

Tiit Riisalo

majandus- ja infotehnoloogiaministe Meie 29.02.2024 nr 1-4/20

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium Teie: 31.01.2024 nr 2-1/293-1

**Ettepanekud reklaamiseaduse muutmise seaduse eelnõu väljatöötamiskavatsusele**

Austatud minister Tiit Riisalo

Eesti Põllumajandus-Kaubanduskoda (EPKK), mis koondab koos liikmesorganisatsioonidega üle 20 000 juriidilise ja füüsilise isiku, pöördub teie poole, et anda tagasisidet reklaamiseaduse muutmise seaduse eelnõu väljatöötamiskavatsusele.

EPKK poolt soovin tunnustada reklaamiseaduse eelnõu väljatöötamiskavatsuse (VTK) hea kaasamisprotsessi läbi viimise eest Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi ettevõtluskeskkonna valdkonnajuhti Merike Koppelit ja sama osakonna õigusnõunikku Kristina Jerjominat.

EPKK meelest on VTK-s ära märgitud kõik olulised reklaamiseaduse rakendamisega ilmnenud probleemid ning põhjendatult välja toodud murekohtade lahendused. EPKK liikmeid puudutab kõige enam reklaamiseaduse tõlgendamisega ja erinevate järelevalveasutuste pädevustega seotud hägusad piirid. Viimase probleemi lahendamiseks tuleb meie meelest lisaks reklaamiseadusele muuta ka toiduvaldkonna märgistamisega seonduvaid õigusakte.

Vaadates üle kehtiva reklaamiseaduse, esitame omalt poolt järgmised ettepanekud:

**1.** Vaadata üle reklaamiseaduse § 2 lõige 2 punkt 5 ja hinnata seda EL-i toidumärgistamise nõuetest lähtuvalt. Sätte kohaselt ei käsitleta reklaamina märgistust kauba müügipakendil. EL-i toidumärgistamise määrus 1169/2011 artikkel 7 lg 4 ütleb, et õiglane teavitamine toidualasest teabest kehtib ka reklaami suhtes ning seda võib esitada ükskõik millisel kujul ja viisil sh ka müügipakendil. Sama määruse art 2 lg 2 p f sõnastab, et „märgistamine” on mis tahes sõnad, üksikasjalikud andmed, kaubamärgid, margitoodete nimed, kujundlikud elemendid või sümbolid toidu kohta, mis on paigutatud mis tahes pakendile, dokumendile, sedelile, märgistusele või kaelaetiketile ja on kaasas selle toiduga või viitavad sellele toidule.

**2.** § 4 lg 4 keelustab reklaamis kasutada riiklikke ja riigiasutuste sümboleid ning Eesti lipu värvikombinatsiooni viisil, mis eksitab üldsust reklaami eseme suhtes. Esmalt pöörame tähelepanu, et antud sättes tuuakse sisse määratlus „ese“, mida reklaamiseaduses mõistetena §-2 ei käsitleta, §-s 2 defineeritakse kaup ja teenus. Teiseks tuleb meie meelest sätet avardada ning hõlmata rahvussümboolika kasutamise piiramine reklaamis laiemalt, sest Eesti (rahvus)sümboolikat kasutatakse mõnedel juhtudel kaupade ja teenuste reklaamimisel eksitavalt olukordades, kus kaubal ja teenusel puudub seos Eestiga. Nt Tallinna Vanalinna siluett Lätis või Leedus toodetud šokolaadil jmt.

**3.** § 23 kätkeb imiku piimasegu reklaami ning §-i lg 1 kohaselt on imiku piimasegu reklaam keelatud. VTK-s viidatakse asjaolule, et jätkupiimasegude puhul ei ole keeld üheselt mõistetav. Kuivõrd nõuded imiku piimasegule ja jätkupiimasegule on reguleeritud EL-i delegeeritud määrusega nr 2016/127 ei ole vajadust sätet Eesti õigusaktis nö üle kirjutada. Seda enam, et säte on seadusesse kirjutatud selle esimeses redaktsioonis aastal 2008, ajal mil kehtis EL-i määruse nr 2016/127 asemel EL-i direktiiv nr 91/321.

**4.** § 27 biotsiidi reklaami reguleerib otsekohalduv ELi määrus nr 528/2012, mistõttu ei ole säte Eesti seaduses vajalik.

**5.** Probleemkohad § 28 alkoholi reklaami tõlgendamisel järelevalve seisukohast on VTK-s hästi kirjeldatud ning on mõistetavad. Siiski ei toeta EPKK § 28 sätetatud nõuete karmistamist, sest võimalused alkohoolsete toodete tutvustamiseks on äärmiselt piiratud. Tootjale peaks jääma võimalus oma tegevust tutvustada ning nii oma tegevusala kui ka tooteid reklaamida.

Tänan võimaluse eest esitada EPKK ettepanekud reklaamiseaduse VTK-le.

Lugupidamisega

/allkirjastatud digitaalselt/

Meeli Lindsaar

Toiduvaldkonna juht

Eesti Põllumajandus-Kaubanduskoda