

Mis on reklaam?

Tasu eest või tasuta avalikustatud teave kauba või teenuse müügi suurendamise, ürituse edendamise või isiku käitumise avalikes huvides suunamise eesmärgil.

Mis ei ole reklaam?

Kauba müügi või teenuse osutamise kohas kauba või teenuse müügitingimuste kohta antav teave.

Müügikoha tähistus (nimi, liik, kauba müügi või teenuse osutamise aeg, isiku nimi, kaubamärk ja domeeninimi).

Pakendi märgistus.

Majandus- või kutsetegevuses kasutatava sõiduki tähistus (nimi, kontaktandmed, kaubamärk, domeeninimi ja tegevusala).

Sponsorteave (sponsori nimi, kaubamärk, teave tema antud toetuse kohta).

Reklaam peab olema selgelt eristatav muust teabest.

Nt sotsiaalmeedias võib kasutada **#reklaam**.

Reklaamist peab selguma reklaami tellija.

Reklaami eest vastutavad nii tellija, teostaja kui ka avalikustaja.

Jätkureklaami puhul peab reklaami tellija selguma hiljemalt 15 päeval reklaami esimese etapi avalikustamisest arvates.

Reklaam ei tohi eksitada

Reklaam ei tohi eksitada ega tõenäoliselt eksitada inimesi, kelleni see jõuab, ega mõjutada tema majanduskäitumist eksitamise tõttu.

Reklaam ei tohi olla eksitav ka tellija konkurenti kahjustavalt.

Võrdluse kasutamine reklaamis

Reklaam on võrdlev, kui:

- viidatakse konkurendile;
- viidatakse konkurendi pakutavale kaubale või teenusele;
- viidatakse kõigile kaubaturu konkurentidele kasutades oma kauba või teenuse kirjeldamiseks absoluutväiteid, nt kõige soodsam hind, kõige kiirem internet.

Võrdlus peab põhinema võrreldava kauba või teenuse ühel või mitmel **asjakohasel, olulisel ja tõendataval tunnusel**, mille hulgas võib olla ka hind.

Reklaam ei tohi:

- esitada vale- ega tõendamata väiteid, näiteks viidata reklaamitava keskkonnasõbralikule omadusele ja esitada ravivaid väiteid, kui tegemist pole ravimiga;
- kasutada ära õnnetusjuhtumi või eriolukorra mõju isiku otsustusvõimele;
- tugineda inimeste ebausul või kasutada ära sihtgrupi vanusest tulenevat kergeusklikkust;
- alavääristada või halvustada isikut, tema nime, kaubamärki, geograafilist tähist, tegevust, tegevusala, kaupa, teenust ega üritust;
- alavääristada üht sugu, sh kujutada üht sugupoolt domineeriva või allutatuna ning kujutada isikuid seksuaalobjektina;
- sisaldada sobimatut alastust;
- kasutada seksuaalse alatooniga väljendeid ja kujundeid;
- kujutada seksuaalakti;
- kutsuda käituma õigusvastaselt, vägivaldselt või rikkuma moraalinorme, sh õhutada vägivallla kasutamist.

Reklaami koopia säilitamine

Reklaami avalikustaja peab säilitama reklaami koopiat vähemalt **20 päeva reklaami viimasest avalikustamisest arvates**.

Isiku ja omandi kaitse reklaamis

Isiku või tema omandi reklaamis kasutamiseks on vaja kirjalikku nõusolekut, lapse puhul tema vanema kirjalikku nõusolekut.