarokotekattavuutta edistävä viestintä ei ole lääkelain tai -asetuksen tarkoittamaa lääkkeen markkinointia, vaan terveysviestintää. Kunta arvioi asiaa alueellaan kokonaisuutena ottaen huomioon epidemiatilanteen eri vaiheet ja tautitilanne.

Ministeriön linjauksen mukaan koronarokotuksiin liittyvän viestinnän tavoitteena on muun muassa saada riittävä rokotekattavuus. Ministeriön linjauksissa yksi viestinnällinen rooli on annettu myös kunnille. Fimean mukaan kunnilla on mahdollisuus toteuttaa rokotteisiin liittyvää kampanjointia väestölle, eikä Fimea lähtökohtaisesti valvo kuntien rokotuskampanjoita lääkkeiden markkinointina.

Mainonnan eettisen neuvoston lausunto

Mainonnan eettisen neuvoston säännöt

Mainonnan eettisen neuvoston sääntöjen 1 kohdan mukaan neuvosto on elinkeinoelämän itsesääntelytoimielin. Sen tehtävänä on antaa lausuntoja siitä, onko mainos tai muu menettely

markkinoinnissa hyvän tavan vastaista ottaen huomioon Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisäännöt. Neuvosto ei ota kantaa poliittisen tai uskonnollisen mainonnan sisältöön. Neuvosto voi antaa ennakkolausuntoja (Copy Advice).

Neuvosto ei anna lausuntoja siitä, onko mainonta tai muu markkinointi lainvastaista.

Asian arviointi

Asiassa on kysymys Vantaan kaupungin kampanjasta, jonka tavoitteena on ollut kannustaa nuoria aikuisia ottamaan koronavirusrokote. Kampanja on toteutettu Instagramissa. Kampanjassa ei ole yksilöity tiettyä rokotevalmistetta. Lausunnonpyytäjät ovat katsoneet, että koronavirusrokotteen ottamiseen kannustaminen on hyvän tavan vastaista, koska rokotteen vaikutusta terveyteen ei ole tutkittu. Eräiden lausunnonpyytäjien käsityksen mukaan menettely on ollut lain vastaista. Vantaan kaupungin mukaan koronavirusrokotteen ottaminen edistää ja turvaa suomalaisten terveyttä. Erityisen tärkeitä rokotukset ovat kampanjan kohderyhmälle 20–24-vuotiaille eli sosiaalisesti aktiivisille nuorille aikuisille, joiden keskuudessa koronavirustartunnat ovat olleet voimakkaassa kasvussa kampanjan julkaisemisen aikaan.

Mainonnan eettinen neuvosto toteaa, että asiassa ei ole kysymys kaupallisesta kampanjasta. Mainonnan eettinen neuvosto on kuitenkin vakiintuneesti ottanut kantaa nyt kysymyksessä olevan kaltaisiin yhteiskunnallisiin kampanjoihin, minkä vuoksi se antaa asiassa lausunnon.

Mainonnan eettinen neuvosto on kuullut asiassa Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus Fimeaa. Viranomaisen on neuvoston taustatiedoksi toimittanut edellä ilmenevän vastauksen. Vastauksesta muun ohessa ilmenee, että arvioitavana olevassa asiassa on ollut kysymys rokotekattavuutta edistävästä terveystietoisuudesta.

Kysymyksessä olevaa kampanjaa kokonaisuutena arvioiden mainonnan eettinen neuvosto katsoo, ettei kampanja ole hyvän tavan vastainen.

Mainonnan eettinen neuvosto toteaa, että rokotteita koskevaa faktapohjaista informaatiota on helposti saatavilla esimerkiksi Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen verkkosivuston alisivustolla ”Rokotteet ja koronavirus”. Sosiaali- ja terveysministeriön verkkosivuston mukaan rokotteet ovat yksi tehokkaimmista keinoista tartuntatautien torjumiseksi.

Asian käsittelyyn ovat osallistuneet mainonnan eettisen neuvoston puheenjohtaja varatuomari Päivi Romanov ja jäsenet vastaava päätoimittaja Iina Artima-Kyrki, varatuomari Sanna Holkeri, varatuomari Pia Kumpulainen, Head of Strategic Branding & CI Caroline Lilius, Senior Advisor Tommi Pelkonen, kuluttaja-asiainneuvos Anja Peltonen ja oikeustieteen kandidaatti Johanna Suurpää.

Päivi Romanov
puheenjohtaja

Paula Paloranta
sihteeri

ASIASANAT: TERVEYSVIESTINTÄ, PANDEMIA

Lausunto: MEN 30/2021
Markkinoija: Vantaan kaupunki

Media: Sonja Hyttinen (Instagram-käyttäjänimi: sosssi)
Linda Ekroth (Instagram-käyttäjänimi: lindaekroth)
Kuultava: Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus Fimea
Alusta: Instagram
Päätös: Vapauttava lausunto