



Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium Teie 31.01.2024  
info@mkm.ee

nr 2-1/293-1

Meie 22.02.2024

nr 1-12/127-2

## **Reklaamiseaduse muutmise seaduse eelnõu väljatöötamiskavatsuse kooskõlastamine**

Kultuuriministeerium kooskõlastab reklaamiseaduse muutmise seaduse väljatöötamiskavatsuse (edaspidi VTK) järgmiste märkustega.

Toetame VTK-s toodud eesmärki täpsustada reklaamiseaduses toodud ebaselgeid või vastuolulisi sätteid ja mõisted ning viia seadus kooskõlla ühiskonnas toimuvaga. Selged ja üheselt mõistetavad sätteid aitavad kindlasti kaasa seaduse rakendamisele ja tõhusamale järelevalvele. Märgime aga seda, et muudatusi ette valmistades ei tohiks fookusest kaduda tarbijate, eriti haavatavamate sihtrühmade (näiteks alaealised, sõltuvushäirete all kannatavad inimesed, makseraskustesse sattunud inimesed jne) kaitse. Küsime näiteks, kas alkoholireklaam on ikka koht, mille kaudu harida ja suunata tarbijat keskkonnasõbralikemate valikute poole.

Kuivõrd VTK-l puudub mõjude hindamise metoodika alusel koostatud mõjude analüüs, on keeruline anda vastuseid kõikidele VTK-s püstitatud küsimustele. Kindlasti annaks hea panuse eelnõusse ka 2024. aastal tellitav uuring reklaami seoste kohta tarbijakäitumises ning selle järeldused.

Toome alljärgnevalt välja mõned seisukohad, mida eelnõu väljatöötamisel kaaluda.

Peame reklaami valdkonnas riikliku järelevalve rolli väga oluliseks. Seadus peab looma senisest suurema õigusselguse ja tagama järelevalveasutusele tõhusaks tööks vajalikud ressursid. Eneseregulatsioon on rakendatav siiski ainult piiratud ulatuses. Kaldume pigem nõustuma VTK-s toodud reklaami eneseregulatsiooni kontseptsiooni miinuspooltega.

Reklaami reeglid peaksid olema tehnoloogianeutraalsed. Alkoholireklaami kellaajaline piirang peab kehtima ka internetis.

Reklaamiseadusega tuleks selliste mitte-alkohoolsete jookide reklaamile, mille kujundus (logo, pakend jne) on väga sarnane alkohoolsete jookide omaga, kehtestada samad nõuded, mis kehtivad alkohoolsetele jookidele. Nõustume VTK-s väljatooduga, et samaväärselt mõjuvatele reklaamidele tuleb läheneda ühetaoliselt.

Mõjuisikutele (inglise keeles *influencer*) peaksid kehtima täpselt samad reeglid, mis muule meediale. Ka Euroopa tasandil on mõjuisikute regulatsiooni teema päevakorras. Kui mõjuisik reklaamib kellegi toodet või teenust, siis peab ta sellest ka oma jälgijatele selgelt teada andma. Kui ta saab rahalist tasu või muid hüvesid, siis peab ka sellest teavitama oma jälgijaid. Samas peab

mõjuisikule olema garanteeritud sõna- ja arvamusvabadus. Reeglid peaksid kehtima ka suure jälgijaskonnaga suletud gruppide puhul.

Kultuuriministeerium on valmis panustama reklaamiseaduse muudatuste väljatöötamisse oma pädevuse piires.

Lugupidamisega

(allkirjastatud digitaalselt)

Heidy Purga  
minister

Andres Jõesaar 628 2338 andres.joesaar@kul.ee  
Siiri Pelisaar 628 2225 siiri.pelisaar@kul.ee