



Majandus- ja  
Kommunikatsiooniministeerium  
info@mkm.ee

Teie 31.01.2024 nr 2-1/293-1,  
MKM/24-0092/-1K

Meie 27.02.2024 nr 1.1-11/550-2

**Reklaamiseaduse muutmise  
seaduse eelnõu  
väljatöötamiskavatsuse  
kooskõlastamine**

Austatud härra Riisalo

Rahandusministeerium kooskõlastab reklaamiseaduse muutmise seaduse eelnõu väljatöötamiskavatsuse (edaspidi *VTK*) järgmiste märkustega:

1. VTK kohaselt on 2024. aastal kavas tellida uuring reklaami seoste kohta tarbijakäitumises, sh hasartmängu sõltuvuse tekkimises. Tegemist on teemaga, mida on ulatuslikult uuritud ning ülesandepüstitus tundub kuuluvat alusuuringu valdkonda, mis on seadusloome ettevalmistamise protsessis tavatu. VTK-s on väidetud, et „Kuivõrd tarbijakäitumine võib kommetest, mentaliteedist, traditsioonidest, riigi majanduslikust seisust ja muust tingituna riigiti erineda, siis on tarvis uuringut, mis kajastaks reklaami mõju konkreetselt Eesti turu kontekstis“, kuid jääb selgusetuks, mis konkreetselt on Eesti kommetes, mentaliteedis, traditsioonides ja riigi majanduslikus seisus niivõrd erinev võrreldes teiste Euroopa riikidega, et teistes riikides tuvastatud seosed pole ülekantavad Eesti konteksti. Siinjuures tasub veel välja tuua, et Eestis üle aasta läbiviidavad hasartmängu leviku-uuringus on korduvalt tuvastatud, et riskigruppi kuuluvad isikud tunnevad tõenäolisemalt reklaami mõju nende tegevusele, kui isikud, kes ei kuulu riskigruppi, ja seejuures nad tunnistavad seda mõju ka ise küsimustikule vastates. Välismaised reklaami ja riskikäitumist seostavad uuringud on kergelt leitavad Internetis, kuid VTK uuringuülevaates on kajastatud kõigest kahe uuringu tulemused. Seega enne suurt aja-, tööjõu- ja rahalist kulu nõudvate uuringute tegemist peaks kaardistama, mida on juba uuritud ja mis küsimustes on teadmuslünk. Tuleb arvestada ka, et Eesti väiksuse tõttu pole väga spetsiifilisteks uuringuteks võimalik sobivat valimit moodustada, mistõttu pole kõik uuringud Eesti tingimustes korratavad. Hiljutine Ühendkuningriigi kogemus, kus telliti hasartmängureklaami regulatsiooni muudatusteks uuring, näitas, et üksiku uuringu tulemused ei pruugi anda poliitikakujundamiseks vajalikke teadmisi. Seega pole kindlust, et täiendava uuringu tegemine antud juhul annaks lisandväärtust.
2. Hetkel ei näe me vajadust muuta reklaamiseaduse (edaspidi *RekS*) § 29 lõiget 9 ehk lõdvendada tarbijakrediidi reklaami piiranguid televiisoris ja raadios, pigem võiks kaaluda kas reklaami piiranguid laiendada ka muudele (sh uutele) reklaamikanalitele.

Finantsteenuste reklaami probleemid erinevad muudest VTK-s väljatoodud RekS teemadest (nt jätkupiimasegu, alkohol või hasartmängud), sest tarbijakrediidi reklaamiks kasutatakse tihti ka otsepostitusi ja sageli pika ajaperioodi vältel. Seega võiks kaaluda RekS muudatuste raames vajadust ja võimalust reguleerida otsepostitusi (millised piirangud oleksid vajalikud, sh kuidas saaks tarbijad neis lihtsal viisil loobuda).

Märgime, et 2021. aastal avaldatud „Krediiditurust“ raames tegid Tartu Ülikooli teadlased mitmeid ettepanekuid RekS muutmiseks, sh:

- 1) mitte muuta RekS § 29 lõigetes 9 ja 10 sätestatud reklaamikeeldu, mille kohaselt ei tohi teavitada tarbijat televisiooni ja raadio vahendusel valmisolekust anda tema käsutusse krediitilepingu alusel rahasumma või vahendada selliseid lepinguid, v. a eluasemekinnisvaraga seotud tarbijakrediidi ja piiriülese maksevahendina kasutatava krediitkaardi vahendusel tarbijale krediidi andmise puhul;
  - 2) kaaluda igapäevase tarbimisega seotud krediittoodete Interneti (eelkõige sotsiaalmeedia) vahendusel toimuva reklaami puhul täiendavate nõuete sätestamist (nt kohustust hoiatada tarbijat selgelt krediittoote tarbimisega kaasnedavatest negatiivsetest tagajärgedest);
  - 3) laiendada tarbijakrediidi reklaami regulatsiooni ühisraha laenuandmise teenuste suhtes, mida ei osuta krediidiandja ega krediitvahendaja;
  - 4) tõsta ka tarbijakrediidi reklaami kohta sätestatud nõuete rikkumise kontekstis juriidiliste isikute puhul trahvimäära 400 000 euroni;
  - 5) kaaluda, kas ka otsepostitustega edastava info nõudeid tuleks täiendavalt reguleerida.
3. Teeme ettepaneku kaaluda eluasemelaenu reklaamile kohalduvate piirangute vähendamist, kuna need laenu ei põhjusta nn laenusõltuvust ja neid väljastatakse Eesti Panga kehtestatud reeglite tõttu konservatiivsemalt.
  4. VTKs märgitakse, et seaduses on mõisteid ning sätteid, mille praktikas sisustamine on problemaatiline, sh ei ole osad mõisted ka kohtupraktikas sisustatud. Leiame, et kohtuasjade puudumine viitab just sellele, et vastavate mõistetega probleemi ei esine.
  5. VTK-s leitakse, et välistused reklaamimõiste alt on seaduses laiali ja need tuleks koondada ühte paragrahvi. Kehtiva seaduse struktuur on antud viisil, et on üldised nõuded ja seejärel erisused. Erisused on esitatud reguleeritava objekti lõikes erinevates paragrahvides. Nii nt on alkoholi puudutavad erisused koondatud ühte paragrahvi. Selline struktuur on selge ja lihtne. Erisuste koondamine ühte paragrahvi võib muuta selle paragrahvi väga mahukaks ja raskesti loetavaks, seega erisuste tuvastamise keerulisemaks.
  6. VTK-s tuuakse välja probleemina alkoholi definitsioon, mis on: alkohol on toidugrupp, mille moodustavad alkohoolsed joogid ja piiritus. VTK-s viidatakse selguse puudumisele, kas RekS kehtib nii konkreetsele alkohoolsele joogile kui ka toidugrupile „alkohol“ või ainult kitsalt konkreetsele tootele. On võetud seisukoht, et seadus kehtib kitsalt konkreetsele tootele, mitte tooteliigile nagu nt vein üldise mõistena, sest RekS § 28 lõikes 1 antud loetelu sisaldab konkreetseid andmeid toote nime, tootja jmt kohta. Selline tõlgendus on meelevaldne, sest RekS § 28 lõikes 1 sätestatakse piirid, mida võib (mitte ei pea) reklaamis esitada. Seega ei pea reklaamis esitama andmeid konkreetse toote kohta ja seadus on kohaldatav ka üldiselt veinidele, viinadele jne.

7. Teeme ettepaneku RekS muutmise eelnõu seletuskirja koostamisel kaasata Rahandusministeerium, et välistada factivead.

Lugupidamisega

*(allkirjastatud digitaalselt)*

Mart Võrklaev  
rahandusminister

Virge Aasa 5885 1493  
[Virge.Aasa@fin.ee](mailto:Virge.Aasa@fin.ee)

Henrik Mägi 5885 1355  
[Henrik.Magi@fin.ee](mailto:Henrik.Magi@fin.ee)

Marit Maidla  
[Marit.Maidla@fin.ee](mailto:Marit.Maidla@fin.ee)

Heidi Vessel 611 3651  
[Heidi.Vessel@fin.ee](mailto:Heidi.Vessel@fin.ee)