

Reklaamiseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri

1. Sissejuhatus

1.1 Sisukokkuvõte

Seaduse eelnõu ettevalmistamine on tingitud vajadusest ajakohastada reklaamiseaduse regulatsiooni ja kõrvaldada seaduse rakendamisel ilmnunud probleemid.

Eelnõuga kaasajastatakse Eesti Panga käibele lastud pangatähtede ja müntide kasutamist reklaamis. Kehtivas seaduses käsitatakse pangatähte ja münti Eesti Vabariigi rahaseaduse tähenduses, mis tunnistati kehtetuks euro kasutusele võtmise seadusega. Täpsustatakse sõnastust, mille kohaselt on nii EV rahaseaduse alusel Eesti Panga emiteeritud eesti krooni pangatähtede ja müntide kujunduse kui euromüntide rahvusliku külje ja meenemüntide kujunduse kasutamine reklaamis lubatud Eesti Panga nõusolekul.

Täiendatakse tervishoiuteenuse, sealhulgas kunstliku viljastamise reklaami regulatsiooni, kohaldades nõudeid ka väljaspool Eestit tervishoiuteenuseid osutava isiku reklaamile, kui ta suunab reklaami Eesti turule. Reklaamiseaduse (edaspidi *RekS*) ja tervishoiuteenuste korraldamise seaduse (edaspidi *TtkS*) koostoimes on tervishoiuteenuse reklaami osas tegemist Eesti ja väljaspool Eestit tegutsevate isikute erineva kohtlemisega. Tervishoiuteenuste korraldamise seaduse kohaselt loetakse tervishoiuteenuseks vaid Eesti Terviseametis registreeritud tervishoiutöötaja tegevust. Seega välisriigis tegutsev arst, ämmaemand jt ei ole tervishoiutöötajad ega nende poolt osutatav teenus tervishoiuteenus TtkS-i mõistes, mistõttu nende poolt Eesti klientidele suunatud reklaamile ei kohaldu ka RekS-i tervishoiuteenuse reklaami piirangud.

Tarbijakrediidi reklaami nõuete osas kaotatakse reklaamis sisalduva teabe piirang. Sätte kehtetuks tunnistamine toob kaasa õiguse kajastada reklaamis ka muud teavet lisaks seadusega nõutud kohustuslikule teabele eeldusel, et reklaamis sisalduv teave, selle avalikustamise viis ja kujundus vastavad reklaamiseaduse nõuetele.

Sätte kehtetuks tunnistamine ei mõjuta teisi tarbijakrediidi reklaamile kohaldatavaid nõudeid, välistades endiselt reklaamide muutumist atraktiivseteks. Reklaam, millega teavitatakse valmisolekust anda tarbijakrediiti või vahendada tarbijakrediidilepinguid, peab olema vastutustundlik, tasakaalustatud. Reklaam ei tohi jätta muljet, et tarbijakrediidi võtmine on riskivaba ja lihtne võimalus finantsprobleemide lahendamiseks. Tarbijakrediidi reklaam peab vastama ka reklaami üldnõuetele.

Reklaamis sisalduva teabe piirang jõustus 1. jaanuaril 2016, mis oli osa tarbijakrediidi turu korrastamisele suunatud meetmete paketist, millega kehtestati krediidiandjatele tegevusloa omamise nõue, krediidiandjad allutati finantsjärelevalvele ning seati piirang tarbijakrediidi

intressimäärale. Samuti pidid krediidiandjad lähtuma vastutustundliku laenamise põhimõttest st hindama tarbija krediidivõimelisust.

Eesmärk oli kehtestada regulatsioon, mis võimaldas tagada olukorra, kus tarbija ei võtaks laenu kergekäeliselt, emotsiooni ajal, piisavalt kaalutlemata ja laenutingimustesse süvenemata, saamata aru, et sellega kaasnevad ka kohustused. Laenu võtmine oli muutumas tavapärase elu lahutamatuks osaks finantsprobleemide lahendamisel. Sellele aitasid kaasa väga atraktiivsed reklaamid nii sõnaliselt kui kujunduselt. Seetõttu kehtestati loetelu teabest, mida reklaam võib sisaldada. Tegemist oli teabega, mille esitamise kohustus on sätestatud sama paragrahvi erinevate lõigete, samuti reklaami põhinõuetega. Ülejäänud teabe esitamine reklaamis ei ole lubatud.

Kogumina on tarbijakrediidi turu korrastamiseks rakendatud meetmete mõju tõttu tarbijakrediidi reklaamile kehtestatud ranged piirangud kaotanud oma põhjendatuse. Puudub vajadus piirata tarbijakrediidi kui spetsiifilise krediiditoote reklaami senisel kujul. Praktikas töötavad praegused reklaamipiirangud oma eesmärgile vastu, kuna tarbijakrediidi reklaamid piiratud teabe tõttu ei võimalda tarbijatel reklaamitavaid krediiditooteid ning nende pakkujaid piisavalt objektiivsete kriteeriumite alusel hinnata.

Kaupade ja teenuste reklaamides on probleemiks osutunud teabe avaldamine järelmaksuga tasumise võimalusest. Sellised reklaamid kvalifitseeruvad valdavalt tarbijakrediidi reklaamideks, kus teave on kehtiva seaduse kohaselt rangelt piiratud, mistõttu ei ole reklaamides võimalik edastada piisavat teavet kauba enda kohta. Teabe piirangu rakendamisel on sätte sõnastus osutunud mitmeti tõlgendatavaks. Ebaselgust on tekitanud teabe edastamise viis, kas lubatud vaid teksti kujul või tohib selleks kasutada ka visuaalseid ja helilisi kujunduselemente.

Sätte kehtetuks tunnistamine võimaldab anda tarbijale lisaks reklaamis sisalduvale kohustuslikule teabele rohkem informatsiooni toote ja selle tingimuste kohta, tagades tarbijate parema informeerimise.

Piirangu kaotamine aitab kaasa parema konkurentsiolekorra kujunemisele tarbijakrediiditurul. Konkurents motiveerib tarbijakrediidi pakkujaid konkurentsivõime säilitamiseks tegema investeeringuid tootearendusse, tarbijakrediiditoote tingimused kujunevad nõudluse ja pakumise tulemusena. Tarbija seisukohast laieneb pakutavate krediiditoote valik, võimalus tooteid ja nende pakkujaid erinevate objektiivsete kriteeriumite alusel hinnata, et langetada kaalutletud otsus toote valikul.

1.2 Eelnõu ettevalmistaja

Eelnõu ja seletuskirja koostasid Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi siseturuosakonna kaubanduse ja teenuste talituse nõunik Anne Laar (625 6411, anne.laar@mkm.ee). Eelnõus pangatähe ja mündi kujunduse reklaamis kasutamise osas kaasati Rahandusministeeriumist finantsturgude poliitika osakonna peaspetsialist Helen Korju-Kuul (611 3681, helen.korju-kuul@fin.ee), tervishoiuteenuse reklaami muudatuse osas Sotsiaalministeeriumist õigusosakonna juhataja Helen Tralla (6269 334, helen.tralla@sm.ee) ja Alice Sündema (626 9271, alice.sundema@sm.ee). Juriidilise ekspertiisi tegi eelnõule Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi õigusosakonna juhataja Tiit Rebane (639 7648, tiit.rebane@mkm.ee).

Eelnõu väljatöötamisel tehti koostööd Eesti Pangaga, Eesti Pangaliiduga, Tarbijakrediidiandjaid ja – vahendajaid koondava kutseorganisatsiooniga MTÜ FinanceEstonia.

1.3 Märkused

Eelnõu ei ole seotud ühegi muu menetluses oleva eelnõuga ega Vabariigi Valitsuse tegevusprogrammiga.

Eelnõu ei ole otseselt seotud Euroopa Liidu õiguse rakendamisega. Eelnõu on kooskõlas Euroopa Liidu õigusega.

Eelnõuga täpsustatakse Eesti Panga emiteeritud euromüntide rahvusliku külje ja meenemüntide kujunduse kasutamist reklaamis kooskõlas järgmiste regulatsioonidega: Euroopa Keskpanga otsus euro pangatähtede nimiväärtuste, tehniliste nõuete, reprodutseerimise, vahetamise ja ringlusest kõrvaldamise kohta¹; Komisjoni teatis euromüntide ühise külje kujunduse autoriõiguse kaitse kohta²; Komisjoni teatis euromüntide ühise külje kujunduse autoriõiguse kaitse kohta: määratud asutuste ajakohastatud nimekiri³

Eelnõuga muudetakse 1. jaanuaril 2019 jõustunud reklaamiseaduse redaktsiooni (RT I, 12.12.2018, 61).

Eelnõu seadusena vastuvõtmiseks on vajalik poolthäälte enamus.

2. Seaduse eesmärk

Eelnõu eesmärk on kaasajastada reklaamiseaduse regulatsiooni, kõrvaldada seaduse rakendamisel ilmnunud probleemid, parem õigusselgus seaduse rakendamisel.

Pangatähe ja müntide kujunduse reklaamis kasutamise muudatuse eesmärk on ajakohastada regulatsiooni, täpsustada Eesti Panga emiteeritud pangatähtede ja müntide loetelu, mille kujunduse kasutamisel reklaamis on vajalik Eesti Panga eelnev nõusolek. Loetelu on täiendatud Eesti Panga emiteeritud euromüntide rahvusliku külje ja Eesti Panga emiteeritud meenemüntidega.

Tervishoiuteenuse reklaami muudatuse eesmärk on tagada Eesti ja teiste riikide ettevõtjate võrdne kohtlemine tervishoiuteenuse reklaami avalikustamisel, kui reklaam on suunatud Eesti turule. Lahendatakse ebakõla RekS-i ja TtkS koostoimes tervishoiuteenuse reklaami regulatsioonis, mille kohaselt tervishoiuteenuse reklaamile kehtestatud nõuded ei kohalduks teise riigi tervishoiuteenuse osutaja Eesti turule suunatud reklaamile.

Tarbijakrediidi reklaami muudatuse eesmärk on võimaldada tarbijakrediidi pakkujatel esitada reklaamis lisaks seaduses sätestatud kohustuslikule teabele ka teavet pakutavate tarbijakrediidi toodete omadustest ja nende pakkujatest. Oluline on võimaldada tarbijatel reklaamitavaid tarbijakrediidi tooteid ning nende pakkujaid eristada ja hinnata, et langetada kaalutletud otsus toote valikul ning seeläbi aidata kaasa parema konkurentsiolukorra kujunemisele tarbijakrediiditurul.

Vastavalt Vabariigi Valitsuse 22.12.2011. a määruse nr 180 „Hea õigusloome ja normitehnika eeskiri“ § 1 lõike 2 punktile 5 ei ole seaduseelnõu väljatöötamiseks koostatud väljatöötamiskavatsust, kuna seaduseelnõu seadusena rakendamisega ei kaasne olulist õiguslikku muudatust ega muud olulist mõju.

3. Eelnõu sisu ja võrdlev analüüs

Eelnõu punktiga 1 muudetakse seaduse § 10 teksti, mis sätestab nõuded Eesti Panga käibele lastud pangatähtede ja müntide kujunduse kasutamisele reklaamis, eelkõige kohustuse saada Eesti Panga eelnev nõusolek nende reklaamis kasutamiseks. Pangatähte ja münti käsitatakse Eesti Vabariigi rahaseaduse tähenduses.

Sätte sõnastus vajab ajakohastamist. Eesti Vabariigi rahaseadus tunnistati kehtetuks euro kasutusele võtmise seadusega, mis jõustus 01.01.2011. a, s.o päeval, mis määrati kindlaks Euroopa Liidu Nõukogu otsuses Eesti Vabariigi suhtes kehtestatud erandi kehtetuks tunnistamise kohta Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 140 lõikes 2 sätestatud alusel. Samuti ei reguleerita reklaamiseadusega europangatähtede ega -müntide kujunduse kasutamist reklaamis.

Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 128 lõike 1 ja Euroopa Keskpangade Süsteemi ja Euroopa Keskpanga (edaspidi *EKP*) põhikirja artikli 16 kohaselt on Euroopa Keskpangal ainuõigus anda luba euro pangatähtede emissiooniks liidu piires. Sätte kohaselt võivad neid pangatähti emiteerida EKP ja keskpangad liikmesriikides, mille rahaühik on euro.

Euro pangatähtede kujunduse autoriõigused kuuluvad EKP-le ja EKP on reguleerinud ka nende kasutamise. EKP otsus euro pangatähtede nimiväärtuste, tehniliste nõuete, reprodutseerimise, vahetamise ja ringlusest kõrvaldamise kohta¹.

Euromüntide ühise külje kujunduse autoriõigused kuuluvad Euroopa Liidule, keda esindab Euroopa Komisjon (edaspidi *Komisjon*). Euroala tasandil kooskõlastab müntide emiteerimisega seotud küsimusi Komisjon, kes on igale euro vastu võtnud riigile üle kandnud kõik liidu autoriõigused, mis on seotud asjaomase liikmesriigi territooriumiga. Komisjoni teatis euromüntide ühise külje kujunduse autoriõiguse kaitse kohta². Komisjoni teatis euromüntide ühise külje kujunduse autoriõiguse kaitse kohta: määratud asutuste ajakohastatud nimekiri³.

Euromündi rahvusliku külje ja meenemüntide kujunduse autoriõigused kuuluvad vastava liikmesriigi keskpangale. Kui euroala liikmesriik soovib käibele lasta uute motiividega münti, näiteks 2-eurose mälestusmündi, tuleb sellest teavitada Euroopa Komisjoni. Seejärel avaldab komisjon teabe Euroopa Liidu Teatajas (C seerias). Seega siseriiklikult ei ole vajadust

reguleerida euro pangatähtede, euromündi ühise külje, samuti teiste riikide euromüntide rahvuslike külgede kujunduse kasutamist reklaamis.

Eelnõuga täpsustatakse reklaamiseaduse § 10, arvestades eeltoodud õiguslikku keskkonda. Sätestatakse nõue, mille kohaselt varasemalt kehtinud Eesti Panga emiteeritud eesti krooni, samuti Eesti Panga emiteeritud euromüntide rahvusliku külje ja Eesti Panga emiteeritud meenemüntide kujunduse kasutamine reklaamis on lubatud Eesti Panga eelneval nõusolekul.

Eelnõu punktiga 2 täiendatakse seaduse § 22 lõikega 2¹, kohaldades tervishoiuteenuse, sealhulgas kunstliku viljastamise reklaamile sätestatud nõudeid ka väljaspool Eestit tervishoiuteenuseid osutava isiku reklaamile, kui ta suunab reklaami Eesti turule.

Probleemiks on reklaamiseaduse § 22 regulatsiooni tõlgendamine koostoimes TtKS § 2 lõikega 1 ja § 3 lõikega 1, mis võimaldab Eesti ja teiste riikide tervishoiuteenuse osutajate erinevat kohtlemist Eesti turule suunatud tervishoiuteenuse reklaami suhtes. Tegemist on regulatsiooniga, mis kohaldub vaid Eestis tervishoiuteenuseid osutavate isikute reklaamide suhtes, väljaspool Eestit tervishoiuteenuseid osutava ettevõtja Eesti kliendile suunatud reklaamidele regulatsioon ei kohaldu. Reklaamiseaduse § 22 lõike 1 kohaselt on tervishoiuteenuse reklaam keelatud. Sama paragrahvi lõike 2 kohaselt käsitatakse tervishoiuteenust ja tervishoiuteenuse osutajat TtKS tähenduses.

Tervishoiuteenuste korraldamise seaduse § 2 lõike 1 kohaselt loetakse tervishoiuteenuseks tervishoiutöötaja tegevust ning tervishoiutöötajat sama seaduse § 3 lõike 1 kohaselt on tervishoiutöötaja arst, hambaarst, õde ja ämmaemand, kui nad on registreeritud Terviseametis. Seega välisriigis tegutsev arst, hambaarst, õde või ämmaemand ei ole tervishoiutöötaja ning tema osutatav teenus ei ole tervishoiuteenus TtKS mõistes, kuna nad ei ole registreeritud Terviseametis. Sellest tulenevalt ei kohaldu nende poolt Eesti kliendile suunatud reklaami suhtes ka RekS §-s 22 sätestatud regulatsioon. Näiteks kehtiva seaduse kohaselt Lätis hambaraviteenust osutav isik võib Eestis nimetatud teenust reklaamida, kuna TtKS kohaselt ei ole ta tervishoiutöötaja ega tervishoiuteenuse osutaja, sest ta ei ole registreeritud Eesti Terviseametis. Tegemist on tervishoiuteenuse osutajate ebavõrdse kohtlemisega ehk Eesti tervishoiuteenuse osutajate nn „positiivse diskrimineerimisega“, kuna Eestis tervishoiuteenust osutavatel isikutel on tervishoiuteenuse reklaam keelatud. Tulenevalt eeltoodust on vajalik täiendada reklaamiseaduse § 22 uue lõikega, mille kohaselt § 22 lõikes 1 sätestatud tervishoiuteenuse, sealhulgas kunstliku viljastamise reklaami keeld kohaldub ka nendele tervishoiuteenuse osutajatele, kes osutavad teenust väljaspool Eestit, kelle reklaam on suunatud Eesti turule.

Eelnõu punktiga 3 tunnistatakse kehtetuks seaduse § 29 lõige 3. Reklaamiseaduse § 29 lõige 3 ei sätesta teabe avalikustamise kohustust vaid sätestab loetelu teabest, mida võib reklaam sisaldada. Tegemist on sama paragrahvi erinevate lõigetega (lõiked 2, 3¹ – 3⁵) sätestatud kohustusliku teabega ning reklaami põhinõuetes sisalduva reklaami tellija nime avalikustamise kohustusega reklaamis. Lisaks on loetelu kohaselt lubatud avalikustada ka krediidiandja või kredidivahendaja tegevusloa number ja tegevuskoha kontaktandmed. Ülejäänud teabe esitamine reklaamis ei ole lubatud. Samas kehtestati RekS § 29 nõuded tarbijakrediidi reklaamile tervikuna, sh avalikustamise piirangud, kus muuhulgas lõike 7 kohaselt peab tarbijakrediidi reklaam olema vastutustundlik, tasakaalustatud, ei tohi jätta muljet, et tarbijakrediidi võtmine on riskivaba ja lihtne võimalus finantsprobleemide

lahendamiseks ega tohi kallutada tarbijaid läbimõtlematu laenuvõtmisele. Lõikes 7 sätestatud nõuded kohalduvad ka reklaami sõnalisele osale, mis katab reklaamis avalikustatava teabe piirangu eesmärgi. Samas tarbijakrediidi reklaam peab vastama ka reklaamiseaduses sätestatud reklaami üldnõuetele.

Kaupade ja teenuste reklaamides on probleemiks osutunud teabe avaldamine järelmaksuga tasumise võimalusest. Kas tegemist on kauba reklaamiga, mis sisaldab teavet kauba ja selle ostmise võimaluste kohta, või on tegemist tarbijakrediidi reklaamiga, kus teabe avaldamine on piiratud. Kas sellisel juhul kaup on lubatud reklaamis eksponeerida või on tegemist teabega, mida tarbijakrediidi reklaamis ei või avalikustada. Näiteks auto, külmkapi, murutraktori jpt kaupade, toodete reklaamis on lisaks toote infole ka teave järelmaksuga ostmise võimaluse kohta. Sellised reklaamid kvalifitseeruvad valdavalt tarbijakrediidi reklaamideks, kus teave kehtiva seaduse kohaselt on rangelt piiratud ning ei ole kooskõlas reklaamiseaduse § 29 lõikega 3. Seega seisab kaupleja valiku ees kas reklaamida kaupa ilma järelmaksuga ostmise võimaluseta või reklaamida valmisolekut anda tarbijakrediiti või vahendada tarbijakrediidilepinguid. Samas viimase puhul võib reklaam osutada tarbijale eksitavaks, kuna tarbijakrediiti antakse vaid kaupleja poolt pakutavate kaupade ostmisel.

Probleemiks on osutunud ka tarbijakrediidi reklaamides visuaalsete ja heliliste kujunduselementide kasutamine koostoimes lõikega 3. Kas kujunduselementide kasutamine reklaamis on lubatud või on tegemist keelatud teabe avalikustamisega?

Takistatud on ka krediidiandjate ja –vahendajate tegevus tarbijate finantshariduse edendamisel. Näiteks on tarbijakrediidi andjate avaldatavad selgitavad artiklid tarbijatele turul pakutavate krediititoodete omaduste, sisuliste erinevuste kohta tõlgendatavad tarbijakrediidi reklaamina, mis sellisel kujul on keelatud.

Seega on seaduse rakendamisel osutunud teabe piirang takistuseks nii tarbijakrediidi toodete kui kaupade, teenuste reklaamimisel, samuti krediidiandjate ja –vahendajate osalemiseks tarbijate finantshariduse edendamisel.

Lõike 3 kehtetuks tunnistamine võimaldab kõrvaldada sätte rakendamisel ilmnunud probleemid ja täita RekS § 29 regulatsiooni eesmärki.

Teabe piirangu kaotamine toob kaasa õiguse kajastada reklaamis lisaks seadusega nõutud kohustuslikule teabele ka muud teavet reklaamitava tootega seonduvalt, võimaldades anda tarbijale vajalikku informatsiooni ka toote omaduste ja tingimuste kohta, tagades tarbijate parem informeerimine teadliku valiku tegemiseks.

Piirangu kaotamine võimaldab täita ka reklaamiseaduse eesmärki, milleks on kehtestada kaupade, teenuste reklaami reeglid. Reklaamiseaduse sätete koostoimes tõlgendamise tulemusena ei tohi osutada keelatuks kaupade, teenuste reklaam, mis on lubatud. Samas reklaam tervikuna, sh selles sisalduv teave, avalikustamise viis ja kujundus peavad vastama reklaamiseaduse nõuetele.

Teabe piirangu kaotamine võimaldab ka edaspidi tarbijakrediidi andjal või tarbijakrediidi vahendajal avalikustada reklaamis tegevusloa numbrit ja tegevuskoha kontaktandmeid. Eelnõuga ei muudeta ega tunnistata kehtetuks RekS-i ülejäänud regulatsiooni.

Piirangu leevendamine on põhjendatud ka viimastel aastatel aset leidnud tarbijakrediidi turu korrastumisega. Lisaks meetmete paketi rakendamisele on sellele kaasa aidanud ka turuosalised. Tarbijakrediidiandjaid ja –vahendajaid koondav kutseorganisatsioon MTÜ FinanceEstonia on koostöös oma liikmetega välja töötanud krediidiandjate ja –vahendajate head tavad, mille osaks on muuhulgas ka reklaamiga seonduvate küsimuste reguleerimine⁵. Samuti on Finantsinspeksioon ja Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Amet kehtestanud soovitusliku juhendi, milles on järelevalveasutuste selgitused finantsteenuse reklaamile kohalduvate normide ühetaoliseks rakendamiseks⁶. Lisaks on riik kaalumas konkreetsema õigusliku raamistiku loomist krediidualase teabe vahetamiseks, mis soodustaks n.n positiivsete krediidiregistrite loomist, lihtsustades seeläbi vastutustundliku laenamise nõuete täitmise võimalusi.

4. Eelnõu terminoloogia

Eelnõuga ei võeta kasutusele uusi termineid.

5. Eelnõu vastavus Euroopa Liidu õigusele

Eelnõu on kooskõlas Euroopa Liidu õigusega, eelkõige Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiviga 2008/48/EÜ, mis käsitleb tarbijakrediidilepinguid ja millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu direktiiv 87/102/EMÜ. Tarbijakrediidi direktiivi artikkel 4 loetleb reklaamis sisalduva standardteabe ehk teabe, mille esitamine on kohustuslik, kuid ei piira seejuures muu teabe andmist reklaamis. Ka tarbijakrediidi direktiivi preambula punkt 18 rõhutab, et direktiivis tarbijakrediidi reklaamile sätestatud kohustuslike nõuete kõrval jääb liikmesriikidele õigus reguleerida siseriiklikes õigusaktides reklaamis sisalduvale teabele esitatavaid muid nõudeid. Eelnõu ei ole vastuolus ka teiste Euroopa Liidu õigusaktidega.

6. Seaduse mõjud

Seaduseelnõu seadusena rakendamisel puudub oluline mõju, mistõttu ei ole koostatud Vabariigi Valitsuse 22.detsembri 2011 a määruse 180 „Hea õigusloome ja normitehnika eeskiri“ § 65 lõike 2 kohast mõjude analüüsi. Muudatus loob parema õigusselguse seaduse rakendamisel nii ettevõtjatele kui järelevalve teostajatele. Puudub sotsiaalne mõju, mõju riigi julgeolekule ja välispoliitikale, regionaalarengule, kohaliku omavalitsuse korraldusele ning loodus- ja elukeskkonnale.

7. Seaduse rakendamisega seotud riigi ja kohaliku omavalitsuse üksuse tegevused, eeldatavad kulud ja tulud

Seadus mõjutab Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Ameti ning Finantsinspektsiooni tööd järelevalve teostamisel parema õigusselguse tõttu seaduse rakendamisel. Kaob vajadus tarbijakrediidi reklaamide tõlgendamiseks üksikjuhtude osas, et anda hinnang sellele, kas reklaamid sisaldavad muud teavet kui seaduses ette nähtud kohustuslik teave. Seadus ei suurenda järelevalveasutuste järelevalvetegevusega seotud halduskoormust. Seadus ei mõjuta seega riigi ega kohaliku omavalitsuse üksuse eeldatavaid kulusid ega tulusid.

8. Rakendusaktid

Seaduse rakendamiseks ei ole vaja kehtestada rakendusakte.

9. Seaduse jõustumine

Kuna seaduse rakendamiseks ei ole ei turuosalistel ega järelevalveasutustel vajalik teha ettevalmistusi ning muudatusi, puudub ka vajadus seaduseelnõuga kavandatavate muudatuste jõustamiseks erikorra ettenägemiseks. Seadus jõustub üldises korras, s.t kümnendal päeval pärast Riigi Teatajas avaldamist (PS § 108).

10. Eelnõu kooskõlastamine, huvirühmade kaasamine ja avalik konsultatsioon

Eelnõu esitatakse kooskõlastamiseks Rahandusministeeriumile, Sotsiaalministeeriumile ning arvamuse avaldamiseks järgmistele asutustele ja huvirühmadele: Eesti Pank, Finantsinspektsioon, Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Amet, Eesti Linnade ja Valdade Liit, Eesti Kaubandus-Tööstuskoda, Eesti Pangaliit, Eesti Kaupmeeste Liit, MTÜ FinanceEstonia, Turundajate Liit MTÜ.

Algatab Vabariigi Valitsus „...“.....2019. a

¹EKP otsus euro pangatähtede nimiväärtuste, tehniliste nõuete, reprodutseerimise, vahetamise ja ringlusest kõrvaldamise kohta (EKP/2013/10). https://www.ecb.europa.eu/ecb/legal/pdf/1_11820130430et00370042.pdf

²Komisjoni teatis euromüntide ühise külje kujunduse autoriõiguse kaitse kohta (2011/C 41/03): [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/HTML/?uri=CELEX:52011XC0210\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/HTML/?uri=CELEX:52011XC0210(02)&from=EN).

³Komisjoni teatis euromüntide ühise külje kujunduse autoriõiguse kaitse kohta: määratud asutuste ajakohastatud nimekiri (2015/C 115/01). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/AUTO/?uri=OJ:C:2014:140:TOC>

⁴Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 2008/48/EÜ, mis käsitleb tarbijakrediidilepinguid ja millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu direktiiv 87/102/EMÜ (ELT L 133, 22.05.2008, lk 66–92).”.

⁵<http://www.financeestonia.eu/wp-content/uploads/2016/04/Krediidiandjate-ja-vahendajate-Hea-Tava.pdf>

⁶https://www.fi.ee/sites/default/files/2018-08/FI_ja_TKA_soovituslik_juhend_Nouded_finantsteenuse_reklaamile_10_07_2017.pdf