

Riigikogu majanduskomisjon  
Lossi plats 1A  
15165 Tallinn

Meie 23.11.2017 nr 4/315

## **Täiendavate seisukohtade edastamine alkoholiseaduse ja reklaamiseaduse muutmise eelnõu kohta**

Lugupeetud Jaanus Marrandi

Eesti Kaubandus-Tööstuskoda (edaspidi: Kaubanduskoda) pöördub taas Teie poole seoses alkoholiseaduse ja reklaamiseaduse muutmise seaduse eelnõuga 381 SE, mis on hetkel Riigikogus menetluses.

Riigikogus toimus 14.11.2017 eelnõu 381 SE avalik ja konstruktiivne arutelu, kus kohalolnud huvigruppide esindajad tõstatisid eelnõu puhul hulga probleemkohti. Kaubanduskoda soovib veelkord juhtida tähelepanu mõningatele eelnõuga seotud põhimõttelistele küsimustele, mis vajavad jätkuvalt tähelepanu, et vältida hilisemaid probleeme selle rakendamisel või ebavõrdset kohtlemist:

1. Eelnõu § 1 punktiga 3 täiendatakse alkoholiseaduse paragrahvi 40 lõikega 1<sup>3</sup> järgmises sõnastuses:

*„Alkoholise joogi väljapanek ei tohi olla märgatavalt nähtav väljastpoolt müügikohta. Kauplustes, mille müügisaali pindala on üle 450 m<sup>2</sup>, ei tohi alkoholise joogi väljapanek olla nähtav ülejäänud müügisaalist.“*

Sätte sõnastus ei ole kõikidele asjaosalistele üheselt arusaadav – kuidas sisustada väljendid nagu „märgatavalt nähtav väljastpoolt müügikohta“ või ka „nähtav ülejäänud müügisaalist“? Nende mõistete ühene sisustamine on aga vältimatult vajalik nii keelu rakendamiseks kui ka selle keelu järgimise üle järelevalve teostamiseks. Täna sõnastuse juures on ennustatav, et järelevalve menetluse käigus tekivad vaidlused, mis jõuavad kindlasti välja kohtusse. Seetõttu ei ole sellises sõnastuses kohane seadust vastu võtta. Juhul kui eelnõu sõnastust ei õnnestu selgemaks muuta peame õigeks sättest tervikuna loobuda, kuna eelnõus olevad teisedki alkoholiseaduse muudatused täidavad juba sarnast eesmärki, mida soovitakse viidatud sättega saavutada.

2. Eelnõu § 1 punktiga 4 täiendatakse eelnõud loeteluga kohtadest, kus on lubatud alkoholise joogi esitlus. Loetelus on ära märgitud ka „mess, laat või muu samalaadne üritus“.



Kui alkohoolsete jookide esitluskohtade piiramise üks eesmärk on vähendada alkoholi eksponeerimist alaealistele ja sõltuvusega võitlevatele isikutele (eelnõu seletuskiri, lk 42), siis jääb arusaamatuks, miks on alkoholi esitlused lubatud messidel ja laatadel. Laatade ja messide küllastajate seas on kahtlemata nii alkoholisõltlasi kui ka hulk lapsi ja alaealisi, kes kõik alkohoolsete jookide esitlusest sel viisil osa saavad. Erandiks võivad olla ehk tõesti erialamessid (B2B) kuhu sissepääs on kinnine. Kaubanduskoja arvates tekitab selline regulatsioon kauplejate ebavõrdset kohtlemist ja muudatuste väidetavat eesmärki arvestades ei ole messidel ja laatadel alkohoolsete jookide esitlemise lubamine nende eesmärkidega kooskõlas. Lisaks vajab täpsustamist, mida peetakse silmas „muu samalaadse ürituse“ all. Kas selle alla võib kuuluda näiteks ka iganädalane kohalik taluturg vms? Kuivõrd tegemist on piiranguga, mille mittetäitmisele järgneks sanktsioon, siis peavad vastavad sõnastused olema selged.

3. Eelnõu § 2 punktiga 2 täiendatakse reklaamiseaduses sisalduvaid alkoholireklaami piiranguid. Muuhulgas lisandub nõue, et trükireklaamis peab reklaamile lisatava hoiatuse pindala koos taustaga moodustama 20% reklaami kogupinnast.

Eelnõu seletuskirjas ei ole siiski toodud konkreetseid viiteid uuringule või allikale, mille alusel võiks hinnata säärase tekstimahu nõude mõjusid alkoholi tarbimisele. Samuti puuduvad viited, et sellist hoiatusteksti mahu määra oleks mujal riikides alkoholi trükireklaamile rakendatud. Kehtiva reklaamiseaduse § 28 lõige 7 näeb juba selgelt ette piirangu alkoholi trükireklaamile: „*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.*”

Eelnõuga lisanduv nõue, et hoiatuse tekst peab moodustama vähemalt 20% trükireklaami kogupinnast, on põhjendamatu täiendus juba niigi väga rangetele alkoholireklaamipiirangutele, mida eelnõuga soovitakse seada. Kuna sellise piirangu mõju kohta puuduvad ka selged tõendid, on hoiatuse teksti mahu nõude kehtestamise vajadus äärmiselt küsitav ja tuleks eelnõust pigem välja jätta. **Kaubanduskoda teeb ettepaneku jääda kehtiva reklaamiseaduse § 28 lõikes 7 kehtestatud alkoholireklaami tingimuste juurde ja mitte lisada hoiatuse tekstile 20-protsendilise mahu nõuet, kuna puudub informatsioon, kuidas see aitaks kaasa alkoholi liigtarbimise vähendamisele.**

Mõistame, et kohtumisel väljendatu kohaselt on sotsiaalministeeriumi soov olnud alkoholireklaam tervikuna kaotada ning konkreetse meetmega seda osaliselt soovitaksegi saavutada, kuid ilma, et kavandatud viisil seatava piirangu mõju oleks kasvõi üritatudki uurida, ei pea me õigeks piirangut kehtestada.

4. Riigikogus 14.11.2017 toimunud arutelust järeldub, et ei ole selge, kuidas tagatakse eelnõuga kavandatud muudatuste järelevalve, nende ühetaoline kehtestamine ning millised kulud sellega kaasnevad.



Asjaosalistel puudub arusaam, kui palju lisaressurssi kavandatavate muudatuste rakendamine eeldaks. Kui muudatused peaks jõustuma 2018. aastal, pole teada, kas sel juhul on riigieelarves muudatuste rakendamise kuludega juba arvestatud või mitte. Näiteks Tarbijakaitseameti esindaja märkis kohtumisel, et nemad tegelikult ei tea täpselt, kuidas oma tegevusi reklaamiseaduse muudatuste jõustumise korral planeerida ning millist ressurssi see nõuab. Kaubanduskoda on seisukohal, et ilma toimiva järelevalveta ei ole eelnõuga kavandatavaid reklaamipiiranguid ja nõudeid võimalik efektiivselt rakendada. Selleks tuleb vahendid planeerida ning anda aeg rakendamist ette valmistada. Meie arusaama kohaselt seda täna tehtud ega kavandatud ei ole.

5. Eelnõu § 1 punktiga 5 lisatakse alkoholiseadusesse kohaliku omavalitsuse (KOV) õigus *piirata alkohoolse joogiga kauplemise aega toidlustusettevõttes korrakaitseaduse § 56 lõikes 2 sätestatud ajavahemikus avaliku korra kaitseks.*

Kaubanduskoja arvates ei ole sõnastusest aru saada piirangu ulatus ja puudub selgus, kuidas on tagatud, et nende õiguste rakendamisega ei hakka KOV kahjustama ettevõtlusvabadust. Toidlustusettevõtetes alkoholimüügi piirangu kehtestamiseks on võimalused olemas ka juba kehtivas õiguses ja seega ei pruugi olla vajadust anda kohalikele omavalitsustele alkoholiseaduse kaudu täiendavaid õiguseid alkoholimüügi piiramiseks. Näiteks on kohalikul omavalitsusel planeerimisseadusest tulenevalt õigus ja võimalus kehtestada üldplaneeringuid ja nende alusel teemaplaneeringuid, mille kaudu saaks vajadusel seada ka alkoholipiiranguid. See on olemasoleva ja õiguskindel viis sarnaste piirangute seadmiseks.

Alkoholiseaduse §-i 42 sõnastuses ning eelnõuga lisatavas täienduses viidatakse piirangute kehtestamise võimalusele „müügikohtades“ ja „toidlustusettevõtetes“. Kaubanduskoja hinnangul võimaldab taoline sõnastus seada piiranguid konkreetsete ettevõtete põhised ja see võib kaasa tuua kauplejate ebavõrdse kohtlemise. Seetõttu on **Kaubanduskoda seisukohal, et kohaliku omavalitsuse territooriumil peaks võimalikud alkoholipiirangud kehtima piirkonnapõhiselt ja seda saaks teha näiteks teemaplaneeringute abil.** Nii on paremini maandatud risk, et kohalik omavalitsus asuks alkoholimüügi piirangute kehtestamise õigust kuritarvitama või ettevõtlusvabadust kahjustama. Planeeringu kehtestamise protseduurid tagavad ka täna kõikide osapoolte tasakaalustatud kaitse ja minimeerivad võimalike kohtuvaidluste tõenäosust. Juhul kui omavalitsustele antakse piirangu seadmise õigus eelnõus kavandatud kujul, siis võib ennustada, et see toob kaasa kohtuvaidluseid, kuna omavalitsus ei pruugi osata eelnevalt kõiki proportsionaalsuse aspekte kaaluda.

Loodame, et Kaubanduskoja märkusi ja täiendavaid ettepanekuid on võimalik eelnõu edasisel menetlemisel arvesse võtta.



EESTI  
KAUBANDUS-  
TÖÖSTUSKODA

Lugupidamisega

/allkirjastatud digitaalselt/  
Mait Palts  
Peadirektor

Koostanud: Kadi Laanemäe [kadi.laanemae@koda.ee](mailto:kadi.laanemae@koda.ee) 604 0071