

Väljaandja:	Riigikogu
Akti liik:	seadus
Teksti liik:	terviktekst
Redaktsiooni jõustumise kp:	16.01.2011
Redaktsiooni kehtivuse lõpp:	30.06.2011
Avaldamismärge:	RT I, 06.01.2011, 17

Reklaamiseadus¹

Vastu võetud 12.03.2008

[RT I 2008, 15, 108](#)

jõustumine 01.11.2008

Muudetud järgmiste aktidega

Vastuvõtmine	Avaldamine	Jõustumine
15.10.2008	RT I 2008, 47, 261	01.01.2009
10.06.2009	RT I 2009, 34, 224	01.01.2010
18.06.2009	RT I 2009, 38, 255	18.07.2009
30.09.2009	RT I 2009, 49, 331	01.01.2010
26.11.2009	RT I 2009, 62, 405	01.01.2010
17.12.2009	RT I 2009, 67, 461	01.01.2010
09.12.2009	RT I 2009, 68, 463	01.01.2010
10.12.2009	RT I 2009, 69, 464	04.07.2010
22.04.2010	RT I 2010, 22, 108	01.01.2011, jõustub päeval, mis on kindlaks määratud Euroopa Liidu Nõukogu otsuses Eesti Vabariigi suhtes kehtestatud erandi kehtetuks tunnistamise kohta Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 140 lõikes 2 sätestatud alusel, Euroopa Liidu Nõukogu 13.07.2010. a otsus Nr 2010/416/EL (ELT L 196, 28.07.2010, lk 24–26).
20.05.2010	RT I 2010, 31, 158	01.10.2010
09.06.2010	RT I 2010, 41, 240	01.09.2010
17.06.2010	RT I 2010, 44, 262	01.09.2010
16.12.2010	RT I, 06.01.2011, 1	16.01.2011

1. peatükk ÜLDSÄTTED

§ 1. Seaduse reguleerimisala

(1) Reklaamiseadus sätestab reklaami mõiste, reklaamile kehtestatud üldnõuded, keelud ja piirangud ning järelevalve korralduse ja vastutuse seaduse rikkumise eest.

(2) Käesolevas seaduses ettenähtud haldusmenetlusele kohaldatakse haldusmenetluse seaduse sätteid, arvestades käesoleva seaduse erisusi.

(3) Kui reklaam on reguleeritud teise seadusega, kohaldatakse käesolevat seadust teisest seadusest tulenevate erisustega.

§ 2. Mõisted

(1) Käesolevas seaduses kasutatakse mõisteid järgmises tähenduses:

- 1) avalik koht – territoorium, ehitis või selle osa, mis on avatud üldiseks kasutamiseks või mis on tegelikult üldkasutatav, või ühistranspordivahend;
- 2) kaup – müügiks pakutav, müüdav või muul viisil turustatav asi või õigus;
- 3) reklaam – teave, mis on avalikustatud mis tahes üldtjutaval kujul, tasuta või tasuta, teenuse osutamise või kauba müügi suurendamise, ürituse edendamise või isiku käitumise avalikes huvides suunamise eesmärgil;
- 4) reklaami avalikustaja – füüsiline või juriidiline isik või riigi- või kohaliku omavalitsuse asutus (edaspidi *isik*), kes reklaami avalikult esitab, edastab, näitab või levitab;
- 5) reklaami tellija – isik, kes reklaami vahetult tellib või kelle huvides reklaam avalikustatakse;
- 6) reklaami teostaja – isik, kes reklaami loob või teostab või korraldab selle avalikustamist, välja arvatud tehniline teostaja;
- 7) teenus – müügiks pakutav või müüdav hüve, mis ei ole kaup;
- 8) välireklaam – avalikus kohas asuv või avalikust kohast jälgitav reklaam.

(2) Reklaamina ei käsitata:

- 1) majandus- või kutsetegevuse kohas, kus müüakse kaupa või osutatakse teenust, antavat teavet kauba, teenuse või selle müügitingimuste kohta, ning käesoleva lõike punktis 2 nimetatud teavet;
- 2) majandus- või kutsetegevuse koha tähistust selle nime, liigi, kauba müügi või teenuse osutamise aja, isiku nime, kaubamärgi ja domeeninimega ehitisel, kus majandus- või kutsetegevuse koht asub, ja majandus- või kutsetegevuse koha sissepääsu juures;
- 3) väljaspool ehitist asuva majandus- või kutsetegevuse koha tähistust käesoleva lõike punktis 2 nimetatud teabega;
- 4) isiku majandus- või kutsetegevuses kasutatava sõiduki tähistust selle isiku nime, kontaktandmete, kaubamärgi, domeeninime ja tegevusalaga;
- 5) märgistust kauba müügipakendil. Müügipakendile kantud või kinnitatud reklaami ei loeta märgistuseks. Müügipakendit käsitatakse pakendiseaduse tähenduses; [RT I 2009, 38, 255- jõust. 18.07.2009]
- 6) sponsorteates avaldatud spondeerija nime, kaubamärki ja teavet tema antud materiaalse toetuse kohta.

2. peatükk ÜLDNÕUDED REKLAAMILE

§ 3. Reklaami põhinõuded

- (1) Reklaam peab tavalise tähelepanu korral olema selgelt eristatav muust teabest ning selle sisu, kujundus ja esitusviis peavad tagama arusaamise, et tegemist on reklaamiga.
- (2) Reklaamis peab selgelt eristatavalt sisalduma reklaami tellija nimi, tema registreerimisel olev või registreeritud Eesti või Euroopa Ühenduse kaubamärk või domeeninimi.
- (3) Eraldi etappidena avalikustatud reklaamile kohaldatakse käesoleva paragrahvi lõikes 2 sätestatud 15. päevast reklaami esimese etapi avalikustamisest arvates.
- (4) Reklaam ei tohi:
 - 1) olla vastuolus heade kommete ja tavadega;
 - 2) kutsuda üles käituma õigusvastaselt või rikkuma üldisi moraalinorme, õigustada õigusrikkumist ega alavääristada õiguskäitumist;
 - 3) kutsuda üles vägivaldsele käitumisele ega õhutada vägivalda kasutamist;
 - 4) kutsuda üles inimese tervist ega keskkonda kahjustavale tegevusele;
 - 5) eksponeerida tehnoloogiat ja seadmeid viisil, mis võib soodustada reaalsusele mittevastava ohutustunde tekkimist või põhjustada ohtlikku käitumist;
 - 6) kutsuda üles avalikku korda ega riigi julgeolekut ohustavale tegevusele, samuti toetada ega soodustada nimetatud tegevust;
 - 7) kasutada ära õnnetusjuhtumi või eriolukorra mõju isiku otsustusvõimele;
 - 8) tugineda inimeste ebausul ega kasutada ära reklaami sihtgrupi vanusest tulenevat kergeusklikkust;
 - 9) otseselt ega kaudselt alavääristada või muul viisil halvustada isikut, tema nime, kaubamärki, geograafilist tähist, tegevust, tegevusala, kaupa, teenust ega üritust;
 - 10) sisaldada halvustamist ega diskrimineerimist rahvuse, rassi, vanuse, nahavärvuse, soo, keele, päritolu, usutunnistuse, poliitilise ega muu veendumuse tõttu, samuti varalise, sotsiaalse seisundi ega muude asjaolude tõttu;
 - 11) esitada valet teavet;
 - 12) otseselt ega kaudselt sisaldada tunnust, mis on üldtuntud kui teist isikut, kaupa või teenust muudest samalaadsetest eristav tunnus, kui teise isiku, kauba või teenuse reklaam on antud ajal, kohas või viisil keelatud;
 - 13) sisaldada teise isiku, kauba või teenuse reklaami, kui sellise isiku, kauba või teenuse reklaam on antud ajal, kohas või viisil keelatud;
 - 14) jätta muljet, et esitataval teabel on teaduslik alus, kui see tegelikult puudub;
 - 15) sisaldada sõnu «keskkonnasõbralik» ja «ökoloogiliselt ohutu» ning muid sama tähendusega sõnu või väljendeid, kui puudub sellekohane tõendusmaterjal;
 - 16) väita ega jätta muljet, et kaubal või teenusel on eriomadused, kui sellised omadused on iseloomulikud kõigile samalaadsetele kaupadele või sama liiki teenustele;

- 17) viidata kauba või teenuse haigust, talitlushäireid ega väärarendeid ravivale, leevendavale või tõkestavale omadusele, välja arvatud seaduses sätestatud juhtudel;
- 18) eirata soolise võrdõiguslikkuse põhimõtet soolise võrdõiguslikkuse seaduse mõistes, alavääristada üht sugu ega kujutada üht sugupoolt domineeriva või allutatuna;
- 19) kujutada isikuid seksuaalobjektina, sisaldada sobimatut alastust ega kasutada seksuaalse alatooniga väljendeid ja kujundeid;
- 20) kujutada visuaalselt ega heliliselt seksuaalakti.

§ 4. Eksitava reklaami keeld

- (1) Reklaam, mis ükskõik millisel viisil eksitab või tõenäoliselt eksitab isikuid, kellele see on suunatud või kelleni see jõuab, ja mis oma eksitava iseloomu tõttu võib mõjutada nende isikute majanduskäitumist või nimetatud põhjustel kahjustab või võib kahjustada reklaami tellija konkurenti, on keelatud.
- (2) Reklaami loetakse eksitavaks eelkõige siis, kui see annab eksitavat teavet kaupa, teenust, kauba müüki või teenuse osutamist iseloomustavate järgmiste asjaolude kohta:
 - 1) kättesaadavus, kogus, koostis, kasutamiskõlblikkus, lisatarvikute olemasolu, tehnilised andmed, kasutamise ja hoidmisega seotud riskid, sealhulgas keskkonnoahutus, valmistamise, varumise või osutamise viis ja aeg, tootmispaik või päritolumaa;
 - 2) kasutusotstarve ja kasutamisest saadav tulu;
 - 3) hind ja hinna tasumise tingimused;
 - 4) vahetamise, tagastamise, remondi, hoolduse ja garanti tingimused;
 - 5) kauba tootja või teenuse osutaja isik, tema tegevusala ja kvalifikatsioon, kuulumine ametiliitudesse ja organisatsioonidesse, käitumiskodeksite järgimine, intellektuaalse omandi õigused, ametlik tunnustus, medali, auhinna ja diplomiga autasustamine, keskkonda säästev tegevus ning avalike ja heategevate ürituste toetamine või muu sponsorlus.
- (3) Reklaamis on keelatud kasutada teaduslike või muude uuringute tulemusi, tsitaate teaduslikest ja tehnilistest väljaannetest, samuti statistilisi ning teaduslikke andmeid eksitaval viisil.
- (4) Reklaamis on keelatud kasutada riiklikke ja riigiasutuste sümboleid ning Eesti lipu värvikombinatsiooni sellisel viisil, mis eksitab üldsust reklaami eseme suhtes. Reklaam ei tohi jätta muljet, et esitatav teave sisaldab riigipoolset soovitusi või garantiid, kui see tegelikult puudub.

§ 5. Võrdluse kasutamine reklaamis

- (1) Reklaamis, milles otseselt või kaudselt osutatakse samal kaubaturul tegutsevatele konkurendile või konkurendi pakutavale kaubale või teenusele, mis täidab samu vajadusi või on ette nähtud samaks otstarbeks kui reklaamitav kaup või teenus, peab võrdlus põhinema võrreldava kauba või teenuse ühel või mitmel asjakohasel, olulisel ja tõendataval tunnusel, mille hulgas võib olla ka hind.
- (2) Võrdluse kasutamisel ei tohi reklaam:
 - 1) põhjustada reklaami tellija ja tema konkurendi, samuti reklaami tellija ja tema konkurendi kaubamärkide, nimede, kaupade või teenuste, nende oluliste tunnuste ega müügitingimuste segiajamist või tõenäolist segiajamist;
 - 2) põhineda konkurendi kaubamärgi, nime ja muude eristatavate tunnuste maine ega konkureeriva kauba päritolunimetuse enda huvides ärakasutamisel;
 - 3) päritolunimetusega kauba puhul seostuda kaubaga, millel ei ole sama nimetus;
 - 4) esitada kaup või teenust Eestis õiguskaitset omava kaubamärgiga tähistatud kauba või teenuse koopina või jäljendina.
- (3) Reklaamis sisalduv kauba või teenuse tavapärasest erinevale pakkumisele viitav võrdlus peab sisaldama teavet sellise pakkumise lõppkuupäeva, teenuse kättesaadavuse ning pakkumise muude eritingimuste kohta. Kui reklaami avalikustamisel tavapärasest erinev pakkumine ei ole veel alanud, peab reklaamis sisalduma ka sellise pakkumise algkuupäev.

§ 6. Isiku ja omandi kaitse reklaamis

- (1) Reklaamis ei tohi ilma isiku eelneva kirjaliku nõusolekuta viidata isikule ega mis tahes viisil kasutada isikut, sealhulgas tema häält, kujutist või pildimaterjali tema kohta.
- (2) Reklaamis ei tohi ilma isiku eelneva kirjaliku nõusolekuta viidata tema omandis või valduses olevale esemele ega kasutada seda viisil, mis jätab üldsusele mulje omaniku või valdaja sellekohasest soovist.

§ 7. Tehniliselt keeruka, ohtlikke aineid sisaldava ning kasutamisel erioskust nõudva kauba ja teenuse reklaam

(1) Tehniliselt keeruka, ohtlikke aineid sisaldava või kasutamisel erioskust nõudva kauba reklaam peab sisaldama üleskutset lugeda kasutusjuhendit ja vajaduse korral konsulteerida spetsialistiga.

(2) Tehniliselt keeruka, ohtlike ainete kasutamisega seotud või kasutamisel erioskust nõudva teenuse reklaam peab sisaldama teavet teenuse ohtlikkuse kohta. Ohtlikku teenust käsitatakse tarbijakaitseseaduse tähenduses. [RT I 2010, 31, 158- jõust. 01.10.2010]

(3) Ainult professionaalseks kasutamiseks mõeldud kauba või teenuse reklaam peab sisaldama sellekohast teavet.

§ 8. Lastele suunatud reklaam

(1) Käesolevas seaduses käsitatakse lapsena isikut, kes on noorem kui 18 aastat.

(2) Reklaam, mille sihtgrupi moodustavad peamiselt lapsed, peab arvestama nende eest tuleneva kehalise ja vaimse eripäraga.

(3) Reklaami sihtgrupiks ei tohi olla lapsed, kui reklaamitava kauba müümine või teenuse osutamine lapsele on keelatud.

(4) Reklaam, mille sihtgrupi moodustavad peamiselt lapsed, ei tohi:

- 1) luua muljet, et mõne kauba omandamine või teenuse kasutamine muudab lapse teistest paremaks või et selle puudumisel on vastupidine mõju;
- 2) tekitada lapses alaväärsustunnet;
- 3) sisaldada üleskutset selliseks käitumiseks või teoks, mille tulemusena laps satub või võib sattuda ohtlikku olukorda;
- 4) sisaldada last hirmutavaid elemente;
- 5) ära kasutada lapse usaldust vanema, õpetaja või teiste isikute vastu;
- 6) sisaldada pöördumist lapse poole, millega teda otseselt või kaudselt kutsutakse üles nõudma teiselt isikult reklaamitava kauba omandamist või teenuse kasutamist;
- 7) otseselt õhutada last iseseisvalt tehinguid tegema.

(5) Reklaam on keelatud koolieelse lasteasutuse, põhikooli, gümnaasiumi ja kutseõppeasutuse kasutuses olevates ruumides.

[RT I 2010, 41, 240- jõust. 01.09.2010]

(6) Käesoleva paragrahvi lõikes 5 sätestatud ei kohaldata reklaamile:

- 1) lapse käitumise avalikes huvides suunamiseks;
- 2) lastele suunatud ürituste ja huvihariduses osalemise ning edasiõppimisvõimaluste kohta;
- 3) õppe- ja kasvatustöö välisel ajal, kui seal toimub üritus täisealistele.

§ 9. Lapse kasutamine reklaamis

(1) Last ei tohi kasutada reklaamis ilma tema seadusliku esindaja eelneva kirjaliku nõusolekuta.

(2) Last ei tohi kasutada kauba või teenuse reklaamis, kui reklaamitava kauba müümine või teenuse osutamine lapsele on keelatud.

(3) Last ei tohi kasutada reklaamis viisil, mis paljastab lapse suguelundeid.

(4) Reklaamis ei tohi põhjendamatult näidata last ohtlikes olukordades.

(5) Reklaam, milles kasutatakse last, peab arvestama lapse eest tuleneva kehalise ja vaimse eripäraga.

§ 10. Pangatähe ja müntide kujunduse kasutamine reklaamis

(1) Eesti Panga poolt käibelevad lastud pangatähtede ja müntide kujunduse kasutamine reklaamis on lubatud ainult Eesti Panga eelneval nõusolekul.

(2) Pangatähte ja münti käsitatakse Eesti Vabariigi rahaseaduse tähenduses.

§ 11. Reklaam meediateenuses

(1) Audiovisuaalmeedia teenuse osutaja edastatavas äriteates on keelatud:

- 1) kasutada alalävisele tajule suunatud võtteid;
- 2) kasutada selle isiku häält või kujutist, kes esineb saatejuhi või kommentaatorina poliitilisi sündmusi ja probleeme käsitlevas saates või uudistesaaetes diktatorina.

(2) Lisaks käesolevas seaduses sätestatule kohaldatakse reklaamile, otsepakkumisele ja teistele äriteadetele meediateenuste seaduses sätestatud nõudeid.
[RT I, 06.01.2011, 1- jõust. 16.01.2011]

§ 12. Reklaami koopia säilitamise kohustus

Reklaami avalikustaja on kohustatud säilitama reklaami koopia vähemalt 20 päeva reklaami viimasest avalikustamisest arvates ja esitama reklaami koopia kontrollimiseks reklaamialase järelevalve teostajale tema esimesel nõudmisel.

§ 13. Kohaliku omavalitsuse pädevus välireklaami nõuete kehtestamisel

(1) Valla- või linnavolikogu määrusega võib kehtestada välireklaami paigaldamise eeskirja, millega kehtestatakse nõuded välireklaami avalikustamise viisile ja kohale.

(2) Valla- või linnavolikogu määrusega võib määratleda piirkonna, mida loetakse käesoleva seaduse § 28 lõike 1 punktis 1 nimetatud ehitise ja territooriumi vahetus läheduses olevaks.

3. peatükk KAUBAD JA TEENUSED, MILLE REKLAAM ON KEELATUD

§ 14. Advokaadi, vandetõlgi ja pankrotihalduri reklaam

[RT I 2009, 68, 463- jõust. 01.01.2010]

(1) Advokaadil, advokaadiühingul, vandetõlgil ja pankrotihalduril on keelatud end ja oma tegevust reklaamida. Advokaati ja advokaadiühingut käsitatakse advokatuuriseaduse tähenduses, pankrotihaldurit käsitatakse pankrotiseaduse tähenduses ning vandetõlki käsitatakse vandetõlgi seaduse tähenduses.

[RT I 2009, 68, 463- jõust. 01.01.2010]

(2) Advokaadi ja advokaadiühingu reklaamiks ei loeta advokaadi nime, tegevusvaldkonna, tööaja, büroo aadressi ja sidevahendite numbrite avalikkusele teatavakstegemist. Reklaamiks ei loeta ka avalikustatud andmeid advokaadi senise tegevuse ja akadeemiliste kraadide ning osutatavate õigusteenuste hinnakirja kohta.

(3) Vandetõlgi reklaamiks ei loeta vandetõlgi nime, ametinimetuse, senise töö- ja hariduskäigu, vandetõlgi büroo töö- ja vastuvõtuaja, aadressi ning sidevahendite numbrite, vandetõlgi osutatavate tõlketeenuste liikide ja tõlketeenuste hindade avalikkusele teatavakstegemist.

(4) Pankrotihalduri reklaamiks ei loeta pankrotihalduri nime, akadeemiliste kraadide, büroo töö- ja vastuvõtuaja, aadressi ja sidevahendite avalikkusele teatavakstegemist.

[RT I 2009, 68, 463- jõust. 01.01.2010]

§ 15. Notari ja kohtutäituri reklaam

(1) Notaril ja kohtutäituril on keelatud end ja oma ametitegevust reklaamida. Notarit käsitatakse notariaadiseaduse tähenduses ning kohtutäiturit käsitatakse kohtutäituri seaduse tähenduses.

(2) Reklaamiks ei loeta notari ja kohtutäituri nime, büroo töö- ja vastuvõtuaja, aadressi ning sidevahendite ja arveldusarve numbrite avalikkusele teatavakstegemist.

§ 16. Patendivoliniku reklaam

(1) Patendivolinikul ja patendivoliniku äriühingul on keelatud end ja oma tegevust reklaamida. Patendivolinikku ja patendivoliniku äriühingut käsitatakse patendivoliniku seaduse tähenduses.

(2) Patendivoliniku ja patendivoliniku äriühingu reklaamiks ei loeta patendivoliniku ja patendivoliniku äriühingu nime, kutsetegevuse valdkondade, tööaja, aadressi ning sidevahendite numbrite avalikkusele teatavakstegemist. Reklaamiks ei loeta ka avalikustatud andmeid patendivoliniku ja patendivoliniku äriühingu töötajate senise tegevuse ja akadeemiliste kraadide ning osutatavate teenuste hinnakirja kohta.

§ 17. Tubakatoote reklaam

(1) Tubakatoote reklaam on keelatud. Tubakatoode käsitatakse alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seaduse tähenduses.

(2) Tubakatoote tähistamiseks kasutatavat kaubamärki, mis ei väljenda sõnas ega kujuta pildis tubakatoodeid või selle tarbimist ning millega tähistatakse lisaks tubakatootele ka teisi kaupu või teenuseid, võib kasutada nende kaupade ja teenuste reklaami eesmärgil.

(3) Käesoleva seaduse § 2 lõike 2 punktides 2–4 ja punktis 6 nimetatud juhtudel ei tohi kasutada tubakatoodeid tähistavat kaubamärki, mis väljendab sõnas või kujutab pildis tubakatoodeid või selle tarbimist.

(4) Käesoleva paragrahvi lõikes 1 nimetatud keeld ei laiene:

- 1) tubakatoote käitlejatele suunatud erialastele väljaannetele ning väljaannetele, mis trükitakse ja avaldatakse Euroopa Majanduspiirkonna välistes riikides, kui need väljaanded ei ole suunatud peamiselt Euroopa Liidu siseturule;
- 2) tubakatoote tutvustamisele tubakatoote käitlejatele suunatud erialasel messil, näitusel või muul samalaadsel üritusel;
- 3) tubakatoote müügiks pakkumise ja müügiga seotud mis tahes teabele, mis on suunatud vaid tubakatoote käitlejatele.

§ 18. Narkootilise ja psühhotropse aine reklaam

(1) Narkootilise ja psühhotropse aine reklaam on keelatud. Narkootilisi ja psühhotropseid aineid käsitatakse narkootiliste ja psühhotropsete ainete ning nende lähteainete seaduse tähenduses.

(2) Narkootiliste ja psühhotropsete ainete hulka kuuluvaid ravimeid on lubatud reklaamida ravimite väljakirjutamise õigust omavatele isikutele, proviisoritele ja farmatseutidele vastavalt ravimiseaduses sätestatud nõuetele.

§ 19. Relva ja laskemoona reklaam

(1) Relva, tulirelva lisaseadiste ja laskemoona reklaam on keelatud, välja arvatud müügikohas, erialasel näitusel, messil ja erialases trükises. Relva, tulirelva lisaseadiseid ja laskemoona käsitatakse relvaseaduse tähenduses.

(2) Relva, tulirelva lisaseadiste ja laskemoona reklaam ei tohi sisaldada:

- 1) üleskutset relvade, tulirelva lisaseadiste ja laskemoona ostmiseks ega kasutamiseks;
- 2) vägivalda elemente ega relvade, tulirelva lisaseadiste ja laskemoona kasutamise ülistamist;
- 3) raskesti mõistetavaid erialaseid väljendeid.

(3) Relva ja laskemoona reklaam peab tagama relva, tulirelva lisaseadiste ja laskemoona eristatavuse teistest samaliigilistest toodetest.

§ 20. Lõhkematerjali ja pürotehnilise toote reklaam

(1) Lõhkematerjali ning IV, T2 ja P2 kategooria pürotehniliste toodete reklaam on keelatud, välja arvatud müügikohas, erialasel näitusel, messil ja erialases trükises. Lõhkematerjali ja pürotehnilisi tooteid käsitatakse lõhkematerjaliseaduse tähenduses.

[RT I 2009, 69, 464- jõust. 04.07.2010]

(2) Lõhkematerjali ja pürotehnilise toote reklaam ei tohi sisaldada:

- 1) üleskutset lõhkematerjali ja pürotehnilise toote ostmiseks ega kasutamiseks;
- 2) vägivalda elemente ega lõhkematerjali ja pürotehnilise toote kasutamise ülistamist;
- 3) raskesti mõistetavaid erialaseid väljendeid.

§ 21. Hasartmängu reklaam

(1) Hasartmängu, mängukohta ja hasartmängukorraldaja reklaam (edaspidi *hasartmängu reklaam*) on keelatud, välja arvatud:

- 1) hasartmängu korraldamise kohas;
- 2) rahvusvahelisel reisijate veol kasutatava vee- ja õhusõiduki pardal;
- 3) rahvusvahelist reisijate liinivedu teenindava lennuvälja ja sadama reisiterminali hoones;
- 4) hotellis, kus asub mängukoht;
- 5) hasartmängukorraldaja veebilehel;
- 6) loterii reklaam loteriipileti müügikohas ja tele- ja raadioprogrammis vahetult enne või pärast loterii loosimist edastavat saadet või selle saateosade vahel;

[RT I, 06.01.2011, 1- jõust. 16.01.2011]

7) toto reklaam sündmuse toimumise ajal selle sündmuse toimumise kohas, mille tulemuse suhtes saab totes panuseid teha.

(2) Hasartmängu, mängukohta ja hasartmängukorraldajat käsitatakse hasartmänguseaduse tähenduses.

(3) Hasartmängu reklaam ei tohi sisaldada üleskutset osaleda hasartmängus või külastada mängukohta ega teavet, mis võib jätta mulje, et hasartmängu mängimine on üldistes huvides kasulik või suurendab sotsiaalset edukust.

(4) Väljaspool käesoleva paragrahvi lõikes 1 nimetatud kohti võib eksponeerida hasartmängukorraldaja kaubamärki, mis ei väljenda sõnas ega kujuta pildis hasartmängu, mängukohta ja võiduvõimalust.

(5) Hasartmängu reklaamiks ei loeta:

1) mängukohta tähistust ettevõtja nime, kaubamärgi, mängukohta liigi, nime ja lahtiolekuajaga, mis paikneb ehitisel, kus mängukoht asub või mängukohta sissepääsu juures;

2) teabe avalikustamist loterii korraldamise tingimuste, võitnud piletite, võidukombinatsioonide, võitude ja loterii korraldamisest saadava tulu kasutamise kohta;

3) teabe avalikustamist kaubandusliku loterii kohta. Kaubanduslikku loteriid käsitatakse hasartmänguseaduse tähenduses.

[RT I 2009, 38, 255- jõust. 18.07.2009]

(6) Mängukohas teostatavate tegevuste reklaamile kohaldatakse hasartmängu reklaami suhtes kehtestatud.

[RT I 2008, 47, 261- jõust. 01.01.2009]

§ 22. Tervishoiuteenuse reklaam

(1) Tervishoiuteenuse, sealhulgas kunstliku viljastamise reklaam on keelatud.

(2) Tervishoiuteenust ja tervishoiuteenuse osutajat käsitatakse tervishoiuteenuste korraldamise seaduse tähenduses ning kunstlikku viljastamist käsitatakse kunstliku viljastamise ja embrüokaitse seaduse tähenduses.

(3) Tervishoiuteenuse osutaja kohta avaldatavas teabes peab sisalduma tervishoiuteenuse osutaja tegevusloa number.

(4) Tervishoiuteenuse reklaamiks ei loeta:

1) teavet tervishoiuteenuse osutaja nime, tööaja, tegevuskoha, eriala ja tervishoiutöötaja nime, eriala, akadeemilise kraadi ja kontaktandmete kohta ning osutatavate tervishoiuteenuste loetelu;

2) tervishoiuteenuse osutaja poolt oma töö tutvustamist ajakirjanduses;

3) doonorite leidmiseks vajalike abinõude rakendamist.

§ 23. Imiku piimasegu reklaam

(1) Imiku piimasegu reklaam on keelatud.

(2) Käesoleva paragrahvi lõikes 1 nimetatud keeld ei laiene Euroopa Liidu liikmesriikides, välja arvatud Eestis, trükitud ja avaldatud lapsehooldusalastele eriväljaannetele ja teaduslikele publikatsioonidele.

(3) Käesoleva paragrahvi lõikes 1 nimetatud keeld ei laiene väljaspool Euroopa Liitu trükitud ja avaldatud väljaannetele, kui need väljaanded ei ole suunatud peamiselt Eesti turule.

§ 24. Pornograafilise sisuga ning vägivalda ja julmust propageeriva teose reklaam

(1) Pornograafilise sisuga ning vägivalda ja julmust propageeriva teose reklaam on keelatud.

(2) Pornograafilise sisuga ning vägivalda ja julmust propageerivat teost käsitatakse pornograafilise sisuga ja vägivalda või julmust propageerivate teoste leviku reguleerimise seaduse tähenduses.

§ 25. Sugulise kire rahuldamiseks pakutavate teenuste reklaam

(1) Sugulise kire rahuldamiseks pakutavate teenuste, sealhulgas prostitutsiooni reklaam või sellistele teenustele viitav reklaam on keelatud.

(2) Prostitutsiooni vahendamisele kaasa aitav reklaam on keelatud.

4. peatükk

KAUPADE JA TEENUSTE REKLAAMI PIIRANGUD

§ 26. Taimekaitsevahendi reklaam

(1) Taimekaitsevahendit võib reklaamida kasutamiseks ainult nendel kultuuridel ja objektidel, millel kasutamiseks see on turule lubatud. Taimekaitsevahendit käsitatakse taimekaitsevahendiseaduse tähenduses.

(2) Taimekaitsevahendi reklaamis on keelatud luua muljet, et taimekaitsevahend on tegelikult ohutum. Taimekaitsevahendi reklaamis on keelatud kasutada sõnu «ohutu», «kahjutu», «mittemürgine» ning muid sama tähendusega sõnu ja väljendeid.

§ 27. Biotsiidi reklaam

(1) Biotsiidi reklaamis on keelatud kasutada väljendeid «madala riskiastmega biotsiid», «mittemürgine», «ohutu» ning muid sama tähendusega sõnu ja väljendeid. Biotsiidi käsitatakse biotsiidiseaduse tähenduses.

(2) Biotsiidi reklaam peab sisaldama ülejäänud tekstist selgelt eristatavalt järgmisi lauseid: «Kasutage biotsiidi ohutult! Enne kasutamist lugege lisatud teave alati läbi!»

(3) Biotsiidi reklaamis võib mõiste «biotsiid» asendada reklaamitava tooteliigi nimetusega.

§ 28. Alkoholi reklaam

(1) Alkoholi reklaam on keelatud:

1) koolieelse lasteasutuse, põhikooli, gümnaasiumi, kutseõppeasutuse, huvikooli, noorte püsilaagri ja noorte projektlaagri kasutuses olevas ehitises, ehitisel, territooriumil ning nende vahetus läheduses, välja arvatud õppe- ja kasvatustöövälisel ajal, millal seal toimub üritus täisealistele;

[RT I 2010, 44, 262- jõust. 01.09.2010]

2) sportimiseks ettenähtud ehitises ja ehitisel, välja arvatud alkohoolse joogi müügikohas;

3) tervishoiu- ja hoolekandeasutuse ehitises, ehitisel ja territooriumil;

4) kaitseväe, Kaitseliidu ja politsei ehitises, ehitisel ja territooriumil;

[RT I 2009, 62, 405- jõust. 01.01.2010]

5) kinnipidamisasutuse ehitises, ehitisel ja territooriumil;

6) kino, muuseumi ja etendusasutuse ehitises, ehitisel ja territooriumil, välja arvatud alkohoolse joogi müügikohas;

7) trükises, mis on suunatud peamiselt lastele, ja trükise leheküljel, kus avaldatakse peamiselt lastele suunatud teavet;

8) peamiselt lastele suunatud ürituse toimumise kohas ja ajal ning sellise ürituse päasmel;

9) tele- ja raadioprogrammis kella 7.00-st kuni 21.00-ni;

[RT I, 06.01.2011, 1- jõust. 16.01.2011]

10) jaekaubanduses müügiks pakutaval või teeninduses laenutataval videokassetil, DVD-l, laserplaadil või mõnel muul andmekandjal ja selle pakendil;

11) ajalehe ja ajakirja esi- ja tagaküljel;

12) välireklaamina, välja arvatud väheese etanoolisisaldusega alkohoolse joogi välireklaam.

(2) Alkoholi ja väheese etanoolisisaldusega alkohoolset jooki käsitatakse alkoholiseaduse tähenduses.

(3) Alkoholi reklaam ei tohi:

1) sisaldada otsest üleskutset alkoholi osta ega tarbida;

2) sisaldada joonis- ja nukufilmi ning lastekirjanduse tegelaste kujutisi;

3) esitada teavet, sündmusi ja tegevust viisil, mis võib jätta mulje, et alkoholi tarbimine suurendab sotsiaalset ja seksuaalset edukust, parandab füüsilist võimekust või on tähtis mõnel elualal heade tulemuste saavutamiseks;

4) seostada alkoholi tarbimist sõidukijuhtimisega;

5) sisaldada väidet, et alkoholil on ergutav, rahustav või vastuolude lahendamist soodustav toime;

6) kujutada karskust ega mõõdukust alkoholi tarbimisel negatiivses valguses;

7) rõhutada suurt etanoolisisaldust kui alkoholi positiivset omadust;

8) sisaldada teavet, et alkoholi ostmisel saab või on võimalik saada tasuta või tavapärasest väiksema tasu eest kaupa või teenust.

(4) Alkoholi reklaamis ei tohi matkida ega kasutada üldtuntud näitlejat, sportlast, muusikut, meelelahutustegelast või teisi üldtuntud isikuid, samuti nende pilti, häält, kujutist või viiteid nendele isikutele. Näitlejat võib alkoholi reklaamis kasutada, kui näitleja ei reklaami alkoholi läbi oma isikliku eeskuju, vaid kehastab tegelaskuju.

(5) Alkoholi reklaamis ei tohi kujutada rolli ega tegelast, kes on tuntud peamiselt lastele suunatud filmi, televisiooni-, muusika- ja meelelahutussaate või ürituse kaudu.

(6) Keelatud reklaamina käsitatakse:

1) alkoholiga seotud eseme või trükise tasuta jagamist lastele;

2) alkoholi esitlust väljaspool alkoholi müügikohta, välja arvatud vastavaid tooteid tutvustaval messil, laadal või muul samalaadsel üritusel;

3) alkoholi tasuta kaasaandmist kauba või teenuse müügiks pakkumisel ja müügil, välja arvatud tootlustusettevõttes kohapeal tarbimiseks;

4) alkohoolse joogi saamise võimalust kauba või teenuse müügi suurendamise eesmärgil läbiviidava müügienduskampaania või muu tegevuse auhinna, võidu, kingituse või muu hüvena.

(7) Alkoholi reklaam peab sisaldama hoiatavat teksti: «Tähelepanu! Tegemist on alkoholiga. Alkohol võib kahjustada teie tervist.» Hoiatus peab tavalise tähelepanu juures olema märgatav, arusaadav ja selgelt eristatav muust teabest.

(7¹) Käesoleva paragrahvi lõikes 7 sätestatud ei kohaldata alkoholi tähistamiseks kasutatava kaubamärgi eksponeerimisel alkoholi müügikohas.

[RT I 2009, 38, 255- jõust. 18.07.2009]

(8) Alkoholi tähistamiseks kasutatavat kaubamärki, mis ei väljenda sõnas ega kujuta pildis alkoholi või selle tarbimist ning millega tähistatakse lisaks alkoholile ka teisi kaupu ja teenuseid, võib kasutada nende kaupade ja teenuste reklaami eesmärgil.

(9) Käesoleva seaduse § 2 lõike 2 punktides 2–4 ja punktis 6 nimetatud juhtudel ei tohi kasutada alkoholi tähistamiseks kasutatavat kaubamärki, mis väljendab sõnas või kujutab pildis alkoholi või selle tarbimist.

§ 29. Finantsteenuse reklaam

(1) Finantsteenuse käesoleva seaduse tähenduses on Finantsinspektsiooni seaduses nimetatud finantsjärelevalve subjektide poolt klientidele osutatud teenus ning finantsteenuse krediidiasutuste seaduse tähenduses.

(2) Finantsteenuse reklaam peab sisaldama üleskutset tutvuda finantsteenuse tingimustega ning vajaduse korral konsulteerida asjatundjaga.

(3) Igas reklaamis, millega teavitatakse valmisolekust anda tarbijakrediiti või vahendada selliseid lepinguid ning mis sisaldab andmeid intressimäära või muude krediidikulude suuruse kohta, tuleb ära näidata krediidi kulukuse määr, lisades vajaduse korral vastavaid näiteid.

(4) Igas reklaamis, millega teavitatakse valmisolekust anda tarbijale laenu, mille maksimaalne summa on väiksem kui 640 eurot või mille tagasimaksmise maksimaalne tähtaeg on kuni kuus kuud, tuleb ära näidata krediidi kulukuse määr, lisades vajaduse korral vastavaid näiteid.
[RT I 2010, 22, 108- jõust. 01.01.2011]

(5) Kui reklaamis, millega teavitatakse valmisolekust anda hüpoteegiga tagatud krediiti kinnisvara või eluaseme soetamiseks, renoveerimiseks või selliste lepingute vahendamiseks, näidatakse ära intressimäär, tuleb lisada märge, et krediidilepingu sõlmimisega võivad kaasneda ka muud kulud, kusjuures krediidi kulukuse määra näitamine ei ole kohustuslik.

5. peatükk JÄRELEVALVE

§ 30. Järelevalve teostajad

(1) Käesoleva seaduse ja selle alusel kehtestatud nõuete, välja arvatud käesoleva seaduse §-des 14 ja 15 sätestatud nõuete järgimise üle teostab järelevalvet Tarbijakaitseamet.

(2) Lisaks käesoleva paragrahvi lõikes 1 sätestatud teostavad järelevalvet järgmiste haldusorganite ametiisikud vastavalt oma pädevusele:

1) Ravimiamet käesoleva seaduse 2. peatükis ning §-s 18 sätestatud nõuete järgimise üle ravimi reklaami osas;
[RT I 2009, 67, 461- jõust. 01.01.2010]

2) Terviseamet käesoleva seaduse 2. peatükis sätestatud nõuete järgimise üle meditsiiniseadme reklaami osas ning 2. peatükis ja §-s 22 sätestatud nõuete rikkumise üle tervishoiuteenuse reklaami osas;
[RT I 2009, 67, 461- jõust. 01.01.2010]

3) Põllumajandusamet käesoleva seaduse 2. peatükis ja §-s 26 sätestatud nõuete järgimise üle taimekaitsevahendi reklaami osas;
[RT I 2009, 34, 224- jõust. 01.01.2010]

4) Finantsinspektsioon käesoleva seaduse 2. peatükis ja §-s 29 sätestatud nõuete järgimise üle Finantsinspektsiooni seaduses nimetatud finantsjärelevalve subjektide poolt klientidele osutatavate finantsteenuste reklaami osas;

5) valla- või linnavalitsus oma haldusterritooriumil välireklaami suhtes.

(3) Käesoleva seaduse §-s 14 nimetatud nõuete järgimise üle teostavad järelevalvet advokatuuriseaduses ja vandetõlgi seaduses sätestatud isikud seaduses sätestatud korras.

(4) Käesoleva seaduse §-s 15 nimetatud nõuete järgimise üle teostavad järelevalvet notariaadiseaduses ja kohtutäituri seaduses sätestatud isikud seaduses sätestatud korras.

§ 31. Järelevalvet teostava ametiisiku õigused ja kohustused

(1) Järelevalvet teostaval ametiisikul (edaspidi *järelevalve teostaja*) on ülesannete täitmiseks õigus:

1) kontrollida takistamatult reklaami vastavust seaduses sätestatud nõuetele;

2) kontrollimiseks takistamatult siseneda reklaami tellija, teostaja ja avalikustaja majandus- või kutsetegevuses kasutatavale territooriumile ning ehitisse kontrollitava isiku, tema esindaja või tema töötaja juuresolekul;

3) saada riigiasutuselt, valla- või linnavalitsuselt, reklaami tellijalt, teostajalt ja avalikustajalt järelevalve teostamiseks vajalikku teavet;

- 4) nõuda reklaami tellijalt, teostajalt ja avalikustajalt dokumente, materjale, sealhulgas reklaami koopiat, seletusi ja muud asjakohast teavet ning saada dokumentidest ära kirju;
- 5) teha suulisi hoiatusi reklaami tellijale, teostajale ja avalikustajale ning juhtida tema tähelepanu käesolevas seaduses sätestatud nõuete täitmata jätmisele;
- 6) teha oma pädevuse piires ettekirjutusi.

(2) Asendustäitmise ja sunniraha seaduses sätestatud juhtudel on järelevalve teostajal õigus kohaldada asendustäitmist asendustäitmise ja sunniraha seaduses sätestatud korras.

(3) Järelevalve teostaja on kohustatud tööülesannete täitmisel esitama ametitõendi.

(4) Järelevalve teostaja on kohustatud tagama talle järelevalve teostamisel teatavaks saanud äri- ja tehnikateabe konfidentsiaalsuse, kui seadus ei näe ette selle avalikustamist.

§ 32. Järelevalve teostaja ettekirjutus

(1) Reklaamialast järelevalvet teostav asutus või tema volitatud ametiisik võib reklaamiseaduse rikkumise korral teha reklaami tellijale, teostajale ja avalikustajale ettekirjutuse, milles:

- 1) juhib tähelepanu õigusrikkumisele ja esitab nõude selle lõpetamiseks;
- 2) kohustab tegema reklaamialase tegevuse õiguspäraseks jätkamiseks vajalikke toiminguid.

(2) Ettekirjutuses peab olema:

- 1) ettekirjutuse koostanud isiku nimi ja ametikoht ning asutuse nimi ja aadress, kelle nimel ettekirjutus koostatakse;
- 2) ettekirjutuse tegemise kuupäev;
- 3) ettekirjutuse saaja nimi ja aadress;
- 4) ettekirjutuse faktiline ja õiguslik alus;
- 5) selgelt väljendatud nõue koos viidetega asjakohaste õigusaktide sätetele;
- 6) ettekirjutuse täitmise tähtaeg;
- 7) ettekirjutuse täitmata jätmise korral rakendatava sunniraha määr;
- 8) ettekirjutuse vaidlustamise kord.

(3) Ettekirjutus võib sisaldada asendustäitmise rakendamise hoiatust ja selle kulude eeldatavat suurust ettekirjutuse täitmata jätmise korral.

(4) Ettekirjutus antakse isikule viivitamata allkirja vastu kätte või saadetakse talle väljastusteatega tähtkirjaga.

(5) Ettekirjutuse täitmine on kohustuslik. Ettekirjutuse vaidlustamine ei vabasta selle täitmisest, välja arvatud juhul, kui kohus on otsustanud teisiti.

(6) Käesoleva paragrahvi lõikes 1 nimetatud ettekirjutuse tähtaegselt täitmata jätmise korral võib rakendada sunniraha asendustäitmise ja sunniraha seaduses sätestatud korras. Sunniraha ülemmäär on 640 eurot. [RT I 2010, 22, 108- jõust. 01.01.2011]

6. peatükk VASTUTUS

§ 33. Reklaami üldnõuete rikkumine

(1) Reklaami üldnõudeid rikkuva reklaami tellimise, teostamise või avalikustamise eest – karistatakse rahatrahviga kuni 300 trahviühikut. [RT I 2009, 38, 255- jõust. 18.07.2009]

(2) Sama teo eest, kui selle on toime pannud juriidiline isik, – karistatakse rahatrahviga kuni 3200 eurot. [RT I 2010, 22, 108- jõust. 01.01.2011]

§ 34. Kaupade ja teenuste reklaami keelu rikkumine

(1) Reklaami keeldu eirava reklaami tellimise, teostamise või avalikustamise eest – karistatakse rahatrahviga kuni 300 trahviühikut. [RT I 2009, 38, 255- jõust. 18.07.2009]

(2) Sama teo eest, kui selle on toime pannud juriidiline isik, – karistatakse rahatrahviga kuni 3200 eurot. [RT I 2010, 22, 108- jõust. 01.01.2011]

§ 35. Kaupade ja teenuste reklaami piirangute ning nõuete rikkumine

(1) Reklaami tellimise, teostamise või avalikustamise eest, millega rikutakse kaupade ja teenuste reklaami piirangut või nõuet, – karistatakse rahatrahviga kuni 300 trahviühikut.
[RT I 2009, 38, 255- jõust. 18.07.2009]

(2) Sama teo eest, kui selle on toime pannud juriidiline isik, – karistatakse rahatrahviga kuni 3200 eurot.
[RT I 2010, 22, 108- jõust. 01.01.2011]

§ 36. Menetlus

(1) Käesoleva seaduse §-des 33–35 sätestatud väärteo korral kohaldatakse karistusseadustiku üldosa ja väärteomenetluse seadustiku sätteid.

(2) Käesoleva seaduse §-des 33–35 sätestatud väärteo kohtuvälised menetlejad on Tarbijakaitseamet ja vastavalt oma pädevusele järgmised haldusorganid:

1) Raviamet käesoleva seaduse 2. peatükis ning §-s 18 sätestatud nõuete rikkumise korral ravimi reklaami osas;

[RT I 2009, 67, 461- jõust. 01.01.2010]

2) Terviseamet käesoleva seaduse 2. peatükis sätestatud nõuete rikkumise korral meditsiiniseadme reklaami osas ning 2. peatükis ja §-s 22 sätestatud nõuete rikkumise korral tervishoiuteenuse reklaami osas;

[RT I 2009, 67, 461- jõust. 01.01.2010]

3) Põllumajandusamet käesoleva seaduse 2. peatükis ja §-s 26 sätestatud nõuete rikkumise korral taimekaitsevahendi reklaami osas;

[RT I 2009, 34, 224- jõust. 01.01.2010]

4) Finantsinspeksioon käesoleva seaduse 2. peatükis ja §-s 29 sätestatud nõuete rikkumise korral Finantsinspeksiooni seaduses nimetatud finantsjärelevalve subjektide poolt klientidele osutatavate finantsteenuste reklaami osas;

5) valla- või linnavalitsus oma haldusterritooriumil välireklaami nõuete rikkumise korral.

7. peatükk RAKENDUSSÄTTED

§ 37.–§ 51.[Käesolevast tekstist välja jäetud.]

§ 52. Seaduse jõustumine

Käesolev seadus jõustub 2008. aasta 1. novembril.

¹ EÜ Nõukogu direktiiv 84/450/EMÜ, mis käsitleb eksitava reklaamiga seotud liikmesriikide õigus- ja haldusnormide ühtlustamist (EÜT L 250, 19.09.1984, lk 17–20), mida on muudetud Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiviga 97/55/EÜ, millega muudetakse direktiivi 84/450/EMÜ eksitava reklaami kohta, arvates selle hulka võrdleva reklaami (EÜT L 290, 23.10.1997, lk 18–23) ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiviga 2005/29/EÜ, mis käsitleb ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud ebaausaid kaubandustavasid siseturul ning millega muudetakse nõukogu direktiivi 84/450/EMÜ, Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiive 97/7/EÜ, 98/27/EÜ ja 2002/65/EÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrust (EÜ) nr 2006/2004 (ebausate kaubandustavade direktiiv) (ELT L 149, 11.06.2005, lk 22–39).