

Väljaandja:
Akti liik:
Teksti liik:
Redaktsiooni jõustumise kp:
Redaktsiooni kehtivuse lõpp:
Avaldamismärge:

Riigikogu
seadus
terviktekst
01.07.2002
31.07.2002

Reklaamiseadus

Vastu võetud 11.06.1997
[RT I 1997, 52, 835](#)
jõustumine 01.01.1998

Muudetud järgmiste aktidega

Vastuvõtmine	Avaldamine	Jõustumine
18.02.1999	RT I 1999, 27, 388	27.03.1999
25.02.1999	RT I 1999, 30, 415	01.01.2000
14.02.2001	RT I 2001, 23, 127	01.05.2001
09.05.2001	RT I 2001, 50, 284	01.01.2002
05.06.2002	RT I 2002, 53, 336	01.07.2002

1. peatükk ÜLDSÄTTED

§ 1. Seaduse ülesanne

Reklaamiseadus sätestab reklaami mõiste, kehtestab reklaami üldnõuded, reklaami piirangud ning nende ulatuse, reklaami eritingimused ning reguleerib reklaamialase tegevuse järelevalvet ja kehtestab vastutuse käesoleva seaduse rikkumise eest.

§ 2. Reklaami mõiste

(1) Käesolevas seaduses käsitletakse reklaamina teavet, mis avalikustatakse toodete või teenuste müügi suurendamise, ürituse või idee edendamise või mõnes muus vallas mõne muu soovitud tagajärje saavutamise eesmärgil ning mida reklaami avalikustaja tasu eest või mõnel muul vastaval kaalutlusel levitab.

(2) Reklaami avalikustajana käsitletakse käesolevas seaduses reklaami avalikku esitajat, üldsusele näitajat, üldsusele ülekandjat, tootjat, vahendajat või tellijat.

§ 3. Reklaami põhinõuded

(1) Reklaami sisu, kujundus ja esitusviis peavad olema sellised, mis üldsuse tavalise tähelepanu juures tagavad arusaamise, et tegemist on reklaamiga.

(2) Reklaamis peab sisalduma selgelt eristatav teave reklaami avalikustaja kohta. Selline teave peab reklaamis sisalduma tekstina või Eestis registreeritud kaubamärgi kaudu.

2. peatükk REKLAAMI ÜLDNÕUDED

§ 4. Eksitav reklaam

(1) Eksitav on reklaam, mis ükskõik millisel viisil, kaasa arvatud esitusviis, petab või tõenäoliselt petab üldsust või mis toodud põhjustel kahjustab või võib kahjustada konkurenti. Eksitav reklaam on keelatud.

(2) Eksitavaks reklaamiks tunnistamisel võetakse arvesse kogu reklaam, eelkõige teave alljärgnevate asjaolude kohta:

- 1) toote koostis, keskkonnaohutus, kasutamise seonduv tervisekahjustuse risk, valmistamise viis ja aeg, vastavus ostarbele, kasutamise viis, tootmispaik või päritolumaad või muud omadused;
- 2) toote või teenuse väärtus ja tegelik hind;
- 3) toote või teenuse eest tasumise maksetingimused, nagu müük järeelmaksuga, liising, maksmine osamaksudena ja müük krediidi alusel;
- 4) toote kohaletoimetamine, vahetamine, tagastamine, remont ja hooldus;
- 5) toote või teenuse garantiitingimused;
- 6) tootja või teenuse osutaja isik, tema tegevusala ja kvalifikatsioon, samuti tema toote või teenusega seotud intellektuaalse omandi õigused;
- 7) toote või teenuse ametlik tunnustus või heakskiit, medalite, auhindade või diplomitega autasustamine;
- 8) toote või teenuse nime all avalike või heategevate ürituste toetamise ulatus.

(3) Reklaamis on keelatud kasutada teaduslike või muude uuringute tulemusi, tsitaate teaduslikest ja tehnilistest väljaannetest, samuti statistilisi või teaduslikke andmeid sellisel viisil, mis eksitavad üldsust reklaami eseme suhtes. Reklaam ei tohi jätta muljet, et esitatavatel teadetest on teaduslik alus, kui see tegelikult puudub.

(4) [Kehtetu – RT I 2001, 23, 127- jõust. 01.05.2001]

§ 4¹. Võrdlev reklaam

(1) Võrdlev on reklaam, milles otseselt või kaudselt osutatakse samal kaubaturul tegutsevale konkurendile või konkurendi poolt pakutavale tootele või teenusele, mis täidab samu vajadusi või on ette nähtud samaks ostarbekuks kui reklaamitav toode või teenus.

(2) Võrdlev reklaam peab võrdluse osas põhinema võrreldavate toodete või teenuste ühel või mitmel asjakohasel, olulisel ja tõestataval tunnusel, milleks võib olla ka hind.

(3) Võrdlev reklaam ei tohi võrdluse osas:

- 1) põhjustada võrreldavate konkurentide või nende kaubamärkide, ärinimedega, toodete või teenuste või nende oluliste tunnuste või müügitingimuste segiajamist või tõenäolist segiajamist;
- 2) olla halvustav või laimav konkurendi kaubamärgi, ärinime, toodete või teenuste või nende tunnuste või müügitingimuste suhtes;
- 3) põhineda konkurendi kaubamärgi, ärinime või muude eristatavate tunnuste maine või võrreldavate toodete päritolu enda huvides ärakasutamisel;
- 4) põhineda geograafilise tähise kaitse seaduse (RT I 1999, 102, 907; 2000, 40, 252) tähenduses erineva geograafilise tähisega märgistatud toodete või teenuste võrdlemisel;
- 5) esitada toodet või teenust kaitstud kaubamärgiga tähistatud toote või teenuse mis tahes koopia või jäljendamisena.

(4) Reklaamis sisalduv toote või teenuse tavapärasest erinevale pakkumisele viitav võrdlus peab sisaldama selget ja ühest teavet sellise pakkumise lõppkuupäeva või selle seotuse kohta pakutava toote lõppemisega, samuti teenuse kättesaadavusega ning pakkumise muude eritingimuste kohta. Kui reklaami avalikustamisel tavapärasest erinev pakkumine ei ole veel alanud, peab reklaamis sisalduma ka sellise pakkumise alguskuupäev. [RT I 2001, 23, 127- jõust. 01.05.2001]

§ 5. Kõlvatu reklaam

(1) Kõlvatu on reklaam, mis on vastuolus heade kommete ja tavadega või mis kutsub üles käituma seadusvastaselt või rikkuma üldisi moraalinorme või mis sisaldab sellist tegevust. Kõlvatu reklaam on keelatud.

(2) Kõlvatuks loetakse reklaami eelkõige juhul, kui reklaam:

- 1) esitab, kutsub üles või toetab diskrimineerimist rahvuse, rassi, nahavärvuse, soo, ea, keele, päritolu, usutunnistuse, poliitiliste või muude veendumuste tõttu, samuti varalise või sotsiaalse seisundi või muude asjaolude tõttu;
- 2) kutsub üles vägivaldsele käitumisele või õhutab vägivaldala kasutamist eesmärgi saavutamiseks või eesmärgi saavutamise viisi valikul;
- 3) alavääristab õiguskuulekat käitumist või õigustab otseselt või kaudselt õiguserikkumist kui eesmärgi saavutamise vahendit;
- 4) tugineb inimeste ebausul, hirmul või kaastundel;
- 5) sisaldab otsest visuaalset või sõnalist väljendust seksuaalakti, sobimatu alastuse või antisotsiaalse seksuaalkäitumise kohta või
- 6) esitab valeteateid teise isiku või tema toodete või teenuste või muude asjaolude kohta.

§ 6. Halvustav reklaam

(1) Halvustavaks reklaamiks loetakse reklaami, mis otseselt või kaudselt alavääristab või mõnel muul viisil halvustab mõnda isikut, tegevust, tegevusala, toodet, teenust, äritegevust või muud reklaamis avaldatut.

(2) Halvustav reklaam on keelatud.

§ 7. Eraelu ja omandi kaitse

(1) Reklaami tootja ei tohi reklaamis ilma isiku nõusolekuta kasutada pildimaterjali või nimelist viidet ühegi füüsilise isiku kohta.

(2) Ilma omaniku loata ei tohi reklaamis kasutada tema omandit või viidata sellele viisil, mis jätab üldsusele mulje omaniku sellekohasest soovist.

(3) Reklaami tootja peab reklaami tootmisel järgima autoriõiguse seaduse (RT 1992, 49, 615; RT I 1996, 49, 953) sätteid.

(4) Eesti Panga poolt käibele lastud pangatähtede ja müntide kujunduse kasutamine reklaamis on lubatud ainult Eesti Panga eelneval nõusolekul.
[RT I 1999, 27, 388- jõust. 27.03.1999]

§ 8. Varjatud reklaam

(1) Varjatud reklaamiks loetakse reklaami, mis, olenemata avalikustamise viisist või vahendist, ei ole üldsuse tavalise tähelepanu juures selgelt eristatav ja grupeeritud muust samal ajal ja samal reklaamikandjal avalikustatavast teabest.

(2) Varjatud reklaam on keelatud.

§ 9. Lastele suunatud reklaam

(1) Reklaamis ei tohi ära kasutada laste loomulikku kergeusklikkust ja kogemuste puudust.

(2) Reklaami suhtes, mis on suunatud peamiselt lastele, tuleb järgida täiendavalt järgmisi nõudeid:

1) reklaam ei tohi sisaldada teavet, etmõnetoote omandamine või teenuse kasutamine või mõne muu reklaamieesmärgi saavutamine muudab lapse teistest samaealistest paremaks või et selle puudumisel on vastupidine mõju;

2) reklaam ei tohi sisaldada üleskutset lastele selliseks käitumiseks või teoks, mille tulemusena nad satuvad või võivad sattuda ohtlikku olukorda;

3) reklaam ei tohi sisaldada pöördumist laste poole, millega neid otseselt kutsutakse üles nõudma teistelt isikutelt neile reklaami objektiks oleva kauba või teenuse omandamist;

4) reklaam ei tohi tekitada lastes alaväärsustunnet või õhutada neid agressiivsele käitumisele.

(3) Lastele suunatud reklaami tootmisel või nende kasutamisel reklaamis tuleb arvestada nende eest tuleneva kehalise ja vaimse eripäraga.

3. peatükk REKLAAMI PIIRANGUD JA ERITINGIMUSED

§ 10. Tubakatoote reklaam

(1) Tubakatoote reklaam on keelatud.

(2) Tubakatooted käesoleva seaduse mõistes on tubakatooted tubakaaktsiisi seaduse (RT I 1994, 54, 901; 93, 1572; 1996, 87, 1543) tähenduses.

§ 11. Alkohoolse joogi reklaam

(1) Alkohoolse joogina käsitletakse käesolevas seaduses piiritust või alkohoolset jooki alkoholiaktsiisi seaduse (RT I 1995, 87, 1539; 1996, 45, 852; 87, 1544; 1997, 35, 540) tähenduses.

(2) Alkohoolne jook, milles alkoholisisaldus on üle 22 mahuprotsendi, on käesoleva seaduse tähenduses kange alkohoolne jook. Alkohoolne jook, mille alkoholisisaldus jääb 3 ja 22 mahuprotsendi vahele, on käesoleva seaduse tähenduses lahja alkohoolne jook.

(3) Keelatud on alkohoolse joogi reklaam, mis propageerib alkohoolse joogi kasutamise alustamist või mis sisaldab otsest üleskutset selliste toodete ostmiseks või tarbimiseks või on suunatud peamiselt alla 21 aasta vanustele isikutele (edaspidi - lapsed või noored).

(4) Alkohoolse joogi reklaami piirangud ei laiene:

1) füüsilisest isikust ettevõtja, äriühingu või välismaa äriühingu filiaali ärinime avalikustamisele, kui avalikustatud teade ei sisalda muud teavet;

2) tähistusele, mida kasutatakse alkohoolse joogi tootmise, ladustamise või levitamise tegeleva füüsilisest isikust ettevõtja, äriühingu või välismaa äriühingu filiaali asukoha tähistamiseks.

§ 12. Kange alkohoolse joogi reklaam

(1) Kange alkohoolse joogi reklaam on keelatud:

- 1) televisioonis või raadios kella 7-st kuni kella 21-ni;
- 2) videokasseti, videomängu, laserplaadi või mõne muu tehnilise vahendi vahendusel;
- 3) ajalehe või ajakirja esi- või tagaküljel;
- 4) trükiväljaandes, mis on suunatud peamiselt lastele või noortele, või trükise leheküljel, kus avaldatakse peamiselt lastele või noortele suunatud teavet;
- 5) kino-, muuseumi-, teatri- või kontserdihoones, välja arvatud nendes asuvas alkohoolse joogi müügikohas või alkohoolse joogi tarbimiseks ettenähtud kohas;
- 6) lasteaia, kooli või mõne teise haridusasutuse, laste- või noortekeskuse hoones, hoonel või nende vahetus läheduses;
- 7) staadionil, statsionaarsel spordiareenil või võimlas või mõnes teises sportimiseks ettenähtud ruumis või rajatisel;
- 8) välireklaamina, välja arvatud hoonel, milles asub kange alkohoolse joogi müügikoht;
- 9) haigla või mõne teise tervishoiuasutuse hoones, hoonel või selle territooriumil;
- 10) ühistranspordivahendi või takso sees ja väliskülgedel.

(2) Kange alkohoolse joogi reklaam ei tohi sisaldada:

- 1) riigi või kohaliku omavalitsuse sümboleid;
- 2) viiteid või pildimaterjali filmi-, televisiooni-, popmuusika-, meelelahutus-, spordi- või teiste avaliku elu tegelaste kohta või joonis- või nukufilmide tegelaste kujutisi;
- 3) informatsiooni, sündmusi või tegevust, mis võiks jätta mulje, et kangealkohoolse joogi tarbimine on tähtis mõnel elualal heade tulemuste saavutamiseks.

(3) Keelatud on kange alkohoolse joogi reklaamina käsitletav järgmised müügiesitamismeetodid:

- 1) avalik esitlus väljaspool alkohoolse joogi müügikohta;
- 2) kange alkohoolse joogiga seotud eseme või trükise müük või tasuta jagamine lastele või noortele.

§ 13. Lahja alkohoolse joogi reklaam

(1) Lahja alkohoolse joogi reklaam on keelatud:

- 1) televisioonis või raadios kella 7-st kuni kella 20-ni;
- 2) lasteaia, kooli või mõne teise haridusasutuse, laste- või noortekeskuse hoones, hoonel või nende vahetus läheduses;
- 3) staadionil ja statsionaarsel spordiareenil, võimlas või mõnes teises sportimiseks ettenähtud hoones, hoonel või rajatisel;
- 4) haigla või mõne teise tervishoiuasutuse hoones, hoonel või nende territooriumil;
- 5) trükiväljaandes, mis on suunatud peamiselt lastele või noortele või trükise leheküljel, kus avaldatakse peamiselt lastele või noortele suunatud teavet;
- 6) kino-, muuseumi-, teatri- või kontserdihoones, välja arvatud nendes asuvas alkohoolse joogi müügikohas.

(2) Lahja alkohoolse joogi reklaam ei tohi sisaldada:

- 1) viiteid või pildimaterjali filmi-, televisiooni-, popmuusika-, meelelahutus-, spordi- või teiste avaliku elu tegelaste kohta või joonis- või nukufilmide tegelaste kujutisi;
- 2) informatsiooni, sündmusi või tegevust, mis võiks jätta mulje, et alkohoolse joogi tarbimine on tähtis mõnel elualal heade tulemuste saavutamiseks.

(3) Keelatud on lahja alkohoolse joogi reklaamina käsitletav lahja alkohoolse joogiga seotud eseme või trükise müük või tasuta jagamine lastele või noortele.

(4) Kohalikul omavalitsusel on õigus määratleda piirkond, mida loetakse käesoleva paragrahvi lõike 1 punktides 2-4 nimetatud rajatiste lähedal asuvaks.

§ 14. Ravimi reklaam

(1) Ravimina käsitletakse käesolevas seaduses ravimit, ravimpreparaati ja ravimisarnast ainet ravimiseaduse (RT I 1996, 3, 56; 49, 954) tähenduses.

(2) Ravimi reklaamiks käesoleva seaduse tähenduses ei loeta ravimite väljakirjutamisõigust omavatele isikutele suunatud reklaami, millele sätestatakse nõuded ravimiseadusega.

(3) Keelatud on Eestis registreerimata või soodustingimustel väljastatava ravimi või retseptiravimi reklaam üldsusele.

(4) Ravimi reklaami võib tellida ainult ravimite tootja.

(5) Ravimi reklaam ei tohi sisaldada mistahes viiteid tuberkuloosi, suguhaiguse või mõne teise raske nakkushaiguse, vähi või mõne teise kasvaja haiguse, kroonilise unetuse, suhkurtõve või mõne teise ainevahetushaiguse ravile.

(6) Ravimi reklaam peab:

- 1) olema esitatud selliselt, et oleks arusaadav, et tegemist on reklaamiga ja et reklaamitakse ravimit;
- 2) olema kaasajastatud, arusaadav, üheselt mõistetav, tagama ravimi eristatavuse teistest ravimitest ning sisaldama piisavalt informatsiooni ravimi õigel viisil ja ohutuks tarvitamiseks;
- 3) olema vastavuses ravimi registreerimisel Ravimiametis kinnitatud ravimi omaduste kokkuvõttega;
- 4) sisaldama ravimi nime, samuti selles sisalduvate toimeainete üldnimetused;
- 5) sisaldama selgelt väljendatud üleskutset lugeda tähelepanelikult kasutamiseõpetust välispakendil või pakendivahelhel ja konsulteerida arstiga.

(7) Ravimi reklaamis on keelatud kasutada materjali, mis:

- 1) sisaldab riigi või kohaliku omavalitsuse sümboleid;
- 2) sisaldab viiteid filmi-, televisiooni-, meelelahutus-, spordi- või mõne teise avaliku elu tegelase või tuntud arsti või teadlase kohta või joonis- ja nukufilmitegelaste kujutisi;
- 3) sisaldab raskestimõistetavaid erialaseid väljendeid või tootja põhjendamata arvamusi või hinnanguid ravimi omaduste või efektiivsuse kohta;
- 4) diagnoosi pakkumise teel või muul samalaadsel viisil jätab või võib jätta mulje, et meditsiiniline konsultatsioon või kirurgiline operatsioon ei ole vajalik;
- 5) jätab või võib jätta mulje reklaamitava ravimi garanteeritud toimest või sellel igasuguste kõrvaltoimete puudumisest või sellest, et see on parema või samasuguse toimega kui mistahes teine ravimisviis või ravim;
- 6) jätab või võib jätta mulje isiku tervise paranemise võimalusest ainult reklaamitava ravimi tarbimise tõttu;
- 7) jätab või võib jätta mulje isiku tervise halvenemisest, kui ta ei tarbi reklaamitavat ravimit;
- 8) on otseselt või peamiselt suunatud lastele või noortele;
- 9) jätab või võib jätta mulje, et ravimi näol on tegemist toiduainega, kosmeetika- või mõne laiatarbekaubaga;
- 10) jätab või võib jätta mulje reklaamitava ravimi efektiivsusest või ohutusest ainult seepärast, et see on looduslik;
- 11) haigusloo kirjeldusega võib põhjustada eksliku enesediagnoosi;
- 12) viitab sobimatul, eksitaval või häirival moel paranemisvõimalusele;
- 13) sisaldab sobimatut või eksitavat pildimaterjali, mis kujutab haigusest või vigastusest põhjustatud muutusi inimese kehal või reklaamitava ravimi toimest inimese kehale või selle osadele;
- 14) teatab reklaamitavale ravimile antud müügihooldust.

(8) Ravimite väljakirjutamisõigust mitteomavatele isikutele on keelatud anda ravimite näidiseid ning müügiõiguste meetodina müüa või jagada ravimiga seotud esemeid või trükiseid.

(9) Ravimi reklaam on keelatud:

- 1) videokasseti ja videomängu, laserplaadi või mõne muu tehnilise vahendi vahendusel;
- 2) ajalehe või ajakirja esi- või tagaküljel;
- 3) trükiväljaandes, mis on suunatud peamiselt lastele või noortele või trükise leheküljel, kus avaldatakse peamiselt lastele või noortele suunatud teavet;
- 4) välisreklaamina ja ühistranspordivahendi või takso sees ja väliskülgedel.

§ 14¹. Tervishoiuteenuse reklaam

(1) Tervishoiuteenuse pakkujatena võivad end reklaamida ainult tervishoiuteenuste korraldamise seadusega kooskõlas tegutsevad tervishoiuteenuste osutajad.

(2) Tervishoiuteenuse reklaamis võivad sisalduda ainult tervishoiuteenuse osutaja nimi, tööaeg, tegevuskoht, eriala, tervishoiutöötajate nimed, erialad ja akadeemilised kraadid ning osutatavad tervishoiuteenused.

(3) Tervishoiuteenuse reklaamis peab sisalduma tervishoiuteenuse pakkuja tegevusloa number.
[RT I 2001, 50, 284- jõust. 01.01.2002]

§ 15. Finantsteenuse reklaam

(1) Finantsteenuse kaesoleva seaduse mõistes käsitletakse krediitiasutuste seaduse (RT I 1995, 4, 36) paragrahv 5 lõike 1 punktides 1-12 nimetatud teenuseid.

(2) Finantsteenuse reklaam peab olema arusaadav, üheselt mõistetav ning tagama selge ja kerge arusaamise pakutava teenuse kõikidest tingimustest, eelkõige tegelikust intressimäärast, kõikidest teistest teenusega seotud kuludest ning maksetingimustest.

(3) Finantsteenuse reklaam ei tohi sisaldada konkureerivate teenuste otsesest või kaudset võrdlust, milles kasutatakse teavet, mida ei saa otseselt ja kergesti võrrelda.

(4) Igas reklaamis või avalikkusele kättesaadavas pakkumises, millega keegi teavitab oma valmisolekust tarbijakrediidi andmiseks või selliste lepingute vahendamiseks ning mis sisaldab andmeid intressimäära või muude krediidikulude suuruse kohta, tuleb ära näidata, vajaduse korral vastavate näidete lisamisega, krediidi kulukuse määra.

[RT I 2002, 53, 336- jõust. 01.07.2002]

§ 16. Mürgise, tuleohtliku ja muul viisil ohtliku toote reklaam

(1) Mürgise, tuleohtliku või muul viisil ohtliku toote reklaam peab sisaldama otsest viidet niisuguse toote ohtlikele omadustele ja tingimustele, mil need ohtlikud omadused võivad ilmneda, samuti vajalikele ohutusabinõudele sellise toote kasutamisel.

(2) Keelatud on toodet ohutuna reklaamida, kui toote kasutamine on selle ohtlikkuse tõttu õigusaktidega kitsendatud.

§ 17. Narkootilise ja psühhotroopse aine reklaam

Narkootilise või psühhotroopse aine reklaam on keelatud.

§ 18. Relva ja laskemoona reklaam

(1) Relva või laskemoona reklaam on keelatud, välja arvatud müügikohas, erialasel näitusel, messil või erialases trükises.

(2) Relva või laskemoona reklaam peab olema arusaadav, üheselt mõistetav ning tagama relva või laskemoona eristatavuse teisest samaliigilisest tootest. Relva või laskemoona reklaam ei tohi sisaldada raskesti mõistetavaid erialaseid väljendeid või tootja arvamusi või hinnanguid toote omaduste kohta.

(3) Relva või laskemoona reklaam ei tohi sisaldada:

- 1) otsest üleskutset relvade või laskemoona ostmiseks või kasutamiseks;
- 2) vägivalla elemente või relvade või laskemoona kasutamise ülistamist.

§ 19. Hasartmängu reklaam

(1) Hasartmängu ja mängukohtade reklaam on keelatud, välja arvatud hasartmängu korraldamise kohas.

(2) Hasartmängu reklaam peab olema arusaadav ja üheselt mõistetav. Hasartmängu reklaam ei tohi sisaldada otsest üleskutset osaleda hasartmängus.

§ 20. Prostitutsiooni reklaam

Prostitutsiooni reklaam on keelatud.

§ 20¹. Toidu reklaam

(1) Toidu reklaamimisel on keelatud:

- 1) omistada toidule omadusi või toimet, mida sellel ei ole;
- 2) omistada toidule eriomadusi, kui kõigil toidugruppi kuuluvatel toitudel on ühesugused omadused;
- 3) viidata toidu haigusi tõkestavatele, ravivatele või leevendavatele omadustele.

(2) Rinnapiimaasendajaid, sealhulgas imiku piimasegusid ja jätkupiimasegusid reklaamida on keelatud.

[RT I 1999, 30, 415- jõust. 01.01.2000]

4. peatükk

REKLAAMIALASE TEGEVUSE JÄRELEVALVE JA VASTUTUS KÄESOLEVA SEADUSE RIKKUMISE EEST

§ 21. Reklaamialase tegevuse järelevalve

(1) Reklaamialase tegevuse järelevalvet teostavad Vabariigi Valitsuse poolt määratud asutused käesoleva seaduse ja teiste õigusaktidega sätestatud alustel, viisil ja piires.

(2) Kohalik omavalitsus teostab reklaamialase tegevuse järelevalvet oma haldusterritooriumil:

- 1) korraldataval näitusel, messil või mõnel teisel avalikul üritusel;
- 2) välisreklaami suhtes;
- 3) ühistranspordivahendi või takso sees või väliskülgedel asuva reklaami suhtes;
- 4) müügikohtades tehtava reklaami ja reklaamürituste suhtes.

§ 22. Käesoleva seaduse rikkumise eest vastutavad isikud

(1) Käesoleva seadusega reklaamile kehtestatud nõuete mittetäitmise või kehtestatud piirangutest üleastumise eest vastutavad reklaami avalikustajad käesolevas seaduses sätestatud korras:

- 1) reklaami tellija, juhul kui tema tellitud reklaam rikub käesoleva seadusega reklaamile kehtestatud nõudeid või piiranguid, välja arvatud käesoleva lõike punktides 2 ja 4 sätestatud juhtudel;
- 2) reklaami vahendaja või tootja, juhul kui tema tegevus rikub käesoleva seadusega reklaamile kehtestatud nõudeid või piiranguid;
- 3) reklaami avalik esitaja, üldsusele näitaja või üldsusele ülekandja, juhul kui tema tegevus rikub käesoleva seadusega reklaami avalikustamisele kehtestatud piiranguid;
- 4) reklaami avalikustajad solidaarselt, juhul kui nende tegevus rikub käesoleva seadusega reklaamile kehtestatud nõudeid või piiranguid ning käesoleva lõike punktides 1-3 nimetatud isikute eraldi vastutust ei ole võimalik tuvastada.

(2) Reklaami avalik esitaja, üldsusele näitaja või üldsusele ülekandja on kohustatud säilitama reklaami reprodutseeritava koopia vähemalt 30 päeva, arvestades reklaami viimasest avalikustamisest ja esitama reklaami koopia kontrollimiseks reklaamialast järelevalvet teostavale ametnikule tema esimesel nõudmisel.

§ 23. Kohustuslik ettekirjutus käesoleva seaduse rikkumise korral

(1) Reklaamialast järelevalvet teostava asutuse juhil või tema poolt volitatud ametnikul on käesoleva seaduse rikkumise fakti tuvastamise korral õigus teha käesoleva seaduse nõuetega vastuolus oleva reklaami avalikustajale kohustuslik ettekirjutus.

(2) Käesoleva seaduse nõuetega vastuolus oleva reklaami avalikustajale tehtavas kohustuslikus ettekirjutuses tuuakse ära:

- 1) selle koostamise aeg ja koht; selle asutuse nimetus ja aadress, kelle nimel hoiatus koostatakse;
- 2) ettekirjutuse koostanud isiku ametinimetus, ees- ja perekonnanimi;
- 3) reklaami avalikustaja nimi ja aadress;
- 4) seaduserikkumise koht, aeg ja kirjeldus;
- 5) sätted, mis näevad ette vastutuse seaduserikkumise eest;
- 6) nõue peatada käesoleva seadusega vastuolus oleva reklaami avalikustamine ning vastulause esitamise ja nõude täitmise piisav tähtaeg.

§ 24. Juriidilise isiku vastutus reklaamialase tegevuse järelevalvet teostava asutuse kohustuslikus ettekirjutuses sätestatud nõuete täitmata jätmisel

(1) Käesoleva seaduse paragrahvis 23 sätestatud kohustusliku ettekirjutuse täitmata jätmisel või mittenõuetekohasel täitmisel juriidilise isiku poolt, koostab kohustusliku ettekirjutuse teinud reklaamialast järelevalvet teostava asutuse juht või tema poolt volitatud ametnik haldusõiguserikkumise protokollil ja esitab selle hiljemalt kolme päeva jooksul halduskohtunikule käesoleva seaduse rikkumise asja arutamiseks.

(2) Käesoleva seaduse rikkumise korral on halduskohtunikul õigus kohaldada järgmisi halduskaristusi:

- 1) käesoleva seaduse nõuete korduva rikkumise eest rahaträhv kuni 100 000 krooni või vastaval alal tegutsemiseks nõutava tegevusloa tühistamine, keeluga taotleda sellist tegevusluba kahe järgneva aasta jooksul;
- 2) kõlvatu reklaami või lastele suunatud reklaamile esitatavate nõuete rikkumise eest rahaträhv kuni 80 000 krooni;
- 3) käesoleva lõike punktides 1 ja 2 sätestamata käesoleva seadusega reklaamile kehtestatud nõuete ja reklaamipiirangute rikkumise eest rahaträhv kuni 60 000 krooni.

(3) Käesoleva paragrahvi lõike 2 punkti 1 alusel ei käsitleta käesoleva seaduse nõuete rikkumist korduvana, kui eelmisest rikkumisest on möödunud vähemalt kaks aastat.

(4) Juriidilise isiku õiguserikkumise asja menetlus toimub käesoleva seaduse alusel ning haldusõiguserikkumiste seadustikus (RT 1992, 29, 396; RT I 1995, 76-78, 1345; 83, 1441; 1996, 3, 56 ja 57; 26, 528; 31, 631; 48, 944; 83, 1488; 86, 1538; 1997, 1, 3 ja 4; 5/6, 30, 16, 259; 28, 423; 30, 472) ettenähtud korras.

§ 25. Füüsilise isiku vastutus reklaamialase tegevuse järelevalvet teostava asutuse kohustuslikus ettekirjutuses sätestatud nõuete täitmata jätmisel

Käesoleva seadusega reklaamile kehtestatud nõuete ja reklaamipiirangute rikkumise eest kannab füüsiline isik haldusvastutust haldusõiguserikkumiste seadustikus ettenähtud tingimustel, korras ja ulatuses.

§ 26. Trahvide laekumine

(1) Käesoleva seaduse rikkumise eest juriidilistele isikutele määratud trahvisumma laekub riigieelarvesse, välja arvatud käesoleva paragrahvi lõikes 2 sätestatud juhul.

(2) Käesoleva seaduse paragrahv 21 lõikes 2 sätestatud juhtudel laekub käesoleva seaduse rikkumise eest juriidilisele isikule määratud trahvisumma kohaliku omavalitsuse eelarvesse.

§ 27. Rakendussäte

Käesolev seadus jõustub 1998. aasta 1. jaanuaril.