

Väljaandja:	Riigikogu
Akti liik:	seadus
Teksti liik:	terviktekst
Redaktsiooni jõustumise kp:	22.03.2015
Redaktsiooni kehtivuse lõpp:	31.05.2015
Avaldamismärge:	RT I, 12.03.2015, 83

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
30.09.2010	RT I 2010, 77, 590	01.07.2011
16.12.2010	RT I, 06.01.2011, 1	16.01.2011
17.11.2011	RT I, 25.11.2011, 3	26.11.2011, osaliselt 26.11.2013
04.04.2012	RT I, 25.04.2012, 1	01.06.2012
05.12.2012	RT I, 21.12.2012, 1	01.03.2013
22.05.2013	RT I, 11.06.2013, 1	01.07.2013
23.05.2013	RT I, 11.06.2013, 3	01.07.2013
19.02.2014	RT I, 13.03.2014, 4	01.07.2014
26.03.2014	RT I, 10.04.2014, 1	20.04.2014
19.06.2014	RT I, 12.07.2014, 1	01.01.2015
11.02.2015	RT I, 04.03.2015, 3	01.06.2015
18.02.2015	RT I, 12.03.2015, 7	22.03.2015, osaliselt 01.05.2015 ja 01.01.2016

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, tasu eest 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, kaubamärgi 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 esitlusviis 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 õigusküülekäitumist;
- 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 valeteavet;
- 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 vääramendeid 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 keskkonnaohutus, valmistamise, varumise või osutamise viis ja aeg, tootmispaik või päritolumaak;
- 2) kasutusotstarve ja kasutamisest saadav tulu;
- 3) hind ja hinna tasumise tingimused;
- 4) vahetamise, tagastamise, remondi, hoolduse ja garantii tingimused;
- 5) kauba tootja või teenuse osutaja isik, tema tegevusala ja kvalifikatsioon, kuulumine ametiliitudesse ja organisatsioonidesse, käitumiskodeksi 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 kaupa või teenust Eestis õiguskaitset omava kaubamärgiga tähistatud kauba või teenuse koopia 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 alguskuupäev.

§ 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 tarbijakaitseasutuse 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 east 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 east tuleneva kehalise ja vaimse eripäraga.

§ 10. Pangatähe ja mündi kujunduse kasutamine reklaamis

(1) Eesti Panga poolt käibele 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) Meediateenuse osutamisel edastatavas reklaamis ja otsepakkumises on keelatud:

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

(2) Lisaks käesolevas seaduses sätestatule kohaldatakse reklaamile ja otsepakkumisele meediateenuses meediateenuste seadusega otsepakkumise ja teiste äriteadete kohta sätestatud nõudeid.

(3) Otsepakkumist ja teisi äriteateid meediateenuses käsitatakse meediateenuste seaduse tähenduses.
[RT I, 11.06.2013, 1- jõust. 01.07.2013]

§ 12. Reklaami koopia säilitamise kohustus

Reklaami avalikustaja on kohustatud säilitama reklaami koopiat 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. Pankrotihalduri reklaam

[RT I, 21.12.2012, 1- jõust. 01.03.2013]

(1) Pankrotihalduril on keelatud end ja oma tegevust reklaamida, kui käesolevas seaduses ei ole sätestatud teisiti. Pankrotihaldurit käsitatakse pankrotiseaduse tähenduses.

[RT I, 21.12.2012, 1- jõust. 01.03.2013]

(2) [Kehtetu - RT I, 21.12.2012, 1- jõust. 01.03.2013]

(3) [Kehtetu - RT I, 21.12.2012, 1- jõust. 01.03.2013]

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

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

§ 15. Notari ja kohtutäituri reklaam

(1) Notaril ja kohtutäituri 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 vastuvõtuoja, aadressi ning sidevahendite ja arveldusarve numbrite avalikkusele teatavastegemist.

§ 16. Patendivoliniku reklaam

[Kehtetu - RT I, 21.12.2012, 1- jõust. 01.03.2013]

§ 17. Tubakatoote, tubakatoote tarvitamiseks mõeldud toote, tubakatootega sarnaselt kasutatava toote või selle osiste reklaam

[RT I, 12.03.2015, 7- jõust. 22.03.2015]

(1) Tubakatoote reklaam on keelatud. Tubakatoodeid käsitletakse 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 kaupade või teenuste, 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.

(5) Käesolevas paragrahvis sätestatud kohaldatakse ka tubakatoote seonduva toote ja selle osiste reklaamide ning neid tooteid tähistava kaubamärgi kasutamisele. Tubakatoote seonduvaid tooteid käsitletakse tubakaseaduse tähenduses.

[RT I, 12.03.2015, 7- jõust. 22.03.2015]

§ 18. Narkootilise ja psühhotroopse aine reklaam

(1) Narkootilise ja psühhotroopse aine reklaam on keelatud. Narkootilisi ja psühhotroopseid aineid käsitletakse narkootiliste ja psühhotroopsete ainete ning nende lähteainete seaduse tähenduses.

(2) Narkootiliste ja psühhotroopsete 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 käsitletakse 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 käsitletakse 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, mängukoha 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 ning tele- ja raadioprogrammis vahetult enne või pärast loterii loosimist või loosimistulemusi edastavat saadet või sellise saate osade vahel;

[RT I, 25.04.2012, 1- jõust. 01.06.2012]

7) toto reklaam sündmuse toimumise ajal selle sündmuse toimumise kohas, mille tulemuse suhtes saab totos 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) mängukoha tähistust ettevõtja nime, kaubamärgi, mängukoha liigi, nime ja lahtiolekuajaga, mis paikneb ehitisel, kus mängukoht asub või mängukoha sissepääsu juures;

2) teabe avalikustamist korraldatava loterii mängureeglite, võidufondi, võimalike võitude ja korraldamisest saadava tulu kasutamise ning toimunud loosimistel võitnud pileтите, võidukombinatsioonide ja võitude kohta; [RT I, 25.04.2012, 1- jõust. 01.06.2012]

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 ja eriala ning tervishoiutöötaja nime, eriala, akadeemilise kraadi ja kontaktandmete kohta ning osutatavate tervishoiuteenuste loetelu ja hinnakirja avalikustamist;

[RT I, 10.04.2014, 1- jõust. 20.04.2014]

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

Taimekaitsevahendi reklaam peab vastama Euroopa Parlamendi ja nõukogu määruse (EÜ) nr 1107/2009 taimekaitsevahendite turulelaskmise ja nõukogu direktiivide 79/117/EMÜ ja 91/414/EMÜ kehtetaks tunnistamise kohta (ELT L 309, 24.11.2009, lk 1–50) artiklis 66 sätestatud nõuetele.
[RT I, 25.11.2011, 3- jõust. 26.11.2011]

§ 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 hoolekandeaduse ehitises, ehitisel ja territooriumil;

4) kaitseväe, Kaitsejõudude 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 pääsmel;

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 vähese etanoolisisaldusega alkohoolse joogi välireklaam.

(2) Alkoholi ja vähese 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 samalaadisel 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 müügievenduskampaania 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 või muude isikute poolt osutatud finantsteenuse krediidiasutuste seaduse tähenduses.

[RT I, 11.06.2013, 3- jõust. 01.07.2013]

(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, tuleb ära näidata krediidi kulukuse määr tüüpilise näite kujul.

[RT I 2010, 77, 590- jõust. 01.07.2011]

(3¹) Igas reklaamis, millega teavitatakse valmisolekust anda tarbijakrediiti või vahendada selliseid lepinguid, mis sisaldavad intressimäära või mis tahes muid arve, mis on seotud krediidi kuludega tarbijale, tuleb esitada tüüpilise näite kujul selgel, kokkuvõtlikul ja selgelt eristuv viisil järgmine teave:

- 1) intressimäär;
- 2) kasutusse võetav krediidisumma või krediidi ülempiir;
- 3) krediidi kulukuse määr;
- 4) kohaldataval juhul tarbijakrediidilepingu kestus;
- 5) tarbijakrediidilepingu puhul, mille esemeks on asja omandamise, teenuse osutamise või muu lepingueseme finantseerimine, lepingueseme hind kohe tasudes (netohind) ja kohaldataval juhul ettemaksu summa;
- 6) kohaldataval juhul tarbija poolt makstav kogusumma ja tagasimaksete summa.

[RT I, 13.03.2014, 4- jõust. 01.07.2014]

(3²) Intressimäära esitamisel tuleb ära näidata, kas tegemist on fikseeritud või fikseerimata intressimääraga või mõlemaga, ja tasud, mis sisalduvad krediidi kogukulus tarbijale.

[RT I, 13.03.2014, 4- jõust. 01.07.2014]

(3³) Kui krediidi saamiseks või krediidi saamiseks pakutavatel tingimustel on vaja sõlmida kõrvalleping, eelkõige kindlustusleping, ja kõrvallepinguga seotud kulud ei ole eelnevalt kindlaksmääratavad, tuleb kõrvallepingu sõlmimise kohustusest ja krediidi kulukuse määrast teada anda selgel, kokkuvõtlikul ja selgelt eristuv viisil.

[RT I, 13.03.2014, 4- jõust. 01.07.2014]

(3⁴) Krediidivahendaja peab lisaks käesoleva paragrahvi lõigetes 3–3³ sätestatule avaldama ka oma volituste ulatuse vastavalt võlaõigusseaduse § 417¹ lõike 1 punktile 1.

[RT I, 13.03.2014, 4- jõust. 01.07.2014]

(4) [Kehtetu - RT I 2010, 77, 590- jõust. 01.07.2011]

(5) [Kehtetu - RT I 2010, 77, 590- jõust. 01.07.2011]

(6) Finantsteenuse osutaja võib reklaamis, millega teavitatakse valmisolekust anda tarbijakrediiti või vahendada tarbijakrediidilepinguid, ning käesoleva seaduse § 2 lõike 2 punktides 2–4 ja 6 nimetatud juhtudel eksponeerida vaid sellist kaubamärki, mis on kooskõlas käesoleva paragrahvi lõikes 7 sätestatuga.
[RT I, 11.06.2013, 3- jõust. 01.07.2013]

(7) Reklaam, millega teavitatakse valmisolekust anda tarbijakrediiti või vahendada tarbijakrediidilepinguid, peab olema vastutustundlik ning tasakaalustatud. Reklaam ei tohi jätta muljet, et tarbijakrediidi võtmine on riskivaba ja lihtne võimalus finantsprobleemide lahendamiseks, ega kallutada tarbijaid läbimõtlematule laenuvõtmisele.
[RT I, 11.06.2013, 3- jõust. 01.07.2013]

(8) Käesoleva paragrahvi lõigetes 2–3⁴ nimetatud teabe esitamiseks tuleb valida selline kirjatüüp ja -suurus, mis muudab selle tavalise tähelepanu juures märgatavaks, arusaadavaks ning muust teabest selgelt eristatavaks.
[RT I, 13.03.2014, 4- jõust. 01.07.2014]

§ 29¹. Advokaadi, vandetõlgi ja patendivolniku reklaam

Advokaadil, advokaadiühingul, vandetõlgil, patendivolnikul ja patendivolniku äriühingul on lubatud oma tegevust reklaamida, kui reklaam ei ole vastuolus kutse-etiika nõuetega ja reklaam ei kutsu üles lepingut sõlmima. Advokaati ja advokaadiühingut käsitatakse advokatuuriseaduse tähenduses, vandetõlki vandetõlgi seaduse tähenduses ning patendivolnikku ja patendivolniku äriühingut patendivolniku seaduse tähenduses.
[RT I, 21.12.2012, 1- jõust. 01.03.2013]

5. peatükk JÄRELEVALVE

§ 30. Riiklik järelevalve

[RT I, 13.03.2014, 4- jõust. 01.07.2014]

(1) Käesoleva seaduse ja selle alusel kehtestatud õigusaktide nõuete, välja arvatud käesoleva seaduse §-des 14, 15 ja 29¹ sätestatud nõuete järgimise üle teostab riiklikku järelevalvet Tarbijakaitseamet.

(2) Lisaks käesoleva paragrahvi lõikes 1 sätestatule teostavad riiklikku järelevalvet ka järgmised korrakaitseorganid:

- 1) Raviamet käesoleva seaduse 2. peatükis ja §-s 18 sätestatud nõuete järgimise üle ravimi reklaamis;
- 2) Terviseamet käesoleva seaduse 2. peatükis sätestatud nõuete järgimise üle meditsiiniseadme reklaamis ning 2. peatükis ja §-s 22 sätestatud nõuete järgimise üle tervishoiuteenuse reklaamis;
- 3) Põllumajandusamet käesoleva seaduse 2. peatükis ja §-s 26 sätestatud nõuete järgimise üle taimekaitsevahendi reklaamis;
- 4) valla- või linnavalitsus oma haldusterritooriumil välireklaami üle.

(3) Käesoleva seaduse §-s 14 nimetatud nõuete järgimise üle teostavad järelevalvet pankrotiseaduses 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.

(5) Käesoleva seaduse §-s 29¹ nimetatud nõuete järgimise üle teostavad järelevalvet advokatuuriseaduses, vandetõlgi seaduses ja patendivolniku seaduses sätestatud isikud seaduses sätestatud korras.
[RT I, 13.03.2014, 4- jõust. 01.07.2014]

§ 31. Riikliku järelevalve erimeetmed

[RT I, 13.03.2014, 4- jõust. 01.07.2014]

Korrakaitseorgan võib käesolevas seaduses sätestatud riikliku järelevalve teostamiseks kohaldada korrakaitse seaduse §-des 30 ja 50 sätestatud riikliku järelevalve erimeetmeid korrakaitse seaduses sätestatud alusel ja korras.

[RT I, 13.03.2014, 4- jõust. 01.07.2014]

§ 31¹. Riikliku järelevalve erisused

Korrakaitseorgan võib korrakaitse seaduse §-s 50 sätestatud tingimustel siseneda üksnes reklaami tellija, teostaja ja avalikustaja majandus- ja kutsetegevuses kasutatavale territooriumile ning ehitisse ja meedet saab kohaldada kontrollitava isiku, tema esindaja või tema töötaja juuresolekul.

[RT I, 13.03.2014, 4- jõust. 01.07.2014]

§ 31². Finantsinspektsiooni teostatav järelevalve

Finantsinspektsioon teostab järelevalvet käesoleva seaduse 2. peatükis ja §-s 29 sätestatud nõuete järgimise üle Finantsinspektsiooni seaduses nimetatud järelevalve subjektide poolt kliendile osutatavate finantsteenuste reklaamis.

[RT I, 13.03.2014, 4- jõust. 01.07.2014]

§ 32. Sunniraha määr

[RT I, 13.03.2014, 4- jõust. 01.07.2014]

Ettekirjutuse täitmata jätmise korral on asendustäitmise ja sunniraha seaduses sätestatud korras rakendatava sunniraha ülemmäär 3200 eurot.

[RT I, 13.03.2014, 4- jõust. 01.07.2014]

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 10 000 eurot.

[RT I, 12.07.2014, 1- jõust. 01.01.2015]

§ 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 10 000 eurot.

[RT I, 12.07.2014, 1- jõust. 01.01.2015]

§ 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 10 000 eurot.

[RT I, 12.07.2014, 1- jõust. 01.01.2015]

§ 36. Menetlus

(1) [Kehtetu -RT I, 12.07.2014, 1- jõust. 01.01.2015]

(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 ja §-s 22 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) Finantsinspektsioon käesoleva seaduse 2. peatükis ja §-s 29 sätestatud nõuete rikkumise korral Finantsinspektsiooni 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.]

§ 51¹. Rakendussäte

Enne 2013. aasta 1. juulit kehtinud õigusaktidele vastavaid finantsteenuste reklaame võib avalikustada kuni nende avalikustamise tähtaja möödumiseni, kuid mitte kauem kui 2013. aasta 1. oktoobrini.
[RT I, 11.06.2013, 3- jõust. 01.07.2013]

§ 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 (ebaausate kaubandustavade direktiiv) (ELT L 149, 11.06.2005, lk 22–39).