

Reklaamiseaduse muutmisest



20.02.2024

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium

Merike Koppel, ettevõtluskeskkonna valdkonnajuht

Kristina Jerjomina, ettevõtluse osakonna õigusnõunik

Miks?

- ▶ Seadus vana
- ▶ Palju pöördumisi
- ▶ Palju rikkumisi
- ▶ Signaalid meediast

Küsisime, mis halvasti on (2022)

Analüüsisime ja kaardistasime probleemid

Arutelud tööruhmades (probleemid, lahendused, mõjud)
al aprill 2023

VTK koostamine

VTK-s kaardistatud probleemid

▶ Seadust on keeruline mõista ja rakendada

Segased ja subjektiivsed mõisted, praktikas mittetoimivad sätted, mitukümmend lk juhiseid, üle 400 nõustamise aastas

▶ Seadus ei arvesta muutunud turuolukorraga

- tekkinud uued kanalid - vana regulatsioon ei ole enam sobiv, vaja tulevikukindlamat regulatsiooni (sh kanalineutraalset lähenemist)

- palju reklaami teevad influencerid - sellega on kaasnenud uued mured, mida seadus ei käsitle

▶ Järelevalve hoovad ei ole piisavalt tõhusad

palju rikkumisi, vastutusalad ebaselged

▶ Inimeste võlgnevustesse sattumise ennetamise vajadus (VVTP-st)

VTK eesmärk

Lahendada kehtivas seaduses esinevad probleemid nii, et

- ▶ tagatud oleksid piirangute algselt seatud eesmärgid (sh tarbijakaitse, rahvatervise kaitse jm) ning
- ▶ tekiks ajaga kaasas käiv regulatsioon,
- ▶ reklaami tehakse vastutustundlikult,
- ▶ seaduses on vaid tõesti vajalikud, eesmärgipärased piirangud,
- ▶ kasutajad saavad reeglitest aru ning
- ▶ järelevalve piirangute üle on mõistlikult võimalik ja tõhus.

Lahendusvariandid VTK-s

- ▶ probleemkohtade kordategemine seaduses ja/või
- ▶ eneseregulatsiooni tekkimise soodustamine

Eelisvariante VTK-s ei paku, vaid ootamegi avalikku arutelu ja tagasisidet selle üle, mis sobiks kõige paremini, sh võib ka muid lahendusvariante pakkuda.

Eneseregulatsiooni tekkimise soodustamine selgema ja tulevikukindlama regulatsiooni ning toimiva järelevalve suunas

- ▶ Valdkondadeülene
- ▶ Seadus ja riiklik järelevalve jäävad alles
- ▶ Ka täna võimalik, kuid küsimus on, **kuidas riik saaks soodustada selle tekkimist ja toimimist selliselt, et see aitaks VTK eesmärkide täitmisele kaas**

- ▶ VTK-s kirjeldatud vaid ühte võimalikku kontseptsioon (n-ö täielik eneseregulatsioon)
 - ▶ Turuosalised loovad organisatsiooni
 - ▶ Seaduses vaid üldised põhimõtted ja EL-i kohustuslikud sätted
 - ▶ Ülejäänud turuosaliste reguleerida
 - ▶ Seaduse reegleid peavad täitma kõik, organisatsiooni reegleid ainult need, kes on end allutanud
 - ▶ Organisatsiooni reeglite rikkumisel leppetrahv, must nimekiri jm
 - ▶ Riik annab halduslepinguga teatud fn-id

- ▶ Kas ja kuidas, on hetkel lahtine ja sõltub tagasisidest VTK-le ning edasistest aruteludest



Seaduse kordategemine

1. Mõisted ja ülesehitus korda, sätted selgemaks, kaotada vasturääkivused ja mittetoimivad sätted

Näiteks:

- ▶ luua ühtne reklaami säte (kõik välistused ühes kohas);
- ▶ korrastada eksitava reklaami keelu säte;
- ▶ ühtlane regulatsioon ühtviisi mõjuvatele (piimasegu, alkohol);
- ▶ alkoholi reklaami mõiste korda teha (viin vs Laua Viin);
- ▶ teha selgemaks või kaotada neutraalsuse nõue alkoholi reklaamis;
- ▶ finantsteenuse sätte struktuur selgemaks - üld ja erinormid, tarbijakrediit selgemalt eristada;
- ▶ täpsustada hasartmängu reklaami ja sellega seonduvaid mõisteid seaduses või juhendis.

2. Luua tulevikukindlad reeglid (1/2)

Näiteks:

- ▶ lisada mõjuisikute mõiste (et oleks selge, millal RekS mõjuisiku tegevusele kohaldub, mitte ei ole igakordne tõlgendamine);
- ▶ Vaadata üle ja vajadusel täpsustada reklaami mõiste välistused, mis näivad füüsilise koha kesksed (mis saab, kui tegevus ainult veebis).
- ▶ Muuta alkoholi, finantsteenuse ja toto reklaami kanalipõhised piirangud kanalineutraalseteks (sõnastada need ümber näiteks eesmärgi kaudu või muud moodi, et piirangu eesmärk oleks täidetud sõltumata sellest, mis kanalit kaitstav inimene kasutab) või laiendada piiranguid kõikidele asjakohastele olemasolevatele kanalitele. Piirang ei kao kuskile, vaid toimiks sõltumata kanalist;
- ▶ vaadata kooskõla erinevate EL õigusaktidega (nt kohtutäiturite reklaami keeld, finantsteenuse reklaami reeglid);
- ▶ kaaluda tervishoiuteenuse reklaami keelu leevendamist või kaotamist.

2. Luua tulevikukindlad reeglid (2/2)

- ▶ Vaadata üle alkoholi reklaamis lubatud elemendid ning laiendada võimalusi alkoholi reklaami kaudu suunata inimesi tervislikuma või keskkonnasäästlikuma valiku poole. Mida reklaamis täpsemalt lubada, selguks edaspidistest analüüsides ja aruteludest.
- ▶ Liikumine alkoholi reklaamis keelatud - kaotada piirang (kui see ei ole põhjendatud) või laiendada nii, et igasugune liikumine välistatud.

3. Tõhusama järelevalve tagamiseks

- ▶ järelevalve pädevuste piirid selgemaks (TTJA vs FI, TTJA vs PTA, TTJA vs TA)
- ▶ kaaluda erimenetlusliigi loomist
- ▶ Kaaluda TTJA-le ressursi lisamist

4. Inimeste võlgnevusse sattumise ennetamiseks kiirlaenu ja hasartmängu reklaami keelamine?

- ▶ Finantsteenuse ja hasartmängu reklaamide puhul on olnud palju rikkumisi - viitab vajadusele tõhustada järelevalvet, teha piirangud selgemaks jm.
- ▶ Riigikontrolli soovitused keskenduvad pigem muule - tõhusam järelevalve, vastutustundliku laenamise põhimõtte parem rakendamine, rahatarkuse suurendamine.
- ▶ Võlgnevusse sattumist võivad mõjutada paljud erinevad tegurid, oluline on ka erinevate tegurite koosmõju. Kui suur osa sellest mõjust on just reklaamil, ei ole täna teada.

VTK: Inimeste võlgnevusse sattumise ennetamiseks saab võtta nii regulatiivseid kui mitteregulatiivseid meetmeid. Kindlate teenuste reklaami keelamise põhjendamiseks on tarvis täiendavat uuringut.

Mis edasi?

Tagasiside
kogumine (29.02)
ja analüüsimine

Uuring

Arutelud

Eelnõu
2024 lõpuks

Täiendav info: <https://mkm.ee/reklaamiseadus>

The background is a complex, abstract composition of various shades of blue. It features overlapping, semi-transparent geometric shapes and patterns, including several large, stylized question marks. The overall effect is a sense of depth and movement, with the question marks appearing as if they are floating or layered within the space. The word 'Küsimused' is centered in the middle of the image in a bold, blue, sans-serif font.

Küsimused

Aitäh!

