

## **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 kestävää kehitystä. Aidosti hiilineutraali ja pian sen jälkeen hiilinegatiivinen Joensuu sekä kestävä kehityksen toteutuminen ei ole kuitenkaan mahdollista ilman ylikulutustaloudesta siirtymistä kestävään, ekososiaalista hyvinvointia luovaan kiertotalouteen. Kestävä kulutus onkin yksi Joensuun ilmasto-ohjelman teemoista ja Joensuun kaupungin tulisi kannustaa asukkaita kuluttamaan kestävämmiin 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*