

Keskkonnaministri määruse
„Keskkonnaministri 22. juuli 2013. a määruse nr 57
„Probleemtoote kasutajale kättesaadavaks tehtava
teabe loetelu ning teabe esitamise viisid ja kord¹“ muutmise eelnõu
seletuskiri

1. Sissejuhatus

Määrus kehtestatakse jäätmeseaduse § 26⁸ lõike 4 alusel.

Eelnõu eesmärk on viia keskkonnaministri 22.07.2013 määrus nr 57 „Probleemtoote kasutajale kättesaadavaks tehtava teabe loetelu ning teabe esitamise viisid ja kord¹“ (RT I, 25.07.2013, 4) kooskõlla Euroopa Liidu õigusega.

Tulenevalt Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivist (EL) 2019/904, teatavate plasttoodete keskkonnamõju vähendamise kohta (ELT L 155, 12.06.2019, lk 1–19; edaspidi ka direktiiv) artiklist 10 täiendatakse ministri määrust, sätestades ühekordselt kasutatavate plasttoodete kasutajatele ja plasti sisaldavate kalapüügivahendite kasutajatele kättesaadavaks tehtava teabe loetelu ning teadlikkuse suurendamise meetmed. Kättesaadavaks tehtava teabe loetelu ning teadlikkuse suurendamise meetmete sätestamisel on võetud arvesse Riigikantselei tellimusel Tartu Ülikooli ja OÜ Earth Care uuringut „Teatavate plasttoodete tarbimise vähendamiseks võetavate meetmete ja teatavatele plasttoodetele laiendatud tootjavastutuse rakendamisega kaasnevate mõjude analüüs“ ning selles esitatud soovitusi. Ühekordselt kasutatavate plasttoodete ja plasti sisaldavate kalapüügivahendite tootjad kannavad teadlikkuse suurendamise meetmete kulud laiendatud tootjavastutuse kohustuse raames. Tootjal tuleb avalikkust ja kasutajaid teavitada toote plastisisaldusest, ühekordselt kasutatavate plasttoodete prügistamise ning nende jäätmete muu sobimatu kõrvaldamise mõjust keskkonnale, eriti merekeskkonnale ja kanalisatsioonivõrgule. Avalikkuse ja kasutaja teavitamine ühekordselt kasutatavate plasttoodete plasti sisaldusest, negatiivsest mõjust keskkonnale ning kanalisatsioonile aitab vähendada nende mittenõuetekohast kõrvaldamist ning sellega vähendada nende mõju keskkonnale ning kanalisatsioonivõrgule.

Ühekordselt kasutatavate plasttoodete ja plasti sisaldavate kalapüügivahendite tootjad on kohustatud koostama tegevusplaani, mis sisaldab planeeritud tegevusi, ajakava, vastutajaid ja eelarvet. Teadlikkuse suurendamine on seotud pikaajaliste eesmärkidega, mistõttu peab teavitamine olema süsteemne ja järjepidev protsess. Kommunikatsiooni planeerimisel tuleb silmas pidada konkreetse toote ostmise sagedust. Iga päev ostetava toote kommunikatsioon peab olema pidev ja harvemini ostetava toote kampaaniaid võib planeerida näiteks paar korda aastas.

Ühekordselt kasutatavate plasttoodete ja plasti sisaldavate kalapüügivahendite tootjatelt ei nõuta teadlikkuse suurendamise meetmena üleriigilise teabekampaania korraldamist, kuna teave ei tohi olla mingil juhul selline, mis innustaks tarbijat kasutama ühekordselt kasutatavaid plasttooteid. Teavitustegevus ühekordselt kasutatavate plasttoodete ja plasti sisaldavate kalapüügivahendite kohta tuleb suunata tootegrupi konkreetsele tarbijaskonnale. Lähtudes konkreetsest tootegrupist, tuleks reklaamkampaaniate ja muude teadlikkuse suurendamise meetmete korral esmalt hinnata, kes on toote põhilised tarbijad ja millise meediumi kaudu neid kõige rohkem kõnetada saab. Teavitus peab jõudma ühekordselt kasutatavate plasttoodete ja plasti sisaldavate kalapüügivahendite tarbijaskonnale. Arvestades toodete laadi ja kasutusotstarvet, tuleb tarbijaid teavitada tootepakendi, avalike ürituste, tootereklaami, sotsiaalmeedia ning haridusprogrammi kaudu. Teavitustöös tuleks suuremat rõhku pöörata pildimaterjalile ja visuaalse keele kasutamisele. Ühekordselt kasutatavate plasttoodete tootjad

peavad tootma õppevideo koolidele. Õppevideo võiksid kõikide ühekordselt kasutatavate plasttoodete tootjad toota koostöös ning igal aastal ei pea tootma uut õppevideot. Õppevideo peaks andma teavet prügistamise mõjust keskkonnale, eelkõige merekeskkonnale, ning rõhuma jäätmete nõuetekohase kõrvaldamise tähtsust. Tarbijat ja avalikkust võib teavitada ka randade koristustalgutel, mille käigus puhastatakse rand sinna kogunenud (plast)prügist ning saadakse teadlikumaks mereprügi probleemist. Määruses sätestatakse, et teadlikkuse suurendamise tegevused ja kulude katmine võib olla korraldatud koostöös kõikide osapooltega. Kulude katmine peab toimuma proportsionaalselt, nt turule toodud koguste põhjal.

Eelnõu on seotud jäätmeseaduse, pakendiseaduse ja tubakaseaduse muutmise seaduse jõustumisega (RT I, 17.03.2023, 36) 01.05.2023, millega võetakse üle ja täidetakse Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivist (EL) 2019/904 tulenevad kohustused.

Eelnõukohase määrusega muudetakse keskkonnaministri 22.07.2013 määruse nr 57 „Probleemtoote kasutajale kättesaadavaks tehtava teabe loetelu ning teabe esitamise viisid ja kord¹“ 28.07.2013 jõustunud redaktsiooni (RT I, 25.07.2013, 4).

Määruse eelnõu on ette valmistanud Keskkonnaministeeriumi (edaspidi KeM) keskkonnakorralduse osakonna nõunik Piret Otsason (tel 626 2859, piret.otsason@envir.ee). Eelnõu õigusekspertiisi on teinud KeMi õigusosakonna jurist Käthlin Raudla (tel 626 0798, kathlin.raudla@envir.ee) ning keeleteimetaja oli õigusosakonna peaspetsialist Aili Sandre (626 2953, aili.sandre@envir.ee).

2. Eelnõu sisu ja võrdlev analüüs

Eelnõu koosneb viiest punktist.

Punktiga 1 täiendatakse määruse §-i 2 lõigetega 7 ja 8, millega võetakse üle direktiivi artikkel 10.

Lõikes 7 sätestatakse plasti sisaldava kalapüügivahendi müügikohas edastatava teabe sisu. Kuna tootjal ja turustajal on oluline roll suurendada jäätmete liigiti kogumist, et võimaldada jäätmete töötlemist ning ringlussevõttu, siis peavad tootjad ja turustajad, kes müüvad plasti sisaldavaid kalapüügivahendeid lõppkasutajatele, esitama oma jaemüügiruumides nähtaval kohal ja oma internetipõhiste kauplemiskohtade kaudu kasutuselt kõrvaldatud kalapüügivahendi tagastamise info.

Lõikes 8 sätestatakse, et tootja ja turustaja peavad märkima tagastamise infos kogumispunktid, mis on müügikohale kõige lähemal. Internetipõhised kauplemiskohad viitavad jäätmete ja asjade kogumispunktide kaardirakendusele kuhuvii.ee. Kaardirakendusse saab sisestada jäätme nime, millest soovitakse vabaneda, ning rakendus kuvab läbima asukoha. [Kuhuvii.ee](http://kuhuvii.ee) kaardirakendus on ajakohane. Kasutaja teavitamine kogumispunktide asukohtadest vähendab keskkonda jäävate plastist kalapüügivahendite kogust, kuna kasutaja teab toodete tagasiandmise võimalusi ja asukohti.

Punktiga 2 täiendatakse määrust §-dega 7¹–7⁴.

Paragrahvi 7¹ võetakse üle direktiivi artikkel 10. Paragrahvi 7¹ lõikes 1 sätestatakse, et plasti sisaldava kalapüügivahendi tootja peab teavitama kasutajaid ning motiveerima neid vastutustundlikult käituma, et saavutada plasti sisaldavate kalapüügivahendite kasutamisel tekkiva prügi vähenemine. Plasti sisaldavate kalapüügivahendite tootjad kannavad teadlikkuse

suurendamise meetmete kulud laiendatud tootjavastutuse kohustuse raames. Tootjad peavad aktiivselt osalema lõppkasutajate teavitamises. Tarbijate teavitamine võimaldab vähendada jäätmete teket ja tagada jäätmete käitlemine viisil, mis ei sea ohtu inimese tervist ega kahjusta keskkonda.

Paragrahvi 7¹ lõikes 2 sätestatakse kättesaadavaks tehtava teabe loetelu. Kasutaja teavitamine plasti sisaldava kalapüügivahendi prügistamise negatiivsest mõjust keskkonnale aitab vähendada keskkonda jäävate plastist kalapüügivahendite kogust. Oluline on anda teavet sellest, et plasti sisaldavatele kalapüügivahenditele tuleks eelistada korduskasutatavaid tooteid ning kasutuselt kõrvaldatud kalapüügivahendid tuleb kõrvaldada nõuetekohaselt. Lõppkasutajate otsustel on mõju keskkonnale ja jäätmete taaskasutamise ning ringlussevõtu suurendamisele, seetõttu peab kasutaja teadma, et kalapüügivahendite jäätmeid tuleb koguda eraldi ning kogumiskohad on kättesaadavad.

Paragrahvi 7¹ lõikes 3 sätestatakse, et plasti sisaldavate kalapüügivahendite tootja on kohustatud koostama tegevusplaani. Tegevuste korraldamine peaks toimuma süsteemselt tegevusplaani alusel ning tegevused peaksid olema tootegrupipõhised ehk suunatud kalapüügivahendite tarbijaskonnale. Pikaajaliste ja süsteemsete teavitustegevuste plaanis kajastuvad planeeritud tegevused, nende ajaline järjestus, tegevuste eest vastutajad, eeldatav eelarve.

Paragrahvi 7¹ lõikes 4 sätestatakse, et plasti sisaldavate kalapüügivahendite tootja on kohustatud korraldama kaks korda aastas teavitustegevusi. Lõike 4 punktides 1 ja 2 sätestatakse teavitustegevuste kanalid, kus teavitustegevusi tuleb teha. Plasti sisaldava kalapüügivahendi tootja ei pea korraldama teadlikkuse suurendamise meetmena üleriigilist teabekampaaniat. Teavitus peab jõudma kalapüügivahendite tarbijaskonda, mistõttu tuleks kasutajaid teavitada kalapüügiga seotuid meediakanalites, sh ajakirjad ning veebilehed, nt kalale.ee, kalaforum.ee jms. Kalapüügivahendite tarbijaskonnale peaks teavitustegevusi tegema avalikel üritustel, näiteks merepäevadel või kalapüügivõistlustel.

Paragrahvi 7¹ lõikes 5 sätestatakse, et teadlikkuse suurendamise tegevuste kulud tasub tootja.

Paragrahvi 7¹ lõikes 6 sätestatakse, et tootjad võivad korraldada ühiseid teavitustegevusi. Kuna kulude jagamine võimaldab tõhusamaid teavitustegevusi, siis võib teadlikkuse suurendamise üritusi teha koostöös. Kulude jaotusel tuleks tugineda koguste põhjal jaotusele. Kulude katmine peab toimuma proportsionaalselt, kalapüügivahendite korral peaks jaotuse aluseks olema kauba mass, mis tootjad turule lasevad.

Paragrahvi 7¹ lõikes 7 sätestatakse, et kui tootele tehakse reklaami reklaamiseaduse § 2 lõike 1 punktide 3 ja 8 kohaselt, siis tuleb toote reklaamis välja tuua info toote plastisisalduse kohta ning teavitada tarbijat selle tootega kaasnevast negatiivsest mõjust keskkonnale. Nõue ei ole mõeldud reklaami tegemise kohustusena.

Paragrahviga 7² võetakse üle direktiivi artikkel 10. Paragrahvi 7² lõikes 1 sätestatakse, et niisutatud pühkepaberi tootja peab teavitama kasutajaid ja avalikkust ning motiveerima neid vastutustundlikult käituma, et saavutada plasti sisaldava niisutatud pühkepaberist tekkiva prügi vähenemine. Niisutatud pühkepaberi tootjad kannavad teadlikkuse suurendamise meetmete kulud laiendatud tootjavastutuse kohustuse raames. Tootjad peavad aktiivselt osalema lõppkasutajate teavitamises. Tarbijate ja avalikkuse teavitamine võimaldab vähendada jäätmete teket ja tagada jäätmete käitlemine viisil, mis ei sea ohtu inimese tervist ega kahjusta keskkonda.

Paragrahvi 7² lõikes 2 sätestatakse kättesaadavaks tehtava teabe loetelu. Lõppkasutajate otsustel on otsene mõju keskkonnale ja kanalisatsioonivõrgule. Teavitustegevuse fookus peaks olema tootegrupi plastisisalduse esiletoomisel ja võimalike alternatiivide eelistamisel. Tarbijad ei ole sageli teadlikud, et niisutatud pühkepaber sisaldab plasti, mistõttu on selle kasutamine pikaajalise keskkonnamõjuga. Kasutaja teavitamine niisutatud pühkepaberi plastisisaldusest, prügistamise negatiivsest mõjust keskkonnale ja kanalisatsioonile aitab vähendada nende mittenõuetekohast kõrvaldamist.

Paragrahvi 7² lõikes 3 sätestatakse, et niisutatud pühkepaberi tootja on kohustatud koostama tegevusplaani. Tegevuste korraldamine peaks toimuma süsteemselt tegevusplaani alusel ning tegevused peaksid olema tootegrupipõhised ehk suunatud niisutatud pühkepaberi tarbijaskonnale. Pikaajalise ja süsteemse teavitustegevuse plaanis kajastuvad planeeritud tegevused, nende ajaline järjestus, tegevuste eest vastutajad, eeldatav eelarve.

Paragrahvi 7² lõikes 4 sätestatakse, et niisutatud pühkepaberi tootja on kohustatud korraldama 1-2 korda aastas teavitustegevusi. Lõike 4 punktides 1–3 sätestatakse teavitustegevuste kanalid. Niisutatud pühkepaberi tootja ei pea korraldama teadlikkuse suurendamise meetmena üleriigilist teabekampaaniat. Teavitus peab jõudma niisutatud pühkepaberi tarbijaskonnale. Selle tootegrupi puhul on oluline sihtgrupile suunatud teavitustegevus. Teavitus peab jõudma niisutatud pühkepaberi tarbijaskonnale tootepakendi, tootereklaami, sotsiaalmeedia ning haridusprogrammi kaudu.

Lõike 4 punktides 1 ja 2 sätestatakse, et teavitusööd tuleb teha vähemalt kahes meediakanalis ning vähemalt kahel rannas toimival avalikul üritusel. Teavitustegevuste planeerimisel tuleb arvestada, et teave jõuab noorema sihtgrupini veebi ja sotsiaalmeedia vahendusel ning eakama sihtgrupini otsesuhtlusega. Teavitus peab tarbijaskonnani jõudma tootepakendi, toote reklaami, kahe meediakanali, avalike ürituste ning haridusprogrammi kaudu. Meri Algab Siit MTÜ on teinud edukat teavitus kaubanduskeskustes ja raadiote heliklippidena, intervjuude ja artiklite kaudu. Seega võivad teavituskanaliteks olla kaubanduskeskuste teavitusklipid ja sotsiaalmeedias teavituse jagamine. Rannas toimuv avalik üritus võib olla ka koristustalgu. Koristustalgud on tõhus viis avalikkust kaasata, kui sellist meedet rakendada võiks kaasata korraldusse näiteks „Meri algab siit“, „Teeme ära!“ vms liikumist, millel on positiivne meediakuvand ja pikaajaline kogemus.

Lõike 4 punktis 3 sätestatakse kohustus luua õppevideo hariduskampaania korraldamiseks koolides. Teavitustegevustes tuleks suuremat rõhku pöörata pildimaterjalile ja visuaalse keele kasutamisele. Igal aastal ei pea tootma uut õppevideot. Õppevideo võimaldab suurendada õpilaste teadlikkust plasti sisaldavate toodete prügistamise negatiivsest mõjust keskkonnale. Õppevideo peaks õpilasi kaasama ning neid võimestama, et nad võtaks vastutuse oma jäätmete ja keskkonna eest. Õppevideo peaks andma teavet prügistamise mõjust keskkonnale, eelkõige merekeskkonnale. Oluline on rõhutada jäätmete nõuetekohase kõrvaldamise tähtsust. Õppevideo võiks lõppeda üleskutsega tegutseda, julgustades õpilasi võtma vastutust oma jäätmete eest ja levitama teadlikkust prügistamise negatiivsest mõjust keskkonnale.

Paragrahvi 7² lõikes 5 sätestatakse, et teadlikkuse suurendamise tegevuste kulud tasub tootja.

Paragrahvi 7² lõikes 6 sätestatakse, et tootjad võivad korraldada ühiseid teavitustegevusi. Kuna kulude jagamine võimaldab tõhusamaid teavitustegevusi, siis võib teadlikkuse suurendamise üritusi teha koostöös. Kulude jaotusel tuleks tugineda koguste põhjal jaotusele. Kulude katmine peab toimuma proportsionaalselt, niisutatud pühkepaberite korral peaks jaotuse aluseks olema kauba mass, mille tootjad turule lasevad.

Paragrahvi 7² lõikes 7 sätestatakse, et kui tootele tehakse reklaami reklaamiseaduse § 2 lõike 1 punktide 3 ja 8 kohaselt, siis tuleb toote reklaamis välja tuua info toote plastisisalduse kohta ning teavitada tarbijat selle tootega kaasnevast negatiivsest mõjust keskkonnale. Nõue ei ole mõeldud reklaami tegemise kohustusena.

Paragrahvi 7³ võetakse üle direktiivi artikkel 10. Paragrahvi 7³ lõikes 1 sätestatakse, et õhupallide tootja peab teavitama kasutajaid ja avalikkust ning motiveerima neid vastutustundlikult käituma, et saavutada õhupallide kasutamisel tekkiva prügi vähenemine. Õhupallide tootjad kannavad teadlikkuse suurendamise meetmete kulud laiendatud tootjavastutuse kohustuse raames. Tootjad peavad aktiivselt osalema lõppkasutajate teavitamises. Tarbijate ja avalikkuse teavitamine võimaldab vähendada jäätmete teket ja tagada jäätmete käitlemine viisil, mis ei sea ohtu inimese tervist ega kahjusta keskkonda.

Paragrahvi 7³ lõikes 2 sätestatakse, et kättesaadavaks tehtava teabe loetelu. Kasutaja teavitamine õhupallide prügistamise negatiivsest mõjust keskkonnale aitab vähendada nende mittenõuetekohast kõrvaldamist. Oluline on anda teavet kasutajale ja avalikkusele õhupallide prügistamise ning nende jäätmete muu sobimatu kõrvaldamise mõjust keskkonnale, eriti merekeskkonnale.

Paragrahvi 7³ lõikes 3 sätestatakse, et õhupallide tootja on kohustatud koostama tegevusplaani. Tegevuste korraldamine peaks toimuma süsteemselt tegevusplaani alusel ning tegevused peaksid olema tootegrupipõhised ehk suunatud õhupallide tarbijaskonnale. Pikaajalise ja süsteemse teavitustegevuse plaanis kajastuvad planeeritud tegevused, nende ajaline järjestus, tegevuste eest vastutajad, eeldatav eelarve.

Paragrahvi 7³ lõikes 4 sätestatakse teavitamise viisid. Õhupallide tootja ei pea korraldama teadlikkuse suurendamise meetmena üleriigilist teabekampaaniat. Õhupallide tootja on kohustatud korraldama teavitustegevusi 1-2 korda aastas. Perioodil märts-september 2020 tegid Riigikantselei tellimusel Tartu Ülikooli ja OÜ Earth Care uuringu „Teatavate plasttoodete tarbimise vähendamiseks võetavate meetmete ja teatavatele plasttoodetele laiendatud tootjavastutuse rakendamisega kaasnevate mõjude analüüs“. Analüüsi kohaselt tuleb teavitustegevuste sageduse määramisel arvesse võtta toote ostmise sagedus. Analüüsi kohaselt peaks teavitustegevust õhupallidest korraldama 1-2 korda aastas. Teavitus peab jõudma õhupallide tarbijaskonnale tootepakendi, tootereklaami, sotsiaalmeedia ning haridusprogrammi kaudu.

Lõike 4 punktides 1 ja 2 sätestatakse, et teavitustegevust tuleb teha vähemalt kahes meediakanalis ning vähemalt kahel rannas toimuval avalikul üritusel. Teavitustegevuste planeerimisel tuleb arvestada, et noorema sihtgrupini jõuab teave veebi ja sotsiaalmeedia vahendusel ning eakama sihtgrupini otsesuhtlusega. Teavitus peab tarbijaskonnani jõudma tootepakendi, toote reklaami, kahe meediakanali, avalike ürituste ning haridusprogrammi kaudu. Meri Algab Siit MTÜ on teinud edukat teavitustööd kaubanduskeskustes ja raadiote helikliippidena, intervjuude ja artiklite kaudu. Seega võivad teavituskanaliteks olla kaubanduskeskused (teavituskliipid) ja sotsiaalmeedia. Rannas toimuv avalik üritus võiks olla ka koristustalgud. Koristustalgud on tõhus viis avalikkust kaasata, kui sellist meedet rakendada, võiks kaasata korraldusse näiteks „Meri algab siit“ või „Teeme ära!“ vms liikumist, millel on positiivne meediakuvand ja pikaajaline kogemus.

Lõike 4 punktis 3 sätestatakse kohustus luua õppevideo hariduskampaania korraldamiseks koolides. Teavitustegevustes tuleks suuremat rõhku pöörata pildimaterjalile ja visuaalse keele kasutamisele. Igal aastal ei pea tootma uut õppevideot. Õppevideo võimaldab suurendada õpilaste teadlikkust plasti sisaldavate toodete prügistamise negatiivsest mõjust keskkonnale.

Õppevideo peaks õpilasi kaasama ning neid võimestama, et nad võtaks vastutuse oma jäätmete ja keskkonna eest. Õppevideo peaks andma teavet prügistamise mõjust keskkonnale, eelkõige merekeskkonnale. Oluline on rõhutada jäätmete nõuetekohase kõrvaldamise tähtsust. Õppevideo võiks lõppeda üleskutsega tegutseda, julgustades õpilasi võtma vastutust oma jäätmete eest ja levitama teadlikkust prügistamise negatiivsest mõjust keskkonnale.

Paragrahvi 7³ lõikes 5 sätestatakse, et teadlikkuse suurendamise tegevuste kulud tasub tootja.

Paragrahvi 7³ lõikes 6 sätestatakse, et tootjad võivad korraldada ühiseid teavitustegevusi. Kuna kulude jagamine võimaldab tõhusamaid teavitustegevusi, siis võib teadlikkuse suurendamise üritusi teha koostöös. Kulude jaotusel tuleks tugineda koguste põhjal jaotusele. Kulude katmine peab toimuma proportsionaalselt, õhupallide korral peaks jaotuse aluseks olema kauba mass, mille tootjad turule lasevad.

Paragrahvi 7³ lõikes 7 sätestatakse, et kui tootele tehakse reklaami reklaamiseaduse § 2 lõike 1 punktide 3 ja 8 kohaselt, siis tuleb toote reklaamis välja tuua info toote plastisisalduse kohta ning teavitada tarbijat selle tootega kaasnevatest negatiivsetest mõjust keskkonnale. Nõue ei ole mõeldud reklaami tegemise kohustusena.

Paragrahviga 7⁴ võetakse üle direktiivi artikkel 10. Paragrahvi § 7⁴ lõikes 1 sätestatakse, et filtriga tubakatoote ja koos tubakatootega kasutamiseks turustatava filtri tootja peab teavitama kasutajaid ja avalikkust ning motiveerima neid vastutustundlikult käituma, et saavutada filtriga tubakatoote ja koos tubakatootega kasutamiseks turustatava filtri kasutamisel tekkiva prügi vähenemine. Filtriga tubakatoote ja koos tubakatootega kasutamiseks turustatava filtri tootjad kannavad teadlikkuse suurendamise meetmete kulud laiendatud tootjavastutuse kohustuse raames. Tootjad peavad aktiivselt osalema lõppkasutajate teavitamises. Tarbijate ja avalikkuse teavitamine võimaldab vähendada jäätmete teket ja tagada jäätmete käitlemine viisil, mis ei sea ohtu inimese tervist ega kahjusta keskkonda.

Paragrahvi 7⁴ lõikes 2 sätestatakse, et kättesaadavaks tehtava teabe loetelu. Teavitustegevuses peab fookus olema tarbitud toodete keskkonnasõbralikul käitlemisel, mitte tubakatoodete tarbimise kahjulikkuse selgitamisel. Kasutaja teavitamine filtriga tubakatoote ja koos tubakatootega kasutamiseks turustatava filtri prügistamise negatiivsest mõjust keskkonnale aitab vähendada nende mittenõuetekohast kõrvaldamist. Oluline on anda teavet kasutajale ja avalikkusele filtriga tubakatoote ja koos tubakatootega kasutamiseks turustatava filtri prügistamise ning nende jäätmete muu sobimatu kõrvaldamise mõjust kanalisatsioonivõrgule ja keskkonnale, eriti merekeskkonnale. Tubakatoodete jäätmed prügina tekivad avalikus ruumis sageli põhjusel, et jäätmeid on väga ebamugav prügikastide puudumisel kaasas kanda (määrduvine, intensiivne ebameeldiv lõhn, süttimisoht), mistõttu on oluline teavitada tarbijaid jäätmete likvideerimise võimalustest.

Paragrahvi 7⁴ lõikes 3 sätestatakse, et filtriga tubakatoote ja koos tubakatootega kasutamiseks turustatava filtri tootja on kohustatud koostama tegevusplaani. Tegevuste korraldamine peaks toimuma süsteemselt tegevusplaani alusel ning tegevused peaksid olema tootegrupipõhised ehk suunatud filtriga tubakatoote ja koos tubakatootega kasutamiseks turustatava filtri tarbijaskonnale. Pikaajalise ja süsteemse teavitustegevuse plaanis kajastuvad planeeritud tegevused, nende ajaline järjestus, tegevuste eest vastutajad, eeldatav eelarve.

Paragrahvi 7⁴ lõikes 4 sätestatakse teavitamise viisid. Filtriga tubakatoote ja koos tubakatootega kasutamiseks turustatava filtri tootja ei pea korraldama teadlikkuse suurendamise meetmena üleriigilist teabekampaniat. Võttes arvesse toote ostmise sagedust, tuleb filtriga tubakatoote ja

koos tubakatootega kasutamiseks turustatava filtri teavitustegevusi teha kaks korda aastas kestvusega 2–4 nädalat.

Lõike 4 punktides 1 ja 2 sätestatakse, et teavitustööd tuleb teha vähemalt kahes eri kanalis ning vähemalt kahel rannas toimuval avalikul üritusel. Teavitustegevuste planeerimisel tuleb arvestada, et noorema sihtgrupini jõuab teave veebi ja sotsiaalmeedia vahendusel ning eakama sihtgrupini otsesuhtlusega või raadio kaudu. Teavitus peab jõudma filtriga tubakatoote ja koos tubakatootega kasutamiseks turustatava filtri tarbijaskonnale tootepakendi, kahe meediakanali, avalike ürituste ning haridusprogrammi kaudu. Meri Algab Siit MTÜ on teinud edukat teavitust kaubanduskeskustes ja raadiotes heliklippidena, intervjuude ja artiklite kaudu. Seega võivad teavituskanaliteks olla kaubanduskeskused (teavitusklipid) ja sotsiaalmeedia. Rannas toimuv avalik üritus võib olla ka koristustalgu. Koristustalgud on tõhus viis avalikkust kaasata, kui sellist meedet rakendada, võiks kaasata korraldusse näiteks „Meri algab siit“ või „Teeme ära!“ vms liikumist, millel on positiivne meediakuvand ja pikaajaline kogemus.

Lõike 4 punktis 3 sätestatakse kohustus luua õppevideo hariduskampaania korraldamiseks koolides. Teavitustegevuses tuleks suuremat rõhku pöörata pildimaterjalile ja visuaalse keele kasutamisele. Igal aastal ei pea tootma uut õppevideot. Õppevideo võimaldab suurendada õpilaste teadlikkust plasti sisaldavate toodete prügistamise negatiivsest mõjust keskkonnale. Õppevideo peaks õpilasi kaasama ning neid võimestama, et nad võtaks vastutuse oma jäätmete ja keskkonna eest. Õppevideo peaks andma teavet prügistamise mõjust keskkonnale, eelkõige merekeskkonnale. Oluline on rõhutada jäätmete nõuetekohase kõrvaldamise tähtsust. Õppevideo võiks lõppeda üleskutsega tegutseda, julgustades õpilasi võtma vastutust oma jäätmete eest ja levitama teadlikkust prügistamise negatiivsest mõjust keskkonnale.

Paragrahvi 7⁴ lõikes 5 sätestatakse, et teadlikkuse suurendamise tegevuste kulud tasub tootja.

Paragrahvi 7⁴ lõikes 6 sätestatakse, et tootjad võivad korraldada ühiseid teavitustegevusi. Kuna kulude jagamine võimaldab tõhusamaid teavitustegevusi, siis võib teadlikkuse suurendamise üritusi teha koostöös. Kulude jaotusel tuleks tugineda koguste põhjal jaotusele. Kulude katmine peab toimuma proportsionaalselt, filtriga tubakatoote ja koos tubakatootega kasutamiseks turustatava filtrite korral peaks jaotuse aluseks olema maaletoojate turuosa.

Paragrahvi 7³ lõikes 7 sätestatakse, et teavitustegevus peab olema kooskõlastatud Sotsiaalministeeriumi ja Tervise Arengu Instituudiga, kuna tubakatoodete ja tubakatoodetega seonduvate toodete reklaam on keelatud. Teavitustegevus tuleb suunata kasutaja teavitamisele filtriga tubakatoote ja koos tubakatootega kasutamiseks turustatava filtri plastisisaldusest, prügistamise negatiivsest mõjust keskkonnale ning kanalisatsioonivõrgule. Teavitustegevuse eesmärk on vähendada filtriga tubakatoote ja koos tubakatootega kasutamiseks turustatava filtri mittenõuetekohast kõrvaldamist.

Punktiga 3 täiendatakse määruse §-i 8 lõikega 5.

Lõikes 5 sätestatakse, et ühekordselt kasutatavate plasttoodete ja plasti sisaldavate kalapüügivahendite tootjatelt ei nõuta teadlikkuse suurendamise meetmena üleriigilise teabekampaania korraldamist. Üleriigilise teabekampaania korraldamist ei nõuta, kuna teave ei tohi olla mingil juhul selline, mis innustaks tarbijat kasutama ühekordselt kasutatavaid plasttooteid. Ühekordselt kasutatavate plasttoodete ja plasti sisaldavate kalapüügivahendite teavitustegevused tuleb suunata tootegrupi konkreetsele tarbijaskonnale. Määruse §-des 7¹ kuni 7⁴ on sätestatud kättesaadavaks tehtava teabe loetelu, tegevusplaani koostamise kohustus ja teavitamise viisid.

Punktiga 4 täiendatakse määrust paragrahviga 9. Tegemist on rakendussättega, mis teeb erisuse §-s 2 lõikes 2 ja 8 ning §-des 7¹-7⁴ sätestatud probleemtoote kasutaja teavitamise ja teavitustegevuste korraldamise kohustuse rakendamisel.

Paragrahvis 2 lõikes 7 ja 8 sätestatud plasti sisaldava kalapüügivahendi kasutaja teavitamise kohustust kasutuselt kõrvaldatud kalapüügivahendi tagastamise võimaluste kohta rakendatakse alates 2024. aasta 31. detsembrist. Tähtaeg 31.12.2024 tuleneb direktiivi artikli 17 lõikest 1, mille kohaselt tootjavastutuse nõuded tuleb võtta üle 31.12.2024.

Paragrahvides 7¹-7³ sätestatud probleemtoote kasutaja teavitamise ja teavitustegevuste korraldamise kohustust rakendatakse alates 2024. aasta 31. detsembrist. Tähtaeg 31.12.2024 tuleneb direktiivi artikli 17 lõikest 1.

Paragrahvis 7⁴ sätestatud probleemtoote kasutaja teavitamise ja teavitustegevuste korraldamise kohustust rakendatakse alates 2024. aasta 1. jaanuarist. Jõustumistähtaeg on valitud arvestusega, et seaduse vastuvõtmise ja jõustumise vahele jääks piisav ajavahemik, et võimaldada normi adressaatidel muudatustega tutvuda ja arvestada uute nõuetega.

Punktiga 5 täiendatakse määruse normitehnilist märkust, lisades sinna üle võetava Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi (EL) (EL) 2019/904 andmed.

3. Eelnõu vastavus Euroopa Liidu õigusele

Eelnõu vastab Euroopa Liidu õigusele. Eelnõukohase määrusega võetakse Eesti õigusesse üle Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivist (EL) 2019/904, teatavate plasttoodete keskkonnamõju vähendamise kohta (ELT L 155, 12.06.2019, lk 1–19) artikkel 10. Direktiivi ülevõtmise vastavustabel on esitatud seletuskirja lisas. Direktiivi ülevõtmise tähtaeg oli 03.07.2021. Direktiivi artikli 10 ülevõtmise tähtajad on toodud eelnõukohase määruse rakendussätetes.

4. Määruse mõju

Sihtrühm: ühekordselt kasutatavate plasttoodete ja kalapüügivahendite tootjad (hinnanguliselt kuni 40).

Mõju ettevõtjate tegevusele ja majandusele: eelnõukohase määrusega kavandatud muudatused ei mõjuta tarbijate majanduslikku toimetulekut. Tegevusplaani koostamine ja teavitustegevuste kulude katmine ettevõtete poolt toob ettevõtetele kaasa kulude kasvu sõltuvalt valitud teavitustegevuste mahust ja sisust ning koostööst teiste tootjatega. Laiendatud tootjavastutuse kohustuse raames kannavad tootjad teadlikkuse suurendamise meetmete kulud. Selleks, et vähendada tootjate kulu, võiksid teadlikkuse suurendamise tegevuse kulusid katta kõik ühekordselt kasutatavate plasttoodete ja plasti sisaldavate kalapüügivahendite tootjad koos. Lisaks võimaldab kulude jagamine teha tõhusamat teavitust. Kuna kulud kaetakse proportsionaalselt, kannavad suuremaid kulusid need tootjad, kes suunavad suuremaid koguseid turule ja kelle turuosad on suurem.

Jäätmeseaduse, pakendiseaduse ja tubakaseaduse muutmise seaduse eelnõu väljatöötamise kavatsuse kohaselt sõltub teadlikkuse suurendamise kulude jaotus sellest, milliseid tegevusi plaanitakse (sh nende vorm, kestus, sihtgrupid, kaasatavad institutsioonid jms). Nt reklaamibüroo Vaikus OÜ kodulehel on toodud näidis reklaamkampaaniatena järgmised võimalused (koos hindadega):

- 1) laiadele massidele suunatud kampaania (sihtrühm: kõik Eesti elanikud, kanalid: TV, internet ja raadio, kus reklaame eetris 516 korda ja 80 000 kontakti internetis) näidishinnaga 13 230 eurot + käibemaks;
- 2) spetsiifilise toote kampaania (sihtrühm: põhitarbija, kanalid: veebipõhine kampaania, kus sihitud veebilehtedel kuvatakse reklaami kuni 1 kuu) näidishinnaga 5 540 eurot + käibemaks;
- 3) lokaalne kampaania (sihtrühm: kindla piirkonna inimesed, kanalid: veebipõhine kampaania, print, välimeedia ja otsepost, kus 2 250 000 näitamist internetis, 1 ajalehereklaam, 1 välimeediapost ja 10 000 reklaamlehte) näidishinnaga 4 408 eurot + käibemaks.

Jäätmeseaduse, pakendiseaduse ja tubakaseaduse muutmise seaduse eelnõu väljatöötamise kavatsuse kohaselt on filtriga tubakatoote ja koos tubakatootega kasutamiseks turustatava filtri tootja teavitustegevuse kulu kaks korda aastas toimuva ja 2–4 nädalat kestev veebikampaania hinnanguline kulu ligikaudu 11 080 eurot + käibemaks. Jäätmeseaduse, pakendiseaduse ja tubakaseaduse muutmise seaduse eelnõu väljatöötamise kavatsuse kohaselt on niisutatud pühkepaberi tootja ühekordse veebikampaania maksumus hinnanguliselt 5 540 eurot + käibemaks. Jäätmeseaduse, pakendiseaduse ja tubakaseaduse muutmise seaduse eelnõu väljatöötamise kavatsuse kohaselt on niisutatud pühkepaberi tootja ühekordse veebikampaania maksumus hinnanguliselt 5 540 eurot + käibemaks.

Plasti sisaldavad tooted peavad juba praegu kandma märgistust, millega teavitatakse tarbijat plasti olemasolust tootes ja selle ebasobivast kõrvaldamisviisist ning mõjust keskkonnale, seega määrus tootepakendile lisatava info tõttu tootjatele lisakulutusi kaasa ei too.

Mõju loodus- ja elukeskkonnale: tarbijate teadlikkuse suurendamine mõjub loodus- ja elukeskkonnale positiivselt. Ühekordselt kasutatavate plasttoodete ja plasti sisaldavate kalapüügivahendite tarbijate teadlikkuse parandamisega väheneb eelduslikult selliste toodete tarbimine ning prügistamine. Teadlikkuse suurendamise tulemusena väheneb loodusesse, sh merre, ning kanalisatsiooni sattuvate plasttoodete kogus. Ühekordselt kasutatavad plasttooted on keskkonda sattudes ohuks elusorganismidele, kes neid söögiks peavad või neisse kinni jäävad. Seega väheneb oluliselt negatiivne mõju elusorganismidele ja toiduahela kaudu avaldab see positiivset mõju ka inimeste tervisele.

Sotsiaalne mõju: tarbijate teavitamise ja nende käitumisharjumuste suunamine teavitustegevustega mõjutab tarbimise, kasutamise ning jäätmekäitluse etappi. Teavitustegevused aitavad parandada tarbijate teadlikkust nii konkreetselt keskkonnahoidliku käitumise suurendamiseks kui üldisemalt sotsiaalsete normide kujundamiseks. Teadlikum tarbija mõjutab omakorda ettevõtteid tegema tootearenduses keskkonnahoidlikumaid valikuid.

Mõju riigiasutuste ja kohaliku omavalitsuse korraldusele: kavandatava muudatusega kaasneb teatav mõju riigiasutustele. Teadlikkuse suurendamisega tegeleb ka riik. Keskkonnaministeeriumi jaoks laieneb nimekiri probleemtoodetest, mille jaoks on riigil vaja koostada teavituskava- ja strateegia. Probleemtoodete nimekirja täiendamisega kasvab teavitustegevuste kulu. Keskkonnaministeerium panustab igal aastal jäätmetekke vähendamise ja vältimise kampaaniatele, nt pakendijäätmete, patarei- ja akujäätmete, elektri- ja elektroonikaromude, tekstiilijäätmete, toidujäätmete tekke vähendamisele. Keskkonnaameti jaoks laieneb nimekiri probleemtoodete tootjatest, kelle teavitustegevuse plaani tuleb kontrollida. Juba praegu peab Keskkonnaamet kontrollima, kuidas tootjad täidavad teadlikkuse suurendamise nõudeid. Tarbija teadlikkuse parandamine on üks meetmetest, mille abil välditakse ja vähendatakse prügi tekkimist toodetest, mis on loodus- ja merekeskkonnas peamised prügistamisallikad. Prügistamise vähenemine vähendab kohaliku omavalitsuse jäätmekäitluskulusid.

Eelnõukohase määrusega kavandatud muudatused ei avalda olulist mõju riigi julgeolekule, välissuhetele ega ka regionaalarengule.

Mõju olulisus: kavandatav muudatus on olulise mõjuga, kuna suureneb tarbijate teadlikkus jäätmetekke vähendamise vajalikkusest ja prügistamisega seotud negatiivsest keskkonnamõjust ning negatiivsest mõjust kanalisatsioonivõrgule. Väheneb prügistamine ning seeläbi vähenevad jäätmete koristamise kulud nii riigiasutustel, kohalikel omavalitsustel, aga ka tootjatel, kes peavad katma oma toodetest tekkinud jäätmete koristamise kulud.

6. Määruse rakendamise seotud tegevus, vajalikud kulud ja määruse rakendamise eeldatavad tulud

Eelnõukohase määruse rakendamine ei nõua lisatööd ega -kulusid, samuti ei eeldata sellest lisatulu.

7. Määruse jõustumine

Määrus jõustub üldises korras. Rakendussätetega tagatakse, et probleemtoote tootjatel oleks oma tegevuse ümberkorraldamiseks piisavalt aega. Paragrahvis 2 lõikes 7 ja 8 sätestatud plasti sisaldava kalapüügivahendi kasutaja teavitamise kohustust kasutuselt kõrvaldatud kalapüügivahendi tagastamise võimaluste kohta rakendatakse alates 2024. aasta 31. detsembrist. Paragrahvides 7¹-7³ sätestatud probleemtoote kasutaja teavitamise ja teavitustegevuste korraldamise kohustust rakendatakse alates 2024. aasta 31. detsembrist. Paragrahvis 7⁴ sätestatud probleemtoote kasutaja teavitamise ja teavitustegevuste korraldamise kohustust rakendatakse alates 2024. aasta 1. jaanuarist.

8. Määruse eelnõu kooskõlastamine

Eelnõu esitatakse kooskõlastamiseks Rahandusministeeriumile, Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumile, Sotsiaalministeeriumile, Terviseametile, Tervise Arengu Instituudile, Haridusministeeriumile.

Eelnõu koostamisel ei korraldata avalikku konsultatsiooni, kuna eelnõu sisu ei puuduta laiemat avalikkust.

Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi (EL) 2019/904, teatavate plasttoodete keskkonnamõju vähendamise kohta (ELT L 155, 12.06.2019, lk 1–19), ja keskkonnaministri 22.07.2013 määruse nr 57 „Probleemtoote kasutajale kättesaadavaks tehtava teabe loetelu ning teabe esitamise viisid ja kord¹“ eelnõu vastavustabel

EL-i õigusakti norm	EL-i õigusakti normi ülevõtmise kohustus	EL-i õigusakti normi sisuliseks rakendamiseks kehtestatavad riigisisised õigusaktid	Kommentaarisid
Artikkel, lõige, punkt	Jah, ei, valikuline	Paragrahv, lõige, punkt	Pealkiri
Artikkel 10	Jah	§ 2 lg 7 § 2 lg 8 § 7 ¹ lõiked 1-7 § 7 ² lõiked 1-7 § 7 ³ lõiked 1-7 § 7 ⁴ lõiked 1-7	Probleemtoote kasutajale kättesaadavaks tehtava teabe loetelu ning teabe esitamise viisid ja kord ¹