



JUSTIITSMINISTEERIUM

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium
info@mkm.ee

Teie 31.01.2024

Meie 12.03.2024

nr 2-1/2MKM/24-0092/-
1K
nr 8-2/1184

Reklaamiseaduse muutmise seaduse eelnõu väljatöötamiskavatsus

Austatud minister

Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium saatis Justiitsministeeriumile kooskõlastamiseks reklaamiseaduse väljatöötamiskavatsuse (edaspidi VTK). Justiitsministeerium kooskõlastab VTK järgmiste märkustega.

Üldised märkused VTK-s väljapakutu kohta

1. Seaduse korrastamise vajalikkusest

Toetame Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi püüdlusi korrastada reklaamivaldkonna õigusreegleid. Seaduse sätete ülevaatamine mõistete ühtlustamise, piirangute selgemaks muutmise ja ebavajalike piirangute kaotamise näol on kindlasti vajalik ettevõtmine. Piirangute sätestamisel tuleb lähtuda põhiseaduse §-i 11 kirja pandud proportsionaalsuse põhimõttest - reklaamiäri peaks piirama ja sellele nõudeid kehtestama üksnes minimaalselt vajalikul määral, näiteks EL õigusaktidest tulenevad nõuded, rahvatervise kaitsmine vms. Iga piirangu puhul tuleb selgelt välja tuua selle eesmärk. Õigusselguse nõue paneb eelnõu koostajale ülesande tagada, et kõik õigusnormid, eriti aga piiranguid kehtestavad, oleksid selged ning üheselt mõistetavad nii ettevõtjatele kui ka järelevalve teostajatele. Nii saame võidelda piirangutest mööda hiilimise vastu ning hoida ära ebaausat konkurentsi.

2. Eneseregulatsioonist

VTK kohaselt on reklaamivaldkonna üheks oluliseks probleemiks asjaolu, et TTJA-l ei ole piisavalt järelevalve ressursi – järelevalve tõhusaks teostamiseks on töötajaid liiga vähe, teatud valdkondades puudub võimekus sisunormide hindamiseks jms. Ühe võimaliku lahendusvariandina nähakse VTK-s ette eneseregulatsiooni loomist, kus järelevalvega tegeleb muuhulgas ka eraõiguslik organisatsioon ja seeläbi väheneb riigi järelevalve koormus.

Kuigi riigi järelevalvekoormuse vähendamine on igati kiiduväärne eesmärk, tekitab eraorganisatsiooni kaasamine valdkonna reeglite kehtestamise ja nende üle järelevalve teostamise protsessi, samuti vaidlustamise allutamine vahekohtule, rohkem küsimusi kui pakub lahendusi.

Eneseregulatsiooni edasisel analüüsimisel tuleb kindlasti leida vastused paljudele olulistele küsimustele, muuhulgas näiteks:

- kes on eraorganisatsiooni asutajad ja milline on nende huvi asutada iseenda üle järelevalvet teostavat ühingut;
- kuidas motiveerida turuosalisi vabatahtlikult eraorganisatsiooni kehtestatud reeglitega arvestama ehk milline oleks ettevõtjatele tulenev kasu, et nad tahaksid olla eneseregulatsiooni osalised;
- kuidas tagada, et kaitstud saavad kõik huvigrupid, keda reklaamiseadus praegu kaitseb, kuidas tagatakse eraorganisatsiooni poolt kehtestatavate piirangute proportsionaalsus;
- kuidas toimub eraorganisatsiooni rahastamine, kas ja milline on selles riigieelarve roll;
- kuidas tagatakse eraorganisatsiooni poolt läbiviidava järelevalve erapooletus (seda keerukust nenditakse ka VTK-s endas).

Vastuseta küsimusi on kindlasti veelgi.

Eraorganisatsiooni õiguslikuks vormina on VTK-is käsitletud **sihtasutust**.

Juhime Majandus-ja Kommunikatsiooniministeeriumi tähelepanu sellele, et Eestis on laialdaselt levinud sihtasutuse kui eraõigusliku juriidilise isiku vormi mittesihipärane kasutamine. Eesti ühinguõigust revideerinud valdkonna tipp-ekspertid on märkinud: „Probleemid on sihtasutuse õigusliku vormi mittesihipärase kasutamisega, näiteks haiglate ja muuseumite haldamiseks, kus asutajad (reeglina riik või kohalikud omavalitsused) sooviksid paljusk kontrollida sihtasutuste tegevust sarnaselt äriühingu osanike või aktsionäridega. Seejuures jääb tähelepanuta sihtasutuse olemuslik üldiselt tunnustatud erisus teistest juriidilistest isikutest, nimelt, et sel ei ole liikmeid ja see üksnes valitseb mingit sihtvara. Sihtasutuste tegevuspiirangud on ka sihtvara kontseptsioonist lähtudes üldised ning asutajate roll seetõttu piiratud.“¹ Justiitsministeerium on pidanud korduvalt nõustama erinevaid ministeeriume ja kohaliku omavalitsuse üksusi, kes asutajatena on soovinud täita suuremat rolli sihtasutuse tegelikul juhtimisel, kui see sihtasutuse olemusele sobiv on.

Lisaks tuleb arvestada, et seaduse² kohaselt ei ole võimalik sihtasutuse asutaja õigusi üle anda ega sihtasutuse asutamise järel asutaja staatust omandada. Isegi, kui riik reklaamituru eneseregulatsiooni kontseptsioonist lähtudes ei soovikski sihtasutuse tegevust mõjutada, tuleb arvestada, et võimalike reklaamituru osalistest sihtasutuse asutajate õigused on samuti piiratud. Kindlasti ei ole võimalik (turuosaliste turult lahkumise või uute osaliste liitumise korral) sihtasutuse asutajate ringi kehtiva õiguse kohaselt muuta.

Kui jäädakse kindlaks soovile asutada eraõiguslik juriidiline isik, tuleks meie hinnangul pigem kaaluda mittetulundusühingu vormi. Ka mittetulundusühingu liikmelisus ei ole vastavalt mittetulundusühingute seadusele³ üleantav, ent siiski on võimalik ühingust välja astuda⁴ ja võtta ka vastu uusi liikmeid⁵.

Eelnevast tulenevalt palume edasistes aruteludes arvestada sihtasutusele omaste erisustega⁶ ning kaaluda muu sobivama vormi kasutamist.

VTK kohaselt saab eraorganisatsiooni järelevalveotsuseid vaidlustada sihtasutuse (eraorganisatsiooni) loodud **vahekohtus**.⁷

Vahekohtumenetluse üldregulatsioon on antud tsiviilkohtumenetluse seadustiku 71. peatükis. Vahekohtumenetluse kokkulepe alusel saab üldjuhul anda vahekohtu lahendada poolte vahel tekkinud või tekkida võivast kindlaksmääratud lepingulisest või lepinguvälisest suhtest (st eraõigussuhtest) tuleneva vaidluse⁸.

VTK kohaselt soovitakse allutada vahekohtumenetlusele reklaamiseadusest tulenevad vaidlused. Reklaamiseadus ei reguleeri eraõigussuhteid. Avalik-õiguslik vaidlus võib olla vahekohtumenetluse kokkuleppe ese juhul, kui tegemist on varalise nõudega ja kui pooled võivad sõlmida vaidluseseme kohta halduslepingu⁹. Reklaamiseadus selliseid õigussuhteid ilmselt ei reguleeri.

Vahekohtu moodustamise regulatsioon on antud tsiviilkohtumenetluse seadustiku 72. peatükis. Pakutud lahendus, mille kohaselt vahekohtu moodustab üks vaidluse pooltest (st sama juriidiline isik, mille otsuse vaidlustamiseks vahekohtu loomine ette nähakse), on äärmiselt kaheldav, sest ei saa eeldada sellise vahekohtu erapooletust. Rikkumise tuvastamise ja leppetrahvi määramise otsuseid

¹ Vt Ühinguõiguse revisjon. Analüüs-kontseptsioon. Justiitsministeerium. Tallinn, 2018.

Kättesaadav: <https://www.just.ee/oigusloome-arendamine/uhinguoiguse-revisjon-loppenud>, lk 216

² Vt sihtasutuste seaduse § 5 lõiget 5

³ Vt mittetulundusühingute seaduse § 14

⁴ Vt Mittetulundusühingute seaduse § 15

⁵ Vt mittetulundusühingute seaduse § 13

⁶ eelkõige sihtasutuste seaduse § 1 lõikes 1 väljendatud eripäradega: „Sihtasutus on eraõiguslik juriidiline isik, millel ei ole liikmeid ning mis on loodud vara valitsemiseks ja kasutamiseks põhikirjaliste eesmärkide saavutamiseks.“

⁷ Vt VTK lehekül 18

⁸ Vt tsiviilkohtumenetluse seadustiku § 717 lõiget 1

⁹ Vt tsiviilkohtumenetluse seadustiku § 718 lõiget 3

tegeva eraõigusliku juriidilise isiku (juhatuse) õiguslik seisund ja pädevus ning selliste lahendite õiguslik tähendus ei ole arusaadavad. **Lähenedamine, et riik soovib luua süsteemi, mille eesmärk on välistada kogu valdkonnas etteulatuvalt kohtusse pöördumise õigus (vahekohtumenetluse puhul loobuvad pooled riiklikusse kohtusse pöördumise õigusest), on kaheldav, sest riivab tugevalt põhiseaduse §-s 15 sätestatud põhiõigust.** Küsitavaks jääb ka, kuidas korraldada, et kõik turuosaliselised, st kõik ettevõtjad, kes soovivad reklaamida oma kaupu või teenuseid, loobuksid kohtusse pöördumise õigusest vaidluse teise poole moodustatud vahekohtu kasuks.

Silmas tuleb pidada, et vahekohtu kokkuleppe ulatus peab olema ettenähtav¹⁰.

Lõpuks juhime tähelepanu ka asjaolule, et vahekohtu otsused tuleb kohtu poolt täidetavaks tunnistada. Ilma täidetavaks tunnistamiseta on täitedokumendiks üksnes Eesti Kaubandus- ja Tööstuskoja ja Notarite Koja vahekohtute jõustunud otsused¹¹.

2. Järelevalve korraldusest

Justiitsministeerium ei saa toetada riikliku järelevalve halduslepingu alusel üleandmist sihtasutusele. Kui praktikas esineb riikliku järelevalvega probleeme, tuleb murekohad täpsemalt kaardistada ja lahendada siiski kehtiva õiguse raames, näiteks tõhustada TTJA järelevalvet või kaaluda, kas kõik kehtivad nõuded on põhjendatud (mõistetavalt ei saa vähendada EL direktiividest tulenevaid nõudeid). Lisaks VTK-s juba toodud järelevalvega seotud probleemidele osundame omalt poolt veel ühele puudujäägile.

Reklaamiseaduse § 30 loetleb reklaamiseaduse nõuete üle riikliku järelevalve teostamiseks pädevad korrakaitseorganid. Seejuures viidatakse § 30 lõigetes 3, 4 ja 5 teistes seaduses sätestatud isikutele. Mitmel juhul ei ole aga viidatud seadustes sätestatud, kes vastavat riiklikku järelevalvet teostama peaks. Näiteks nähakse § 30 lõikes 3 ette, et seaduse §-s 14 nimetatud nõuete järgimise üle teostavad järelevalvet pankrotiseaduses sätestatud isikud seaduses sätestatud korras. Pankrotiseaduses aga sellist riikliku järelevalve regulatsiooni ei ole. Sarnane probleem esineb ka notariaadiseaduses, kohtutäituri seaduses, advokatuuriseaduses ja patendivoliniku seaduses sätestatud isikute puhul.

Palume reklaamiseaduse eelnõu koostamisel ka seda puudujääki silmas pidada ning tagada selgus, kes ja millises vormis seaduse nõuete täitmise üle järelevalvet teostab.

Valides lahenduseks eneseregulatsiooni, tekib reklaamivaldkonnas paralleelne järelevalvesüsteem – eraorganisatsioon valvab enda kehtestatud reeglite täitmise üle oma liikmete osas. Turuosaliste üle, kes ei ole end allutanud eraorganisatsiooni kehtestatud *koodeksile*, peab järelevalvet ka edaspidi tegema TTJA. Tõsist kaalumist vajab, kas selline topeltsüsteem on mõistlik. Eraorganisatsiooni liikmelisust saab tõenäoliselt suhteliselt vabalt ka muuta. Seega hakkab TTJA töökoormus sõltuma turuosaliste liikmeks oleku või sellest loobumise valikutest.

3. Haldustrahvidest.

VTK-s on tõhusama järelevalvega seoses märgitud järgmist: „Eriti efektiivsed oleksid ilmselt meetmed, mis ei võimaldaks keelatud reklaami üles panna või mis kiirendaksid keelatud reklaami mahavõtmist. Selle valguses tuleks kaaluda näiteks alternatiivse menetlusliigi, nii-öelda haldustrahvimenetluse loomist.“¹²

Justiitsministeerium ei toeta reklaamiseaduses järelevalvemeetmena haldustrahvimenetluse loomist. Haldustrahvi süsteemi kehtestamist kaalutakse konkurentsi valdkonnas. Tegemist on erisusega, mida kavandatakse ECN+ direktiivist tulenevate kriteeriumite tõttu. Leiame, et reklaamivaldkonnas ei ole selline erisus vajalik ega põhjendatud. Kui VTK autorid peavad reklaamiseaduse rikkumistele reageerimiseks oluliseks just trahvi määramist, tagab selle võimaluse vääртеomenetluse näol juba kehtiv õigus. VTK-s ei ole toodud põhjendusi, miks vääртеomenetluses määratavad rahatrahvid ei ole sobilikuks või piisavaks meetmeks. Justiitsministeerium on seisukohal, et ilma kaalukate põhjendusteta ei ole alust luua reklaamivaldkonnas Eesti õigussüsteemi jaoks erandlikku haldustrahvimenetlust.

¹⁰ Vt tsiviilkohtumenetluse seadustiku § 717 lõiget 1

¹¹ Vt täitemenetluse seadustiku § 2 lõike 1 punkti 61

¹² Vt VTK lehekülge 25

VTK kohaselt nähakse haldustrahve meetmena, „mis ei võimaldaks keelatud reklaami üles panna või mis kiirendaks keelatud reklaami mahavõtmist“. Juhime tähelepanu, et trahv, sh ka haldustrahv, on siiski reaktsioon toimunud õigusrikkumisele ja ei too olemuslikult kaasa rikkumiseelse olukorra ennistamist. Kui probleemiks on keelatud reklaami püsimine menetluse läbiviimise ajal ja seeläbi kahju tekitamine¹³, tuleks esmalt üle vaadata seniste menetluste läbiviimine ning kaaluda, kas kõiki kehtiva seadusega võimaldatud meetmeid on otstarbekalt kasutatud.

Kehtiva õiguse kohaselt on reklaamiseaduse nõuete täitmiseks võimalik riikliku järelevalve käigus teha ettekirjutusi. Ettekirjutused saab tagada sunnirahaga. Reklaamiseadus ei kohusta ettekirjutusele eelnevalt märgukirju tegema, korrakaitseorgan võib ohu tõrjumiseks või korrarikkumise lõpetamiseks ettekirjutuse ka koheselt teha. Ettekirjutuse täitmiseks proportsionaalse tähtaja valib seejuures korrakaitseorgan ise. Seega on ettekirjutuse näol tegemist üsna kiiret reageerimist ja tõhusat mõjutamist võimaldava meetmega. Samuti ei pruugi ettekirjutusele ja haldustrahvi määramisele eelnevad menetlused olemuslikult palju erineda.

Asendustäitmise ja sunniraha seadusega antakse haldusorganile ka võimalus rakendada teatud olukordades asendustäitmist ilma ettekirjutuseta. Asendustäitmise saavutatakse soovitud eesmärk vast kõige kiiremini.

Edasistes aruteludes tuleks veenvalt põhjendada, miks kehtiva õigusega juba reguleeritud järelevalve ja haldussunnimeetmed ei taga soovitud eesmärgi saavutamist efektiivsemalt.

3. Kohtutäiturite reklaamikeelust

Eesti kohtutäituritel on küll vabakutseliste staatus, kuid oma ametitegevuse raames ei tegele nad kaubandusega, tööstusega või käsitööstusega. Ühtlasi ei ole Eesti kohtutäiturite tegevuse eesmärgiks kaupade või teenuste pakkumine. Kohtutäitur peab avalik-õiguslikku ametit ning täidab temale riigi poolt delegeeritud avaliku võimu ülesandeid. Selle tõttu tekib kahtlus, et Eesti kohtutäiturid ei pruugi asuda Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 2006/123/EÜ ning ühtlasi ka Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 2005/36/EÜ kohaldamisalas.

Täiendavalt tuleb arvestada asjaoluga, et tänapäeval on täitemenetluse sissenõudjal täielik vabadus kohtutäituri valimisel (peaasi, et tegemist oleks kohtutäituriga, kelle tööpiirkonnas asub võlgniku elukoht või vara). Reklaamikeelu kaotamisel tekiks reaalne oht, et mõned jõukamad kohtutäiturid suudaksid ennast võrreldes teiste kohtutäituritega paremini nähtavaks teha ning enamus sissenõudjaid pöörduksid just nende kohtutäiturite büroodesse. Tänapäeva situatsioonis tähendaks see mitme väiksema bürooga kohtutäituri jaoks arvestatava tulubaasi osa kaotust. Selline tagajärg süvendaks veel rohkem vägagi aktuaalset kohtutäituri ameti ning täitemenetluse valdkonna jätkusuutlikkuse probleemi.

Kohtutäiturite reklaamikeelu kaotamist me käesoleval ajal pigem ei toeta.

Kuigi VTK-s ei ole otseselt käsitletud notarite reklaamikeelu muutmist, peame oluliseks rõhutada, et sarnaselt kohtutäiturite reklaamikeelule peab Justiitsministeerium oluliseks ka notarite reklaamikeelu säilimist.

4. Finantsteenuste reklaamist

Toetame reklaamiseaduse sätete kaasajastamist arvestades EL direktiividest tulenevate nõuetega, eelkõige tarbijakrediidi reeglitega (2023/2225), mis tuleb üle võtta 20. novembriks 2025, ja finantsteenuste kaugturstamise reeglitega (2023/2673), mis tuleb üle võtta 19. detsembriks 2025.

Nõustume VTK lehekülgedel 12 ja 13 toodud mõttega kaaluda reklaamides nõutava teabe mahu vähendamist. Leiame samuti, et leida tuleb mõistlik tasakaal piisava informeerituse ja info ülekülluse vahel võttes seejuures arvesse ka kanalit, mille kaudu reklaam esitatakse. Sarnasest ideest on lähtunud ka näiteks uue tarbijakrediidi direktiivis (vt artikkel 8).

5. Kanalineutraalsus

¹³ Vt VTK lehekülge 13

VTK-s seatakse üheks väljakutseks muuta reklaamipiirangud kanalineutraalseks. Selleks tuleb piirangud sõnastada eesmärgist lähtudes - normid peavad tagama piirangu eesmärgi sõltumata kanalist, mida kaitstav inimene kasutab.

Väljakutse on kindlasti tunnustamist väärt, kuid võib praktikas tuua kaasa ka rohkelt õigusvaidlusi, sest piirangu kehtestamine konkreetset juhumi ja konkreetset kanalit kasutades jääks kohtupraktika tekkimiseni suuresti järelevalveasutuse tõlgendada. Viimase võimalikud juhendid ei ole õiguslikult siduvad. Kuigi piirangu sisustamine eesmärgi kaudu annaks oluliselt suurema paindlikkuse ja tagaks tulevikukindlama regulatsiooni, tooks see ilma täpsustavate nõueteta kaasa olulise halduskoormuse kasvu järelevalveasutusele. Küsitav oleks ka sellise regulatsiooni õigusselgus, kuivõrd ettevõtjatel puuduks selge arusaamine, millises kanalis reklaami näitamine on lubatud ja millises mitte. Samas on VTK-s just rõhutatud vajadust teha piirangud selgemaks, et ennetada õiguslikke vaidlusi ja ressursikulukaid menetlusi

Märkused VTK mõju kohta

1. VTK andis põhjaliku ülevaate reklaamiseaduse rakendamisega aastate jooksul esile kerkinud probleemidest, tuginedes seejuures eelkõige huvirühmade tagasisidele ning jäi ilmselt suuresti just seetõttu valdkonna probleemide kajastamisel sätete ehk kehtiva seaduse keskseks. Kuigi VTK koostajad olid muudatuste üldised eesmärgid nagu näiteks tarbija- ja rahvatervise kaitse, ettevõtjate vaheline aus konkurents, tõhus riiklik järelevalve, toonud välja nii VTK eesmärkide jaotises¹⁴ kui ka mõnevõrra laiendatult mõju jaotises¹⁵, siis lahati mitmeid probleeme ning nähti saavutatavaid eesmarke pigem suurema õigusselguse, sätete kordategemise ja mõistete ühtlustamise vaatest, mis jättis mõnevõrra tahaplaanile reaalse tulemuse ehk mõju avaldumise konkreetsete sihtrühmade vaatest. Siiski andsid VTK koostajad mõista, et enne eelnõu etappi on plaanis läbi viia näiteks põhjalik tarbijakäitumise uuring, mis vähemasti selle valdkonna ühe kõige olulisema sihtrühma ehk tarbijate vaatest, peaks andma parema ettekujutuse reklaami mõjust isikute käitumisele. Vahest ehk ka seetõttu jäi praegu esitatud VTK konkreetsete lahenduste väljapakumisel tagasihoidlikuks, markerides pigem tähelepanu vajavad nüansid ning võrdlesid võimalikke alternatiive üksnes osadel juhtudest. Niisamuti nappis seetõttu VTK-s probleeme ning ka võimalikke lahenduskäike kaardistavaid andmeid. Arvulised sihid jäid VTK koostajail seetõttu seadmata, mis täiendava uurimisvajaduse tõttu on ehk ka mõistetav, ning lahendus(t)ega avalduv mõju võimalikele sihtrühmadele suuresti välja toomata.

Eelnõu seletuskirjas tuleks seega mõjuanalüüsi alustada avalduva mõju valdkonna nimetamisest, sihtrühma vajadusest ja valmidusest oma käitumist muuta või muutunud olukorraga kohaneda, kõigi VTK-s nimetamist leidnud sihtrühmade arvulise suuruse märkimisest ning nende mõjuga kokkupuute sageduse hindamisest. Üksikutel juhtudel oli VTK-s märgitud lahenduste ebasoovitavad mõjud, kuid ka neil juhtudel jäi nendega seotud riskide avaldumise tõenäosus hindamata. Nimetatud vajakajäämist põhjus võis osalt peituda selles, et VTK-s loetletud probleemide hulk oli arvukas ning tugines pigem seaduses toodud erinevatele sõnastuslikele küsimustele. Eelnõu faasis võib seetõttu osutuda vajalikuks mitmed neist mõjuanalüüsi koostamisel koondada, eriti kuna puudutatud sihtrühmad ja mõjuvaldkonnad omavahel kattuvad.

Koostajad märkisid, et soovisidki VTK-ga kaasata erinevaid osapooli lahenduste väljatöötamisse¹⁶ ehk täpsemad lahenduskäigud selguksidki alles VTK-le järgnevate arutelude käigus. Sel juhul soovitame huvitatud osapooltega läbi arutada pakutud lahendus(t)e võimalik mõju ning selle tulemused eelnõu seletuskirja mõjuanalüüsi koostamisel arvesse võtta. Palume eeltoodud asjaoludega eelnõu seletuskirja koostamise juurde asudes arvestada.

2. Palume eelnõu väljatöötamise juurde asudes võtta arvesse, et probleemi (eesmärgi) sõnastamisel tuleks sätete kordategemise vajadust lahenduseks pakkudes¹⁷ alati välja tuua ka tegelik muutmisvajadus, milleks toodud näite varal võiks olla näiteks ettevõtjate ebavõrdse konkurentsi

¹⁴ Vt VTK punkti 2

¹⁵ Vt VTK p 5

¹⁶ Vt VTK punkti 6

¹⁷ Vt näiteks VTK p 1.8 – alkoholi reklaami mõiste kordategemine

vähendamine, järelevalveasutuste töökoormuse kahandamine ja/või rahvatervise olukorra parandamine.

3. Juhime tähelepanu, et VTK-s ühe lahendusvariandina toodud reklaami eneseregulatsiooni tekkimise soodustamine võib endas kätkeada mitmeid võimalikke ebasoovitavaid tagajärgi, mis võivad olla pöördvõrdelises seoses VTK eesmärkidega. Nimelt võib lahendusena pakutu tuua kahe erineva süsteemi paralleelse kooseksisteerimise (riiklik ja eraalgatuslik), mis ühelt poolt ei pruugi kaasa tuua VTK-ga taotletavat ühtset lähenemist, kuna üks süsteem oleks teisest ilmselt paindlikum, kuid võibolla ka erapoolik ning hoolimata erarahastusest ei pruugiks samas oluliselt koormust vähendada ka riiklikule järelevalvele, eriti olukorras, kus eraalgatusliku järelevalvega liituks vaid teatud osa turuosalistest ning riigi roll järelevalves püsiks. Palume sellega eelnõu seletuskirja koostamise faasis kindlasti arvestada.

4. Võimalikud riskid seonduvad ka VTK-s pakutud lahendusega, millega soovitakse inimesi alkoholi reklaami kaudu suunata tervislikuma või keskkonnasäästlikuma valiku poole¹⁸, sest eelkõige tuleb arvestada, et reklaamijate sooviks on tarbijale oma toodet tutvustada ning tervislikkuse või keskkonnasäästlikkuse elemendi lisamine võib teatud olukordades alkoholi müüki ka soodustada ning sel moel töötada hoopis vastu soovile edendada tervislikke eluviise. Palume seda võimaliku ebasoovitava mõju riskina eelnõu mõjuanalüüsi etapis hinnata.

5. Mitmetel juhtudel jäi VTK-s toodust ebaselgeks, kas ja kuidas mõjutavad reklaamiseaduse muudatustepanekud kohalikke omavalitsusi ning kas see piirneks nende puhul vaid välireklaamiga ning kuidas on omavalitsuste roll põimunud TTJA järelevalveliste tegevustega. Kas mõju tuleks analüüsida ka regionaalselt – vallad/linnad ja erinevad piirkonnad? Niisamuti tuleks selgitada, kelle rolliks võiks saada omavalitsuste järelevalvelise praktika ühtlustamine, sh VTK-s mainitud abistavate mitteregulatiivsete juhiste väljatöötamine. Omavalitsustele avalduda võib mõju vajab seetõttu täpsemat analüüsimist, mille kajastamist ootame eelnõu seletuskirjas.

6. VTK tõstis esile probleemi mõjuisikute avaldatava reklaamiga ning märkis, et lahendusena on plaanis seaduses defineerida mõjuisik ning tema kohustused ja vastutus. Sellega seoses juhime tähelepanu, et ka Euroopa Liidus võib mõjuisikute mõiste leida peatselt täpsemat sisustamist, millega tuleks eelnõu koostamisel arvestada.¹⁹

7. Palume eelnõu seletuskirja koostamise juurde asudes hinnata kõigi mõjutatud ettevõtjate ja isikute (tarbijate) võimalikku halduskoormuse muutumist lähtuvalt kavandatavate muudatuste koondmõjust. Samasuguse hinnangu palume lisada ka riigi- ja omavalitsusasutuste koondtöökoormuse muutumisele.

Märkus valimisreklaami kohta

VTK-s ei ole käsitletud poliitilise reklaami ega valimisreklaamiga seonduvat. Justiitsministeerium peab oluliseks rõhutada, et reklaamiseaduse väljatöötamise käigus tuleks siiski analüüsida ning koostatavas eelnõus ka selgesõnaliselt välja tuua, kas seadus laieneb ka poliitilisele ja valimisreklaamile.

Lugupidamisega

(allkirjastatud digitaalselt)

Kalle Laanet
justiitsminister

¹⁸ Vt VTK punkti 2.7

¹⁹ Euroopa Komisjoni [infomaterjal](#).

Mari Kabi 5865 8226
Mari.Kabi@just.ee

Joel Kook
Stella Johanson
Marget Pae
Aleksandr Logussov
Rina Sillandi
Kaidi Urgas
Silja Tammeorg
Monika Tappo
Kristi Kool
Kaidi Meristo
Mariann Salomets
Mariko Jõeorg-Jurtšenko