



VASTUULLINEN LAHJOITTAMINEN RY

Suosituksset yleishyödyllisten yhteisöjen ja vaikuttajien väliseen yhteistyöhön sosiaalisessa mediassa (15.4.2021)

Suosituksen tarkoituksena on ohjeistaa yleishyödyllisiä yhteisöjä ja vaikuttajia siitä, kuinka yhteistyötä toteutetaan yksityishenkilöille kohdennetussa vaikuttajamarkkinoinnissa ja -viestinnässä. Suosituksissa ohjeistetaan yleishyödyllisiä yhteisöjä ja vaikuttajia siitä, kuinka yhteistyöstä kerrotaan vastuullisesti.

Vaikuttajayhteistyö = yleishyödyllisen yhteisön ja vaikuttajan välinen yhteistyö, jonka tavoitteena on esimerkiksi yhteisön brändin tunnettuuden kasvattaminen tai varainhankinnan edistäminen.

Yleishyödyllinen yhteisö = voittoa tavoittelematon yhdistys tai säätiö, joka toimii yleishyödyllisesti sekä yleiseksi hyväksi ja sen toiminta ei kohdistu vain rajoitettuihin henkilöpiireihin.

Vaikuttaja = henkilö, jolle vaikuttaminen tuottamalla sisältöä sosiaaliseen mediaan on lähtökohtaisesti elinkeino, on ammattimainen vaikuttaja. Henkilö, jolle sisällön tuottaminen sosiaaliseen mediaan on harrastustoimintaa, on harrastajavaikuttaja.

Yhteisön varainhankinta ja vaikuttajayhteistyö

Suomessa rahankeräyslaki säätelee yhteisöjen rahankeräystoimintaa, joka on pääsääntöisesti luvan- tai ilmoituksen varaista. Rahankeräyslakia sovelletaan vastikkeettomien kerta- ja kuukausilahjoitusten pyytämiseen niin yksityishenkilöiltä kuin yrityksiltä. Monia muita varainhankinnan muotoja kuten jäsenhankintaa, hyväntekeväisyystapahtumia, arpajaisia, merkkipäivä- ja testamenttilahjoittamista ei säädetä rahankeräyslaissa. Vaikuttaja ja yhteisö voivat tehdä sopimukseen perustuvaa yhteistyötä myös liittyen yhteisön brändin, tuotteen tai palvelun tunnettuuden kasvattamiseen. Monet yhteisöt tuottavat palveluja heikoimmassa asemassa oleville henkilöille ja näiden edunsaajien huomioiminen yhteistyön toteutuksessa on hyvä sopia erikseen. Suosituksia yleishyödyllisten yhteisöjen ja vaikuttajien väliseen yhteistyöhön sosiaalisessa mediassa voi soveltaa niin rahankeräykseen, varainhankintaan kuin muuhun sisällöllisesti sovittuun yhteistyöhön.

Vaikuttajayhteistyö syntyy, kun yhteisö ja vaikuttaja tekevät sopimuksen sisällöntuotannosta, joka liittyy esimerkiksi yhteisön rahankeräystoimintaan. Vaikuttajayhteistyön sovittu toteutus voi olla esimerkiksi vaikuttajan julkaisema yhteisöä käsittelevä video-, audio- tai kuvajulkaisu tai blogikirjoitus. Suositukset koskevat kaikkia sosiaalisen median kanavia ja palveluita kuten Instagram, YouTube, blogit tai podcastit.

Vaikuttajayhteistyötä voidaan toteuttaa korvauksetta (pro bono) tai vaikuttaja saa yhteisöltä sovittun kohtuullisen korvauksen yhteistyöstä.

- Jos yhteistyötä tehdään korvausta vastaan, niin siitä ehdotetaan käytettäväksi merkintää 'kaupallinen yhteistyö' tai 'mainos'.
- Jos yhteistyötä tehdään ilman sovittua korvausta, niin siitä ehdotetaan käytettäväksi merkintää "hyväntekeväisyysyhteistyö" tai "pro bono yhteistyö".

Periaatteet ja arvot vaikuttajayhteistyöhön

Rehellisyys: Yhteisöt ja vaikuttajat toimivat rehellisesti ja totuudenmukaisesti, jotta kansalaisten luottamus turvataan. *Rahankeräyslaissa määritellään tiedot, jotka ainakin on lahjoitusta pyydettyessä annettava yleisölle selkeästi ja ymmärrettävästi.*

Kunnioitus: Yhteisöt ja vaikuttajat huomioivat yhteistyössään kunnioituksen, yhdenvertaisuuden ja syrjimättömyyden ammattiryhmiä, työyhteisöjä sekä lahjoittajia ja edunsaajia kohtaan. *Rahankeräyslain mukaan kiellettyä on häiritä, pakottaa tai muutoin painostaa lahjoittajaa tekemään lahjoituspäätöksen.*

Avoimuus: Yhteisöt ja vaikuttajat toimivat avoimesti ja huomioiden vastuun kansalaisten luottamuksesta. Vastuullinen ja vaikuttava viestintä on totuudenmukaista. *Rahankeräyslain mukaan kiellettyä on antaa yleisölle totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja keräyksestä.*

Yhteisön elinkeinotoiminnan edistäminen ja vaikuttajayhteistyö

Kuluttajansuojalaki koskee mainonnan tunnistettavuutta. Kuluttajalla on oikeus tietää, milloin häneen yritetään vaikuttaa kaupallisesti. Yleishyödyllinen yhteisö voi rahankeräyksen ja varainhankinnan lisäksi harjoittaa elinkeinotoimintaa. Jos yleishyödyllinen yhteisö tekee vaikuttajan kanssa yhteistyötä, jolla edistetään yhteisön elinkeinotoimintaa, tuotteen tai palvelun myyntiä, noudetaan vaikuttajayhteistyössä Kilpailu – ja kuluttajaviraston linjausta (26.4.2019) 'Vaikuttajamarkkinointi sosiaalisessa mediassa'. Linjauksessa ohjeistetaan yrityksiä ja vaikuttajia siitä, kuinka kaupallisesta yhteistyöstä pitää kuluttajansuojalain mukaan kertoa kuluttajille kohdennetussa vaikuttajamarkkinoinnissa.

YHTEISTYÖSSÄ

#pingethics