



JUHEND ALKOHOLSETE JOOKIDE  
JAEKAUBANDUSE MÜÜGIKOHAS  
VÄLJAPANEKUKS JA REKLAAMIKS

November 2018

# EESSÕNA

Käesoleva juhendi koostamiseks kohtus perioodil jaanuar-juuni 2018 töörühm, kuhu kuulusid Kaupmeeste Liidu, Sotsiaalministeeriumi, Tarbijakaitseameti ning Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi esindajad. Juhendi sisu vastavusele 20.12.2017 vastu võetud alkoholiseaduse ja reklaamiseaduse muudatustega on oma nõusoleku ja heakskiidu andnud Sotsiaalministeerium ja Kaupmeeste Liit. Tarbijakaitseamet ei ole andnud kinnitust, et järelvalvetoimingutes lähtutakse antud juhendist.

Kaupmeeste Liit on iseseisvalt andnud välja Juhendi lisa 1 praktiliste näidetega seadusesätete tõlgendamise kohta. Lisa 1 ei oma riigiasutuste kinnitust ega ametlikku heakskiitu.

Juhend on vastu võetud ja avaldatud novembris 2018.

## SISUKORD

EESSÕNA .....	2
1. Juhendi eesmärk, sisu ja kohaldamisala .....	3
2. Õiguslik alus.....	3
3. Alkoholiseaduse nõuete selgitused.....	6
3.1. Alks § 40 (12) alkoholised joogid tuleb kaupluses paigutada teistest kaupadest eraldi .....	6
3.2. Alks § 40 (1 <sup>3</sup> ) alkoholsete jookide väljapanek ei tohi olla märgatavalt nähtav väljastpoolt müügikohta.....	9
3.3. Alks § 40 (21) alkohoolse joogi esitlus on lubatud alkohoolse joogi müügile spetsialiseerunud müügikohas, messil, laadal või muul samalaadsel üritusel, välja arvatud peamiselt lastele suunatud ürituse toimumise paigas selle ürituse toimumise ajal. ....	9
4. Reklaamiseaduse nõuete selgitused.....	9
4.1. Reklaam kataloogides, kliendilehes, tootepakkumistes, hinnakirjas.....	10
4.2. Alkoholireklaamis on lubatud näidata serveeringut, aga mitte serveerimist.....	10
4.3. Alkoholsete jookide reklaam kaupluse sise-ekraanidel.....	10
4.4. Joogisoovitused retseptide kõrval.....	11
4.5. Kaupluse alkoholiosakonna ilupildid ja kliendilehe kujunduselemendid .....	11
4.6. Piirangud alkoholimüügile e-poes ja veebilehel.....	11
4.7. Pakendid ja hooajalised tooted .....	12
4.8. Internet ja sotsiaalmeedia .....	12
5. Lisa 1.....	13

## **1. JUHENDI EESMÄRK, SISU JA KOHALDAMISALA**

Juhendi eesmärk on hõlbustada 20.12.2017 vastu võetud alkoholiseaduse ja reklaamiseaduse muudatuste rakendamist, andes selgitusi alkoholsete jookide reklaami ning jaekaubanduse müügikohas väljapaneku kehtestatud piirangute kohta.

Juhendi rakendamisel tuleb silmas pidada, et järelevalveasutus hindab iga üksikjuhtumit eraldi ning üksikjuhtumite puhul võivad esineda asjaolud, mida antud juhendit koostades pole ette nähtud ning mis muudavad seaduse tõlgendamise konteksti. Seaduse tõlgendamisel ja rakendamisel on oluline silmas pidada seaduse eesmärki.

Alkoholsete jookide reklaami ning müügikohas väljapaneku piiramise eesmärk on vähendada alkoholi eksponeeritust avalikus ruumis, kaitstes eelkõige alaealisi ning teisi haavatavaid grupe (s.h alkoholisõltlasi), vähendades nende vältimatut kokkupuudet alkoholi ja selle reklaamiga.

## **2. ÕIGUSLIK ALUS**

Käesoleva juhendi koostamisel on lähtutud alkoholiseaduse ja reklaamiseaduse alljärgnevatest sätetest:

### **Alks § 40:**

(1<sup>2</sup>) Alkoholised joogid tuleb kaupluses paigutada teistest kaupadest eraldi. Alkoholseid jooke ei tohi paigutada nii, et tarbija puutuks kaupluse külastamisel nendega vältimatult kokku, ning alkoholsete jookide väljapanek ei tohi olla märgatavalt nähtav ülejäänud müügisaalist, välja arvatud juhul, kui nende nõuete täitmine ei ole müügisaali suurusel tulenevalt mõistlikult teostatav.

(1<sup>3</sup>) Alkoholsete jookide väljapanek ei tohi olla märgatavalt nähtav väljastpoolt müügikohta.

(2<sup>1</sup>) Alkoholse joogi esitus on lubatud alkoholse joogi müügile spetsialiseerunud müügikohas, messil, laadal või muul samalaadsel üritusel, välja arvatud peamiselt lastele suunatud ürituse toimumise paigas selle ürituse toimumise ajal. Alkoholse joogi esitus on lubatud kaupluse alkoholimüügi alal, kui alkoholse joogi esitus ei ole märgatavalt nähtav ülejäänud müügisaalist.

[RT I, 09.01.2018, 2 - jõust. 01.06.2019]

### **Reklaamiseadus § 28:**

(1) Alkoholi reklaam võib sisaldada üksnes toote:

1) nime;

- 2) liiki;
- 3) tootja nime;
- 4) kaubamärki;
- 5) päritolumaad;
- 6) geograafilist piirkonda;
- 7) etanoolisisaldust mahuprotsentides;
- 8) müügipakendi kujutist;
- 9) omadusi (värvus, aroom, maitse);
- 10) serveeringut.

(2) Alkoholi käsitatakse alkoholiseaduse tähenduses. Müügipakendit käsitatakse pakendiseaduse tähenduses.

(3) Alkoholi reklaamis sisalduv teave peab olema esitatud tootekeskselt ja neutraalselt. Reklaamis esitatava teabe heliline ja visuaalne kujundus ei tohi:

- 1) sisaldada elusolendit, tema pilti ega kujutist mis tahes viisil, välja arvatud isiku häält;
- 2) sisaldada eluta asja animeeritud kujutist;
- 3) kutsuda üles alkoholi ostma või tarbima;
- 4) kujutada alkoholi serveerimist või tarbimist;
- 5) seostada alkoholi tähtpäeva, sündmuse, tegevuse või aastaajaga;
- 6) jätta muul moel muljet, et alkohol on loomulik osa elust ja alkoholitarbimisel on positiivne mõju;
- 7) seostada alkoholi sõidukijuhtimisega;
- 8) rõhutada suurt etanoolisisaldust kui alkoholi positiivset omadust;
- 9) matkida üldtuntud isiku või tegelase, samuti peamiselt lastele suunatud filmi, televisiooni-, muusika- ja meelelahutussaate või ürituse kaudu tuntud isiku või tegelase häält.

(4) Alkoholi reklaam peab sisaldama hoiatavat teksti: „Tähelepanu! Tegemist on alkoholiga. Alkohol võib kahjustada teie tervist.” Hoiatava teksti esitamiseks valitakse selline kirja tüüp,

suurus ja värvus, mis muudab selle tavalise tähelepanu juures märgatavaks, arusaadavaks ning muust teabest selgelt eristatavaks. Trükireklaamis esitatakse tervisehoiatus valgel taustal musta värvi tekstina ning hoiatuse pindala koos taustaga peab moodustama vähemalt 20 protsenti reklaami kogupinnast.

(5) Alkoholi telereklaami lõpus esitatakse käesoleva paragrahvi lõikes 4 sisalduv tekst horisontaalse üle ekraani tekstina mõistliku aja jooksul ning loetakse samal ajal ette tavalise kõne kiirusega.

(6) Alkoholi raadioreklaami lõpus loetakse käesoleva paragrahvi lõikes 4 sisalduv tekst ette mõistliku aja jooksul tavalise kõne kiirusega. (7) Alkoholi reklaam on keelatud:

1) koolieelse lasteasutuse, põhikooli, gümnaasiumi, kutseõppeasutuse, huvikooli, noortekeskuse, noorteühingu, noorte püsilaagri ja noorte projektlaagri kasutuses olevas ehitises, välja arvatud õppe- ja kasvatustöövälisel ajal, millal seal toimub üritus täisealiste;

2) sportimiseks ettenähtud ehitises, välja arvatud alkohoolse joogi müügikohas;

3) tervishoiu- ja hoolekandenasutuse ehitises;

4) Kaitseväge, Kaitseliidu ja politsei ehitises;

5) kinnipidamisasutuse ehitises;

6) kino, muuseumi ja etendusasutuse ehitises, 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) peamiselt lastele vaba aja veetmiseks ettenähtud kohas;

10) tele- ja raadioprogrammis kella 7.00-st kuni 22.00-ni;

11) jaekaubanduses müügiks pakutaval või teeninduses laenutataval videokassetil, DVD-l, laserplaadil või mõnel muul andmekandjal ja selle pakendil;

12) ajalehe ja ajakirja ning nende lisaväljaannete esi- ja tagaküljel;

13) välireklaamina;

14) sotsiaalmeedia võrgustikes, välja arvatud alkoholikäitleja veebilehel ja sotsiaalmeedia kontrol.

(8) Keelatud reklaamina käsitatakse:

1) alkoholi seotud eseme või trükise jagamist lastele;

2) kauba või teenuse müügiks pakkumisel ja müügil alkoholi tasuta või tavapärasest jaemüügihinnast madalama hinnaga saamise võimalust;

3) alkoholi ostmisel kauba või teenuse tasuta või tavapärasest jaemüügihinnast madalama hinnaga saamise võimalust;

4) mis tahes tarbijamängu, loteriid või võistlust, mida juhises, kirjelduses, reklaamis või mujal seostatakse alkoholise joogiga või alkoholise joogi kaubamärgiga;

5) alkoholi käitleja poolt sotsiaalmeedias sellise informatsiooni jagamist, mis on loodud tarbijate poolt või sisaldab üleskutset jagamiseks.

(9) Käesoleva paragrahvi lõikes 4 sätestatud ei kohaldata alkoholi tähistamiseks kasutatava kaubamärgi eksponeerimisel alkoholi müügikohas.

(10) 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.

(11) 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.

### **3. ALKOHOLISEADUSE NÕUETE SELGITUSED.**

**3.1. Alks § 40 (12) alkoholised joogid tuleb kaupluses paigutada teistest kaupadest eraldi. Alkoholiseid jooke ei tohi paigutada nii, et tarbija puutuks kaupluse külastamisel nendega vältimatult kokku, ning alkoholsete jookide väljapanek ei tohi olla märgatavalt nähtav ülejäänud müügisaalist, välja arvatud juhul, kui nende nõuete täitmine ei ole müügisaali suurusest tulenevalt mõistlikult teostatav.**

#### **Alkoholised joogid tuleb kaupluses paigutada teistest kaupadest eraldi**

3.1.1. Terminit „müügikoht“ kasutatakse antud sättes kaubandustegevuse seaduse § 2 punkti 8 mõistes ja tähenduses. Müügikoht on koht, kus kaupleja vahetult pakub ja müüb kaupa või pakub ja osutab teenust. Müügikoht on seega kaupluse müügisaal. Müügikohaks ei loeta kaupluse konkreetset riivlit või ala, kus alkoholiseid jooke müüakse. Erandina loetakse eraldi müügikohaks alkoholi müügiala ehk osakonda, mis on füüsiliselt ülejäänud müügikohast/müügisaalist eraldatud/piiritletud (võib kasutada nii vaheseinu kui riivleid vms), kus alkoholsete jookide väljapanek ei ole märgatavalt nähtav (analoogselt eraldi

müügikohale sätestatud nõuetega) ning seal toimub kauba eest tasumine (nt. kaupluse Stockmanni alkoholiosakond Tallinnas oktoobris 2018).

3.1.2. Alkohoolsed joogid tuleb paigutada eraldi teistest kaupadest kõigis kauplustes, olenemata müügikoha suurusest.

3.1.3. Alkohoolsete jookide väljapanek peab olema muust kaubast selgelt eristatav ning ei tohi sisaldada muid müügiartikleid peale alkohoolsete jookide, s.h ei ole alkohoolsete jookide hulka lubatud paigutada alkoholivaba õlut, siidrit ja veini, toonikuid, pudeliavajaid jms. Ühtsesse müügipakendisse pakendatud komplektid, mis koosnevad alkohoolsest joogist ja muust kaubast (nt kinkepakendid ja –korvid), tuleb paigutada alkohoolsete jookide väljapaneku juurde/hulka. Neid tooteid ei ole lubatud müüa mujal müügisaalis.

3.1.4. Alkohoolseid jooke ei tohi paigutada nii, et tarbija puutuks kaupluse küllastamisel nendega vältimatult kokku, ning alkohoolsete jookide väljapanek ei tohi olla märgatavalt nähtav ülejäänud müügisaalist, välja arvatud juhul, kui nende nõuete täitmine ei ole müügisaali suurusest tulenevalt mõistlikult teostatav.

3.1.5. Kauplejale on jäetud vaba valik, mil moel ta antud eesmärgi saavutab. Näiteks on aktsepteeritud lahendus alkohoolsete jookide väljapaneku paigutamine ülejäänud müügisaalist riiulite või vaheseintega eraldatud müügialale.

3.1.6. Alkoholi külmkapis hoides tuleb samuti jälgida nõuet paigutada alkohol teistest kaupadest eraldi. Näiteks ei või üldjuhul samas külmikuriiulis hoida teisi tooteid. Kui alkohol on paigutatud suure külmasüsteemi külmriiulisse, peab ta olema visuaalselt eraldatud teistest toodetest, näiteks riiulist eenduvate vahejagajatega.

3.1.7. Asjaolu, et alkoholi müügiala sisse- ja väljapääsudest möödudes võib klient näha alkohoolsete jookide väljapanekut, ei loeta märgatavalt nähtavuse keelu rikkumiseks eeldusel, et müügiala sisse- ja väljapääsud ei ole suuremad kui kaupluse toimimiseks vajalik/kui antud kaupluses tavapärane. Sisepääsu arvu, laiust, riiulite kõrgust jms juhendis täpselt ei sätestata, kuid nende valimisel peab kaupmees silmas pidama seaduse eesmärki - piirata küllastajate vältimatut visuaalset kokkupuudet alkoholiga. See tähendab, et sisepääsude laius tuleb valida nii väike kui võimalik, kuid siiski piisav, et tagada kaupluseküllastajate mugavus, ohutus ning töötajate võimalus kaubaalustega ja klientidel ostukärudega või ratastooliga vms-ga vabalt ja ohutult manööverdada.

3.1.8. Vältida tuleb alkoholi väljapanekule lisatähelepanu tõmbamist.

3.1.9. Alkoholi müügialal on lubatud vaid alkohoolsete jookide väljapanek, teisi kaupu sinna paigutada ei ole lubatud. Erandina võib alkoholi müügialale paigutada tubakatooteid juhul, kui alkoholi müügiala on eraldatud ülejäänud müügikohast eraldatud/piiritletud (võib kasutada nii vaheseinu kui riiuleid vms) kus tubaka väljapanek ei ole ülejäänud müügikohast/müügisaalist nähtav ja alkohoolsete jookide väljapanek ei ole märgatavalt

nähtav (analoogselt eraldi müügikohale sätestatud nõuetega) ning seal toimub kauba müügiks pakkumine ja kauba eest tasumine.

3.1.10. Alkohooliala märgistamine suunavate siltidega/viitadega on lubatud. Need peavad olema samas stiilis, suuruses muude kaupade müügiala tähistavate suunavate siltidega/viitadega (nt „Piim“, „Maiustused“, „Alkohol“), ega tohi olla silmatorkavamad kui ülejäänud sildid.

**Alkohoolseid jooke ei tohi paigutada nii, et tarbija puutuks kaupluse küllastamisel nendega vältimatult kokku, välja arvatud juhul, kui selle nõude täitmine ei ole müügisaali suurusest tulenevalt mõistlikult teostatav**

3.1.11. Juhul, kui alkohoolseid jooke ei ole lähtuvalt müügisaali suurusest võimalik paigutada eraldi müügialale, võivad alkohoolsed joogid olla paigutatud kõrvuti teiste kaupadega, kuid mitte nendega vaheldumisi/läbisegi. Sarnane kord on kehtinud Tallinna linna territooriumil 2008. aastast.

3.1.12. Kauplustes, kus ei ole müügisaali suuruse tõttu võimalik paigutada alkohoolseid jooke eraldi müügialale, tuleb nende väljapanekul silmas pidada piirangu eesmärki, et kaupluse küllastaja ei puutuks kaupluse küllastamisel vältimatult kokku alkohoolsete jookidega. Alkohoolsed joogid ei tohi olla müügisaali paigutatud silmatorkavalt, eesmärgiga selle abil tarbijaid väljapaneku juurde kutsuda. Müügiprotsessi korraldamisel peab kaupleja kliendi nn käiguteed suunama viisil, et klient ei peaks läbima alkohoolsete jookide väljapanekuala või vahetult mööduma alkohoolsete jookide väljapanekust vajaliku kauba juurde jõudmiseks.

3.1.13. Kui poes pole kõiki võimalusi arvesse võttes võimalik alkoholi teisiti paigutada, võivad alkohoolsed joogid paikneda teisel pool letti müüja seljataga, külmikus või vajadusel müügisaalis euroaluse peal. Iga üksikjuhtu ja mõistlikkust antud olukorras tuleb eraldi hinnata. Kui kaupleja leiab, et kaupluses ei ole mõistlikult võimalik antud piirangut järgida, peab ta olema valmis põhjendama, miks nõude järgmine konkreetses kaupluses oleks kõiki asjaolusid arvesse võttes ebamõistlikult koormav või võimatu. Järelevalveasutus hindab iga juhtumi puhul eraldi, kas antud juhtumi puhul on tegu siinkohal kirjeldatud takistustega ning nõue on täidetud antud olukorras parimal võimalikul moel.

3.1.14. Alkohoolsed joogid võivad olla paigutatud mitmesse kohta kaupluses, kui nende ühte kohta koondamine oleks müügisaali suurusest tulenevalt tehniliselt võimatu, nõuaks ebamõistlikke kulusid või tooks kaasa olulisi riske. Alkoholi paigutamisel mitmesse erinevasse kohta peab arvestama, et järelevalveasutus võib paluda põhjendada, miks on väljapanek just selliselt paigutatud, tegemaks mh. kindlaks, et mitme müügialaga ei ole püütud eirata nõuet paigutada alkohoolsed joogid muudest kaupadest eraldi. Vajaduseta jookide väljapaneku jaotamist mitme müügiala vahel võidakse käsitleda alkohoolsete jookide eraldipaigutamise nõude rikkumisena.



### **3.2. Alks § 40 (1<sup>3</sup>) alkohoolsete jookide väljapanek ei tohi olla märgatavalt nähtav väljastpoolt müügikohta.**

3.2.1. Terminit „müügikoht“ kasutatakse kaubandustegevuse seaduse § 2 punkti 6 mõistes . Müügikoht on koht, kus kaupleja vahetult pakub ja müüb kaupa või pakub ja osutab teenust.

3.2.2. Piirangu eesmärk on piirata alkohoolsete jookide väljapaneku nähtavust väljastpoolt alkohoolsete jookide müügikohta. Eeskätt puudutab muudatus neid kauplusi, kus alkohoolsete jookide väljapanek on nähtav väljaspool müügikohta kas müügikoha sissepääsu, vaateakende , jms kaudu.. Nendes kauplustes tuleb leida võimalus muuta alkohoolsete jookide väljapaneku asukohta müügisaalis, või kui see ei ole võimalik, siis rakendada muid meetmeid(näiteks vitriinide läbipaistmatuks muutmist).

3.2.3. Korrakaitseaduse kohaselt loetakse kaubanduskeskuse vahekoridor avalikuks ruumiks ja seega loetakse „väljaspool müügisaali“ mõiste alla nii kaupluse välisterritoorium kui kaubanduskeskuse vahekoridor.

3.2.4. Eelpool viidatud nõude rikkumiseks ei loeta juhtu, kus alkohoolseid jooke on võimalik näha müügikoha sissepääsu kaudu, kuid seda vaid juhul, kui müügikoha sissepääs on tavasuurusega ja jookide väljapanek ei ole suunatud väljapoole müügikohta.

### **3.3. Alks § 40 (21) alkohoolse joogi esitlus on lubatud alkohoolse joogi müügile spetsialiseerunud müügikohas, messil, laadal või muul samalaadsel üritusel, välja arvatud peamiselt lastele suunatud ürituse toimumise paigas selle ürituse toimumise ajal. Alkohoolse joogi esitlus on lubatud kaupluse alkoholimüügi alal, kui alkohoolse joogi esitlus ei ole märgatavalt nähtav ülejäänud müügisaalist.**

3.3.1. Alkohoolse joogi degustatsioon on lubatud ainult sellisel juhul, kui alkohoolsed joogid on paigutatud eelpool kirjeldatud viisil muust müügisaalist eraldatud müügialale ning alkohoolse joogi esitlus ei ole muust müügisaalist märgatavalt nähtav.

## **4. REKLAAMISEADUSE NÕUETE SELGITUSED**

Reklaamiseaduse nõuete järgimise aluseks on arusaam, millisel juhul on tegu reklaamiga.

Reklaamiseadus defineerib reklaami järgnevalt:

**Reklaamina käsitatakse teavet, mis on avalikustatud üldtajuval kujul tasu eest või tasuta, teenuse osutamise või kauba müügi suurendamise, ürituse edendamise või isiku käitumise avalikes huvides suunamise eesmärgil.**

Juhul, kui toote kohta avaldatakse teavet kauba müügi suurendamise eesmärgil, siis on tegemist reklaamiga ning teabe sisu ja vorm peavad olema kooskõlas RekS §-s 28 sätestatud nõuetega.

Müügikohas on reklaam lubatud, samuti on kauplejal lubatud reklaamida tooteid ja teenuseid väljaspool müügikohta. Sealjuures tuleb arvestada reklaamile kehtestatud nõudeid. Alkoholireklaamis on lubatud kasutada vaid RekS § 28 lg 1 loetletud elemente, alkohoolse joogi reklaam peab olema esitatud neutraalselt ja tootekeskselt.

Kaubanduslik teave on müügikohas antav kauba või selle müügitingimuste kohta käiv kliendile suunatud teave, tegu ei ole reklaamiga ning reklaamiseaduse nõuded ei rakendu.

#### **4.1. REKLAAM KATALOOGIDES, KLIENDILEHES, TOOTEPAKKUMISTES, HINNAKIRJAS**

4.1.1. Nimeliselt saadetud konkreetsele isikule suunatud info avaldamise näol (nimeliselt saadetud kataloogid, kliendilehed, teated, sms-id, e-mailid jne) ei ole tegemist teabe avalikustamisega – seega ei ole tegemist reklaamiga, mistõttu ei kehti ka alkoholi reklaamile kohalduvad piirangud. Kui sama kliendileht või kataloog on kauplusekeskkonnas vabalt kättesaadavaks tehtud või saadetud nn pimepostiga isikustamata kujul, siis see on avalikustatud teave ja tegemist on reklaamiga.

4.1.2. Seaduse kohaselt on lubatud eraldi vahelehtede kasutamine, kus kliendile saadetakse nimeliselt koju kliendileht koos alkoholsete jookide lehega, aga kaupluses on saadaval ainult tavakaupadega kliendileht.

4.1.3. Kauplemiskohas avaldatud teabe puhul tuleb selgeks teha, kas tegemist on reklaami (kas eesmärgiks on kauba müügi suurendamine) või müüdava kauba kohta teabe avaldamisega.

4.1.4. Hinnakiri ei ole reklaam, vaid kaubanduslik teave eeldusel, et hinnakirjas ei tooda konkreetseid tooteid välja eraldi, näiteks teise värvi, fondi või suurusega vms. Hinnakirja kleepimine kaupluse aknale loetakse reklaamiks ning kuna hind ei kuulu alkoholireklaami lubatud elementide hulka, on tegu seaduserikkumisega.

#### **4.2. ALKOHOLIREKLAAMIS ON LUBATUD NÄIDATA SERVEERINGUT, AGA MITTE SERVEERIMIST**

4.2.1. Reklaamiseaduse § 28 lg 1 p 10 kohaselt võib alkoholi reklaam sisaldada toote serveeringut. Sama § lg 3 punkt 4 aga ütleb, et reklaamis esitatava teabe heliline ja visuaalne kujundus ei tohi kujutada alkoholi serveerimist. Alkoholi serveeringuks loetakse visuaali välja valatud joogist, s.t. alkohol on juba serveeritud, joogi kallamise tegevust ei tohi näidata. Joogi koostisosad (jääkuubikud, sidrunilõik jms) loetakse serveeringu osadeks.

#### **4.3. ALKOHOLSETE JOOKIDE REKLAAM KAUPLUSE SISE-EKRAANIDEL**

4.3.1. Sise-ekraanidel kaupluse müügisaalis võib alkoholireklaami näidata tingimusel, et reklaam ei ole suunatud väljapoole müügisaali. Välireklaam on reklaamiseaduse kohaselt avalikus kohas asuv või avalikust kohast jälgitav reklaam. Kuna kaupanduskeskuse koridor on avalik koht, siis on müügikohast kaupanduskeskuse koridori suunatud reklaam on käsitatav välireklaamina, ning seega keelatud.

4.3.2. Sise-ekraanidel võib kuvada ka kaubanduslikku teavet. Kui sortimenti kuvatakse ekraanil ja ühtegi toodet esile ei tõsteta, ei loeta seda üldjuhul reklaamiks ning hinna kuvamine on lubatud. Kui tõstetakse esile konkreetseid tooteid, siis loetakse seda reklaamiks ja hinna kuvamine on keelatud.

## **4.4. JOOGISOOVITUSED RETSEPTIDE KÕRVAL**

4.4.1. Toiduretsept ei kuulu alkoholireklaamis lubatud elementide hulka s.t alkoholset toodet ei ole lubatud reklaamida läbi toiduretsepti. Seetõttu on kaupluses, kaupluse kliendilehes, veebilehel ja mujal avaldatud retseptide puhul oluline silmas pidada, et retsept või joogisoovitus ei kujutaks endast alkoholise joogi reklaami.

4.4.2. Kui retsepti või joogisoovituse komponendiks on konkreetne toode, siis loetakse see pigem reklaamiks. Kui retsept ei ole seostatav konkreetse tootega, vaid soovitatakse tooteliiki (näiteks punane vein, cabernet sauvignon vmt), siis üldjuhul ei ole see reklaam.

4.4.3. Kui kaupluses kohapeal edastatud info toote kohta on käsitletav kasutustingimusena, siis on soovitus tarbida jooki teatud toidu kõrvale lubatud, S.h koos piktogrammiga, näiteks liha või kala pildiga. (Lepingueelse teabega seonduv info on lubatud) Piktogrammi asemel võib olla ka tekst stiilis: „soovitame juua kalaga, juustuga“.

## **4.5. KAUPLUSE ALKOHOLIOSAKONNA ILUPILDID JA KLIENDILEHE KUJUNDUSELEMENDID**

4.5.1. Kaupluse alkoholiosakonnas kuvatud ilupilte (kujunduslikke elemente), kui nad ei ole seostatavad mingi konkreetse toote, tootja või brändiga ja ei õhuta alkoholi ostma või tarbima, ei loeta reklaamiks ja neile ei kehti reklaamiseadusest tulenevad piirangud. Iga üksikjuhtu antud olukorras tuleb eraldi hinnata.

4.5.2. Hooajalise kujundusega kliendilehes võib kliendileht olla näiteks jõulu- või aastalõputeemaline, aga alkoholi reklaamide osa peab olema neutraalne, seostamata alkoholi tähtpäeva, sündmuse, tegevuse või aastaajaga.

4.5.3. Alkoholise joogi kaubamärgi, kui see ei sisalda otsest üleskutset alkoholi tarbida, kasutamine müügikohas on lubatud, näiteks on lubatud kaubamärgiga bränditud külmkapid.

## **4.6. PIIRANGUD ALKOHOLIMÜÜGILE E-POES JA VEEBILEHEL**

4.6.1. Alkoholikäitleja e-pood on käsitletav müügikohana, kui sellelt saab vahetult tooteid osta, s.h kauba eest tasuda. Sel juhul alkoholi kohta kuvatud teavet ei loeta reklaamiks vaid kaubanduslikuks teabeks toote kohta.

4.6.2. Sortimendi kuvamisel e-poes tuleb jälgida, et alkoholised tooted oleksid teistest kaupadest eraldi, st alkoholsete jookide nimetusi ja hindu ei tohiks kuvada teiste toodetega vaheldumisi, kõik alkoholised joogid tuleks esitada e-poe tootekataloogis või hinnakirjas järjest.

4.6.3. Hinnakiri ei ole reklaam, vaid kaubanduslik teave eeldusel, et hinnakirjas ei tooda konkreetseid tooteid välja eraldi, näiteks värviga, suuremalt, teise fondiga vms.

4.6.4. Hinna kuvamine e-poes on jätkuvalt lubatud, kuna kliendil peab olema võimalus tutvuda enne ostu sooritamist ostukorvi maksumusega. Alkoholise joogi hinna kuvamisel ei ole lubatud näidata mitut hinda (nt. enne x eurot, nüüd y eurot).

4.6.5. Juhul, kui alkoholi käitleja veebilehelt ei saa vahetult osta tooteid, siis selline veebileht ei ole käsitatav müügikohana ning alkoholi kohta avalikustatud teave on käsitatav reklaamina, mis peab olema kooskõlas RekS §-s 28 sätestatuga.

4.6.6. Alkoholiseaduse § 43 lg 2 alusel ei ole lubatud alkohoolse joogi müügihinda avaldada selliselt, et tarbijale on samaaegselt nähtavad alkohoolse joogi algne ja uus müügihind.

## **4.7. PAKENDID JA HOOAJALISED TOOTED**

4.7.1. Toote pakendit ja selle kujundust ei loeta reklaamiks. Näiteks „12 iited edition“ pühadetooteid on lubatud, ka pildid nendest on reklaamis lubatud.

4.7.2. Rühmapakendit (näiteks 6-pakki) ei tohi reklaamis kuvada ka siis, kui toode on müügis ainult rühmapakendina, näidata võib vaid müügi pakendit pakendiseaduse tähenduses. Samas, müügikohas olev plakat, millel on multipakk hinnaga, ei pruugi olla reklaam, olenevalt esitlusvormist ja kontekstist (suurusest, sisust, kujundusest, asukohast kaupluses jne). Seda, kas tegu on reklaamiga või tooteinfoga, hindab järelevalveasutus iga kaasuse puhul eraldi ning määravaks kriteeriumiks on infokandja (plakat, silt) tajutav eesmärk – kui esitlusviis jätab mulje, et eesmärk on müügi edendamine, on seaduse kohaselt tegu reklaamiga.

## **4.8. INTERNET JA SOTSIAALMEEDIA**

4.8.1. Alkoholikäitleja, s.h jaekaupleja, võib oma kodulehel või sotsiaalmeedia kontol alkoholireklaami kuvada, seal esitletud reklaam peab vastama kõigile reklaami nõuetele, näiteks ei tohi olla kujutatud inimest jms.

4.8.2. Kogu info, mis alkoholikäitleja veebis ilmub, ei ole käsitletav reklaamina. Näiteks neutraalsed uudised ettevõtte tööst ja tulemustest, ettevõtte töötajate saavutustest jne ei ole reklaam, kui neid uudiseid ei seostata üleskutsetega ettevõtte tooteid osta ja tarbida. See tähendab, et nende uudiste kuvamisel ei kehti samasugused piirangud nagu reklaamile, näiteks võib olla kujutatud inimesi jne.

4.8.3. Reklaamiseaduse § 28 lg 8 p 4 sätestab: „Keelatud alkoholi reklaamina käsitatakse mis tahes tarbijamängu, loteriid, võistlust, mida juhises, kirjelduses, reklaamis või mujal seostatakse alkohoolse joogi või alkohoolse joogi kaubamärgiga.“ Täpsemalt: tarbijamängud, mis on seostatavad alkohoolse joogi või selle kaubamärgiga, on keelatud. Alkoholi on keelatud jagada auhinna või loteriivõiduna. Keelatud on ka mängud, kus küll otseselt alkoholi ei jagata, kuid mäng seostub alkohoolse joogi kaubamärgiga. Kõike eelnevat tuleb rakendada nii veebis ja sotsiaalmeedias kui mujal.

4.8.4. Enne reklaamiseaduse muudatuste jõustumist 1.06.2018 veebi või sotsiaalmeediasse postitatud infot ja reklaami ei pea kustutama ka siis, kui see ei vasta reklaamiseaduse uuele redaktsioonile. Vanade postituste, mis uutele nõudmistele ei vasta, uuesti jagamine on keelatud.

## 5. LISA 1.

Antud lisas on välja toodud näited ja tõlgendused, mille on kokku pannud Kaupmeeste Liidu töögrupi esindajad. Alltoodud tõlgendused ei ole saanud kinnitust teistelt töörühma osalistelt: ministeeriumitelt ega Tarbijakaitseametilt. Näidete näol ei ole tegemist reeglitega ja iga üksikjuhtu hindab Tarbijakaitseamet eraldi. Näidete eesmärk on toetada kaupmeest selgituste ja faktide jagamisel oma valitud lahenduste kaitsmiseks.

### **Juhendi punkt 3.1. Alkohoolseid jooke ei tohi paigutada nii, et tarbija puutuks kaupluse küllastamisel nendega vältimatult kokku, välja arvatud juhul, kui selle nõude täitmine ei ole müügisaali suuruselt tulenevalt mõistlikult teostatav**

Seaduses nimetatud juhuks „kui nende nõuete täitmine ei ole müügisaali suuruselt tulenevalt mõistlikult teostatav“ võiks liigitada situatsioone, kus kaupluses ongi vaid üks liikumistrajektor ning puudub ala, mis jääks sellest kõrvale (nt väikesed ruudukujulise liikumisega poed) või kui antud nõudele vastavuse saavutamiseks vajaliku ümberpaigutamise tulemusena jääks osa müügisaali pinnast kasutamata või tekiks kaupluses liiga vähe ja/või kitsad käiguteed, mis võivad töötajatele või klientidele ohtlikuks osutada, või kaasnevad ebamõistlikult suured kulud, näiteks külmatehnika ümberpaigutamine või suured ümberehitustööd.

### **Juhendi punkt 3.1. Alkohol ei tohi olla muust müügisaalist märgatavalt nähtav, välja arvatud juhul, kui selle nõude täitmine ei ole müügisaali suuruselt tulenevalt mõistlikult teostatav**

Seaduse mõtte alkoholi mittenähtavuse kohta mõistlikkuse piires loetakse täidetuks, kui kaupluse ümberplaneerimisega kaasneksid kauplusele ebamõistlikult suured kulutused (nt külmatehnika ümbertõstmise ja/või hoone ümberehitus).

Spetsialiseerunud alkoholipoodide puhul tuleb kogu müügisaali käsitleda alkoholsete jookide väljapanekuna. Nähtavuse piirangut spetsialiseerunud alkoholipoodides ei rakendata. Samas tuleb ka spetsialiseeritud poodides paigutada alkohol muudest kaupadest eraldi. Näiteks juustu ja veini ei tohi panna riiulisse läbiseigi.

Spetsialiseerunud alkoholipoeks loetakse poodi, mille sortimendist valdava osa moodustavad alkohoolsed joogid. Väikesed butiigid, kus müüakse näiteks juustu, sinki, oliive ja veine, on vajalik hinnata kas tavakaupluseks või spetsialiseeritud alkoholikaupluseks.

### **Juhendi punkt 4.2. Alkoholireklaamis on lubatud näidata serveeringut, aga mitte serveerimist.**

Serveeritud jook klaasis on lubatud, jääkuubikud koos joogiga klaasis on lubatud, laud, millel klaas seisab on lubatud (see tähendab, et taust võib pildil olla). Samas näiteks juust või toonik on eraldi tooted, mis ei tohi olla koos alkoholiga reklaamfotol.

Kui alkoholi näidatakse serveerituna, siis ei tohiks pildil meeleolu loomiseks ja assotsiatsioonide loomiseks asetada serveeringu kõrvale näiteks kaneelikoort, maasikat või muud, mis viitaks maitsele. Kui sellised elemendid on serveeringu osad, siis on see lubatud.

Näiteks kui on kirsiviin, siis kirss tohib olla klaasi sees, osa serveeringust, mitte klaasi kõrval. Lubatud on serveeringu osad ehk elemendid, mis käivad joogiga kokku. Näiteks on klaasi sees või selle küljes.