SUUNANÄITAJA

Suunanäitaja – kaupleja õigused ja kohustused tarbijalemüügil

30.03.2023

Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Amet

SUUNANÄITAJA

Kaasfinantseerib Euroopa Liit

Päevakava

10:00 – 10:20 Kogunemine, päeva lühitutvustus
Aap Andreas Rebas, TTJA kommunikatsiooninõunik

10:20 – 11:00 Nõuded reklaamile ja tarbijamängule
Diana Lints, TTJA infoühiskonna talituse reklaami ekspert

11:00 – 11:50 Nõuded allahindlustele ja hinna kuvamisele
Martin Simmermann, TTJA ettevõtluse osakonna jurist

11:50 – 12:20 PAUS

12:20 – 13:10 Poolte õigused ja kohustused võlaõigusseadusest tulenevalt
Kristina Tammaru, TTJA tarbijate ja ettevõtjate nõustamise osakonna juhataja

13:10 – 14:00 Tarbijakaebuste kohtuväline lahendamine
Veiko Kopamees, TTJA tarbijavaidluste komisjoni sekretariaadi juhataja

14:00 Päeva kokkuvõte ja koolituse lõpp

Küsimusi palume esitada iga ettekande lõpus.

Ettekannete ajal saab soovi korral küsimusi esitada Slido keskkonnas:

www.slido.com või sli.do, kood #2541008

SUUNANÄITAJA

PA-PA-PA PALJU REKLAAMI

Diana Lints
infoühiskonna talituse reklaami ekspert

SUUNANÄITAJA

Mis on reklaam?

Reklaami mõiste

Reklaam on teave, mis on **avalikustatud** mis tahes üldtajutaval kujul, **tasu eest või tasuta**, teenuse osutamise või kauba müügi suurendamise, ürituse edendamise või isiku käitumise avalikes huvides suunamise **eesmärgil.**
(RekS 2 lg 1 p 3)

Seaduses on loetletud välistused, mida reklaamina ei käsitata.
(RekS § 2 lg 2)

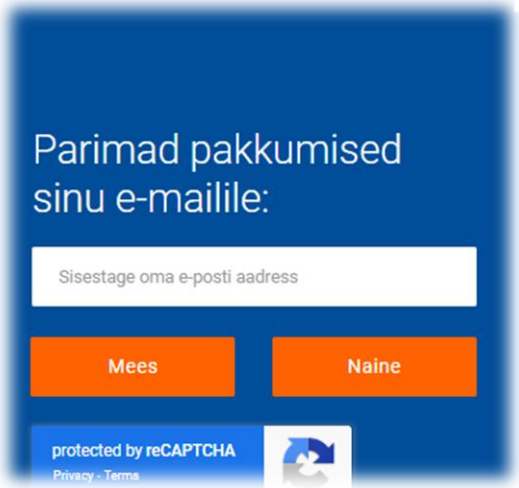
Reklaam

ON

- telereklaam
- raadioreklaam
- välireklaam
- digireklaam
- trükireklaam
- sotsiaalmeedia reklaam
- sotsiaalmeedia postitused
- sisuturundus

EI OLE

- müügikohas antav teave toote või teenuse kohta
- müügitingimused
- müügikoha tähistus
- sõiduki tähistus
- märgistus müügipakendil
- sponsorteave
- otsepost



Uudiskirja saajate hulgast lahkumiseks klõpsa siia.

Ei soovi rohkem kirju saada? Kliki siia.

Ei näe kirja korrektselt? Kliki SIIA!

Sisesta oma e-mail

LIITU UUDISKIRJAGA

Loobu teate saamisest

Uudiskirja tellimine Sisesta oma e-posti aadress Telli

Kui Te edaspidi ei soovi saada seda uudiskirja siis vajutage siia.

SUBSCRIBE

It would be easier to advertise alcohol if you signed up. Thanks.

Your Email OK

SUUNANÄITAJA

Kohtupraktika

Riigikohtu lahend 3-1-1-82-04

Plakatil lause „Heade soovidega uueks aastaks“ koos „Casino V“ logoga.

Koos uusaastatervituste edasiandmisega tutvustatakse ka „Casino V“ kaubamärki, kusjuures koosmõjus uusaastasoovidega kujundatakse inimestes positiivset suhtumist mainitud kaubamärgi all tegutsevate hasartmängu kohtade suhtes.

Sellise plakati avalikustamise eesmärgiks on teenuse müügi suurendamine, mistõttu on tegemist reklaamiga.

Riigikohtu lahend 3-3-1-7-16

Kaupleja vaateaknal järgmised kleebised: "Kodukaubad. Toidukaubad. Tubakas. Alkohol".

Sellisel kujul kaupluse märgistamisel ei saa olla muud eesmärki peale kaupluse nähtavamaks tegemise, mis omakorda teenib jaekaubanduses paratamatult kauba müügi suurendamise eesmärki.

Olukorras, kus kaupluse vaateaknale on kleebitud üksnes sõnad "Kodukaubad. Toidukaubad. Alkohol. Tubakas", saab tarbija sellest järeldada üksnes seda, et tegemist on neid kaubagruppe pakkuva kauplusega, mistõttu on jätkuvalt tegemist majandus-tegevuse koha liigi tähistamisega.

Kui on reklaam?

Reklaamiseadus

- Üldnõuded reklaamile
(põhinõuded, eksitava reklaami keeld, võrdluse kasutamine reklaamis, lastele suunatud reklaam)

- Kaubad ja teenused, mille reklaam on keelatud
(tubakatooted, relvad, tervishoiuteenused)

- Kaupade ja teenuste reklaami piirangud
(alkohol, finantsteenused, hasartmängud)

Üldnõuded reklaamile

Reklaamiseaduse 2. peatükk

Reklaami põhinõuded (RekS § 3)

Reklaam peab tavalise tähelepanu korral olema **selgelt eristatav muust teabest** ning selle sisu, kujundus ja esitlusviis peavad tagama arusaamise, et tegemist on reklaamiga (lg 1).

Reklaamis peab selgelt eristatavalt **sisalduma reklaami tellija** nimi, tema registreerimisel olev või registreeritud Eesti või Euroopa Ühenduse kaubamärk või domeeninimi (lg 2).

Eraldi etappidena avalikustatud reklaamile kohaldatakse kohustust näidata reklaamis selgelt reklaami tellijat 15. päevast reklaami esimese etapi avalikustamisest arvates (lg 3).

→ Põhinõuetele peavad vastama KÕIK reklaamid!

Reklaam ei tohi (§ 3 lg 4 punktid 1-20):

1) olla vastuolus heade kommete ja tavadega;

2) kutsuda üles käituma õigusvastaselt või rikkuma üldisi moraalinorme, õigustada õigusrikkumist ega alavääristada õiguskuulekat käitumist;

3) kutsuda üles vägivaldsele käitumisele ega õhutada vägivalla kasutamist;

4) kutsuda üles inimese tervist ega keskkonda kahjustavale tegevusele;

5) soodustada reaalsusele mittevastava ohutustunde tekkimist või ohtlikku käitumist;

6) kutsuda üles avalikku korda ega riigi julgeolekut ohustavale tegevusele, samuti toetada ega soodustada nimetatud tegevust;

7) kasutada ära õnnetusjuhtumi või eriolukorra mõju isiku otsustusvõimele;

8) tugineda inimeste ebausul ega kasutada ära reklaami sihtgrupi vanusest tulenevat kergeusklikkust;

9) otseselt ega kaudselt alavääristada või muul viisil halvustada isikut, tema nime, kaubamärki, geograafilist tähist, tegevust, tegevusala, kaupa, teenust ega üritust;

10) sisaldada halvustamist ega diskrimineerimist rahvuse, rassi, vanuse, nahavärvuse, soo, keele, päritolu, usutunnistuse, poliitilise ega muu veendumuse tõttu, samuti varalise, sotsiaalse seisundi ega muude asjaolude tõttu;

Reklaam ei tohi (§ 3 lg 4 punktid 1-20):

11) esitada valeteavet;

12) otseselt ega kaudselt sisaldada tunnust, mis on üldtuntud kui teist isikut, kaupa või teenust muudest samalaadsetest eristav tunnus, kui teise isiku, kauba või teenuse reklaam on antud ajal, kohas või viisil keelatud;

13) sisaldada teise isiku, kauba või teenuse reklaami, kui sellise isiku, kauba või teenuse reklaam on antud ajal, kohas või viisil keelatud;

14) jätta muljet, et esitataval teabel on teaduslik alus, kui see tegelikult puudub;

15) sisaldada sõnu „keskkonnasõbralik” ja „ökoloogiliselt ohutu” ning muid sama tähendusega sõnu või väljendeid, kui puudub sellekohane tõendusmaterjal;

16) väita ega jätta muljet, et kaubal või teenusel on eriomadused, kui sellised omadused on iseloomulikud kõigile samalaadsetele kaupadele või sama liiki teenustele;

Reklaam ei tohi (§ 3 lg 4 punktid 1-20):

17) viidata kauba või teenuse haigust, talitlushäireid ega väärarendeid ravivale, leevendavale või tõkestavale omadusele, välja arvatud seaduses sätestatud juhtudel;

Ravimireklaam on reguleeritud ravimiseaduses (§ 82 jj).

Registreeritud ravimid leiab Ravimiregistrist https://www.ravimiregister.ee/

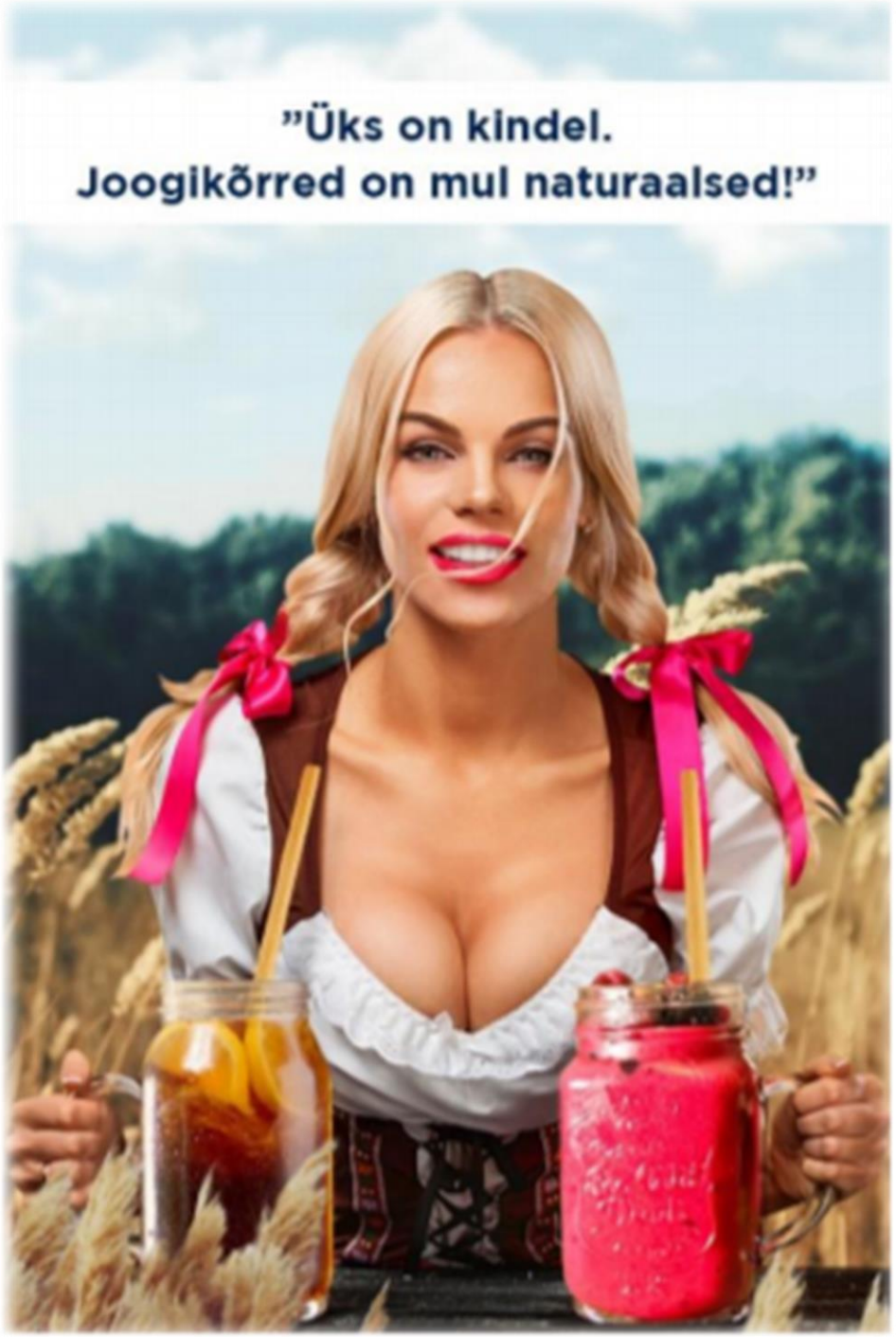
→ Kui reklaamitakse ravimina registreeritud toodet, siis kohalduvad ravimireklaamile ravimiseaduses sätestatud nõuded.

Reklaam ei tohi (§ 3 lg 4 punktid 1-20):

18) eirata soolise võrdõiguslikkuse põhimõtet soolise võrdõiguslikkuse seaduse mõistes, alavääristada üht sugu ega kujutada üht sugupoolt domineeriva või allutatuna;

19) kujutada isikuid seksuaalobjektina, sisaldada sobimatut alastust ega kasutada seksuaalse alatooniga väljendeid ja kujundeid;

20) kujutada visuaalselt ega heliliselt seksuaalakti.



Mis vajaks Sinu kodus
väljavahetamist,
madrats või naine ...
või hoopis midagi muud?

Vaata lahendust siit

SUUNANÄITAJA »»

Eksitava reklaami keeld (§ 4)

Reklaam, mis ükskõik millisel viisil **eksitab või tõenäoliselt eksitab** isikuid, kellele see on suunatud või kelleni see jõuab, ja mis oma eksitava iseloomu tõttu **võib mõjutada nende isikute majanduskäitumist** või nimetatud põhjustel **kahjustab või võib kahjustada** reklaami tellija konkurenti, on keelatud (lg 1).

Eelkõige loetakse reklaam eksitavaks siis, kui see annab eksitavat teavet kaupa, teenust, kauba müüki või teenuse osutamist iseloomustavate järgmiste **asjaolude kohta** (lg 2):

1) kättesaadavus, kogus, koostis, kasutamiskõlblikkus, lisatarvikute olemasolu, tehnilised andmed, kasutamise ja hoidmisega seotud riskid, sealhulgas keskkonnaohutus, valmistamise, varumise või osutamise viis ja aeg, tootmispaik või päritolumaa;

2) kasutusotstarve ja kasutamisest saadav tulu;

3) hind ja hinna tasumise tingimused;

4) vahetamise, tagastamise, remondi, hoolduse ja garantii tingimused;

5) kauba tootja või teenuse osutaja isik, tema tegevusala ja kvalifikatsioon, kuulumine ametiliitudesse ja organisatsioonidesse, käitumiskoodeksite järgimine, intellektuaalse omandi õigused, ametlik tunnustus, medali, auhinna ja diplomiga autasustamine, keskkonda säästev tegevus ning avalike ja heategevate ürituste toetamine või muu sponsorlus.

Loomanäitus, kuid reklaamitud hiigelpandad olid õhupallid.

Eksitav reklaam, sest olemas tõenäosus, et tarbija teeb pileti ostuotsuse lootuses näha elusaid pandasid.

Püsiklient sai iga kütuseliitri 2,6 senti soodsamalt ning 3% ostusummast kogunes kliendikontole virtuaalraha.

Reklaamist ei selgu täpselt kasu saamise skeem ning reklaami võib mõista ka teisiti, mistõttu hinnati **reklaam eksitavaks**.

SUUNANÄITAJA

Reklaaminõukoja hinnang 03.11.206

Reklaami sõnaline osa:

"Jänes sa pidid see tegan või vegan olema ja ise nüüd pugid siin vorsti. Olengi taimetoitlane, aga tead, põder, Linnamäe täissuitsuvorstid on nii maitsvad, et sobivad isegi veganitele. Vaata ise. No kui nii, siis alates tänasest olen ka mina taimetoitlane. Küsi Linnamäe metsikult maitsvaid suitsuvorste kõikjalt."

Reklaaminõukoda:

Tegemist on arusaadavalt huumoriga, milles esitatakse reklaamile omaseid liialdavaid väiteid. Soovitame reklaamis kasutatud fraasi „sobib isegi veganitele“ asendada fraasiga „maitseb isegi veganitele“. Täiendavalt juhtis nõukoda tähelepanu reklaamis sisalduvale teabele, mille kohaselt sisaldab toode liha, mistõttu ei ole reklaam eksitav.

Võrdlev reklaam (§ 5)

Reklaamis, milles otseselt või kaudselt osutatakse samal kaubaturul tegutsevale konkurendile või konkurendi pakutavale kaubale või teenusele, peab võrdlus põhinema võrreldava kauba või teenuse ühel või mitmel **asjakohasel, olulisel ja tõendataval tunnusel**, mille hulgas võib olla ka hind (lg 1).

Reklaamis sisalduv kauba või teenuse tavapärasest erinevale pakkumisele viitav võrdlus peab sisaldama teavet sellise pakkumise lõppkuupäeva, teenuse kättesaadavuse ning pakkumise muude eritingimuste kohta. Kui reklaami avalikustamisel tavapärasest erinev pakkumine ei ole veel alanud, peab reklaamis sisalduma ka sellise pakkumise alguskuupäev (lg 3).

→ Võrdlevat reklaami on seadusandja soodustanud, sest tarbijale on võrdluse esitamine kasulik.

→ Regulatsiooni eesmärk on kaitsta konkurenti.

Jätkureklaam, hiljem lisati reklaamile ka reklaami tellija.

Kas on võrdlev reklaam?

Kas on maakleri tegevust halvustav reklaam?

NB! Selle reklaami osas on seisukoht veel kujundamisel.

Lapsed reklaamis

Lastele suunatud reklaam (§ 8)

Peab arvestama lapse kehalise ja vaimse eripäraga.

Lastele keelatud kauba reklaami ei tohi suunata lastele.

EI TOHI
- luua muljet, et kauba omamine muudab lapse
- teistest paremaks või halvemaks,
- tekitada alaväärsustunnet,
- üleskutsuda ohtlikule tegevusele,
- last hirmutada,
- ära kasutada lapse usaldust teise isiku (nt vanema, õpetaja) vastu,
- üleskutsuda last teiselt isikult midagi nõudma, õhutada last iseseisvalt tehinguid tegema

Lapse kasutamine reklaamis (§ 9)

Peab olema vanema eelnev kirjalik nõusolek!

Lastele keelatud kauba reklaamis ei tohi last näidata.

Arvestada tuleb lapse kehalise ja vaimse eripäraga.

Põhjendamatult **EI TOHI** last näidata ohtlikus olukorras.

Lugeda mitteoskavale väikelapsele võib selline piltide kombinatsioon seostuda (nõude)pesuainepakendite söömise/joomisega, nii et ta võib kodus pakendit nähes seda toiduks pidada.

SUUNANÄITAJA

Head lapsed, need lähevad kruiisile reklaam võib lapses tekitada alaväärsustunnet.

Kõikidel vanematel ei ole võimalust viia head lapsed kruiisile.

Kas laps, kes kruiisile ei lähe, ei ole olnud hea laps?

Reklaami avalikustaja peab reklaami koopiat säilitama vähemalt 20 päeva reklaami viimasest avalikustamisest!

Reklaami koopia tuleb esitada kontrollimiseks reklaamialase järelevalve teostajale tema esimesel nõudmisel!

(§ 12)

Keelatud reklaam

Reklaamiseaduse 3. peatükk

Keelatud on reklaamida:

- tubakatooteid ja nendega seonduvaid tooteid (§ 17);
  - nikotiinipadjad, e-sigaretid, vesipiibud, filtrid jm tooted ja tarvikud.
- relvasid ja laskemoona (§ 19);
- lõhkematerjali ja pürotehnilisi tooteid, mis on erialateadmisega isikule käitlemiseks (§ 20);
  - tavatarbija pürotehniliste toodete reklaam ei ole keelatud, vaid peab juhtima tähelepanu vajadusele arvestada pürotehnilise toote kasutamisel avalikus kohas käitumise nõudeid
- imiku piimasegu, jätkupiimasegu reklaam on lubatud (§ 23);
  - määruse (EL) nr 609/2013 artikkel 10 p 1 kohaselt tuleb imiku jätkupiimasegu märgistamine, esitlemine ja reklaam vormistada viisil, mis ei pärsi rinnaga toitmist
- pornogaafilise sisuga, vägivalda ja julmust propageerivaid teoseid (§ 24).

Põhiliselt ilutulestiku müügiga tegeleva ettevõtja reklaami on samuti peetud pürotehnilise toote reklaamiks, mis peab juhtima tähelepanu vajadusele arvestada pürotehnilise toote kasutamisel avalikus kohas käitumise nõudeid

Piirangutega reklaam

Reklaamiseaduse 4. peatükk

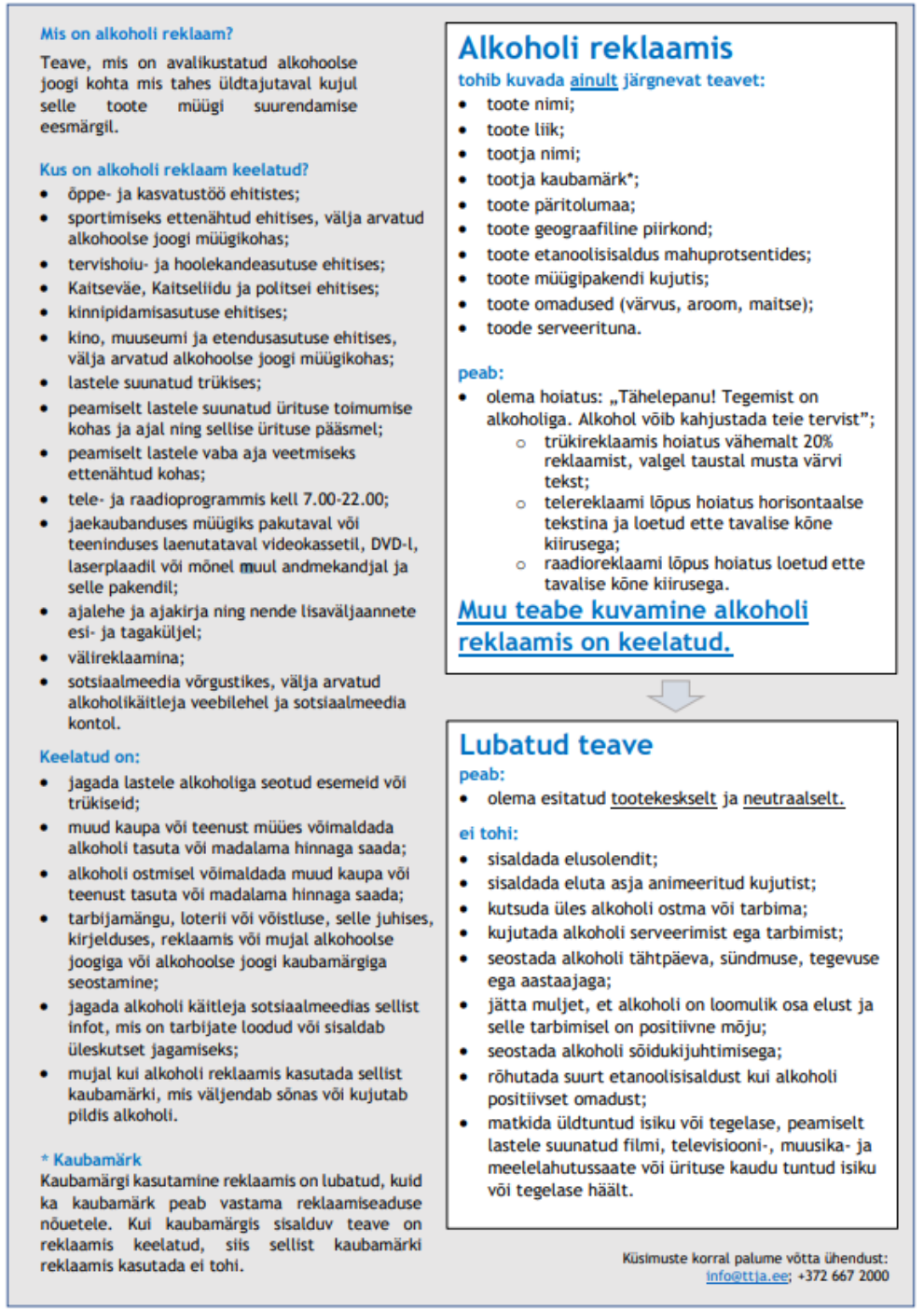
Alkoholi reklaam (§ 28)

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.

Lubatud teave peab olema esitatud tootekeskselt ja neutraalselt!

Alkoholi reklaami meelespea



Mis on alkoholi reklaam?

Teave, mis on avalikustatud alkohoolse joogi kohta mis tahes üldtajutaval kujul selle toote müügi suurendamise eesmärgil.

Kus on alkoholi reklaam keelatud?

- õppe- ja kasvatustöö ehitistes;
- sportimiseks ettenähtud ehitises, välja arvatud alkohoolse joogi müügikohas;
- tervisholu- ja hoolekandeasutuse ehitises;
- Kaitseväe, Kaitseliidu ja politsei ehitises;
- kinnipidamisasutuse ehitises;
- kino, muuseumi ja etendusasutuse ehitises, välja arvatud alkohoolse joogi müügikohas;
- lastele suunatud trükises;
- peamiselt lastele suunatud ürituse toimumise kohas ja ajal ning sellise ürituse pääsmel;
- peamiselt lastele vaba aja veetmiseks ettenähtud kohas;
- tele- ja raadioprogrammis kell 7.00-22.00;
- jaekaubanduses müügiks pakutaval või teeninduses laenutataval videokassetil, DVD-l, laserplaadil või mõnel muul andmekandjal ja selle pakendil;
- ajalehe ja ajakirja ning nende lisaväljaannete esi- ja tagaküljel;
- välireklaamina;
- sotsiaalmeedia võrgustikes, välja arvatud alkoholikäitleja veebilehel ja sotsiaalmeedia kontol.

Keelatud on:

- jagada lastele alkoholiga seotud esemeid või trükiseid;
- muud kaupa või teenust müües võimaldada alkoholi tasuta või madalama hinnaga saada;
- alkoholi ostmisel võimaldada muud kaupa või teenust tasuta või madalama hinnaga saada;
- tarbijamängu, loterii või võistluse, selle juhises, kirjelduses, reklaamis või mujal alkohoolse joogiga või alkohoolse joogi kaubamärgiga seostamine;
- jagada alkoholi käitleja sotsiaalmeedias sellist infot, mis on tarbijate loodud või sisaldab üleskutset jagamiseks;
- mujal kui alkoholi reklaamis kasutada sellist kaubamärki, mis väljendab sõnas või kujutab pildis alkoholi.

*** Kaubamärk**

Kaubamärgi kasutamine reklaamis on lubatud, kuid ka kaubamärk peab vastama reklaamiseaduse nõuetele. Kui kaubamärgis sisalduv teave on reklaamis keelatud, siis sellist kaubamärki reklaamis kasutada ei tohi.

Alkoholi reklaamis

tohib kuvada ainult järgnevat teavet:

- toote nimi;
- toote liik;
- tootja nimi;
- tootja kaubamärk*;
- toote päritolumaa;
- toote geograafiline piirkond;
- toote etanoolisisaldus mahuprotsentides;
- toote müügipakendi kujutis;
- toote omadused (värvus, aroom, maitse);
- toode serveerituna.

peab:

- olema hoiatus: „Tähelepanu! Tegemist on alkoholiga. Alkohol võib kahjustada teie tervist";
  - trükireklaamis hoiatus vähemalt 20% reklaamist, valgel taustal musta värvi tekst;
  - telereklaami lõpus hoiatus horisontaalse tekstina ja loetud ette tavalise kõne kiirusega;
  - raadioreklaami lõpus hoiatus loetud ette tavalise kõne kiirusega.

Muu teabe kuvamine alkoholi reklaamis on keelatud.

Lubatud teave

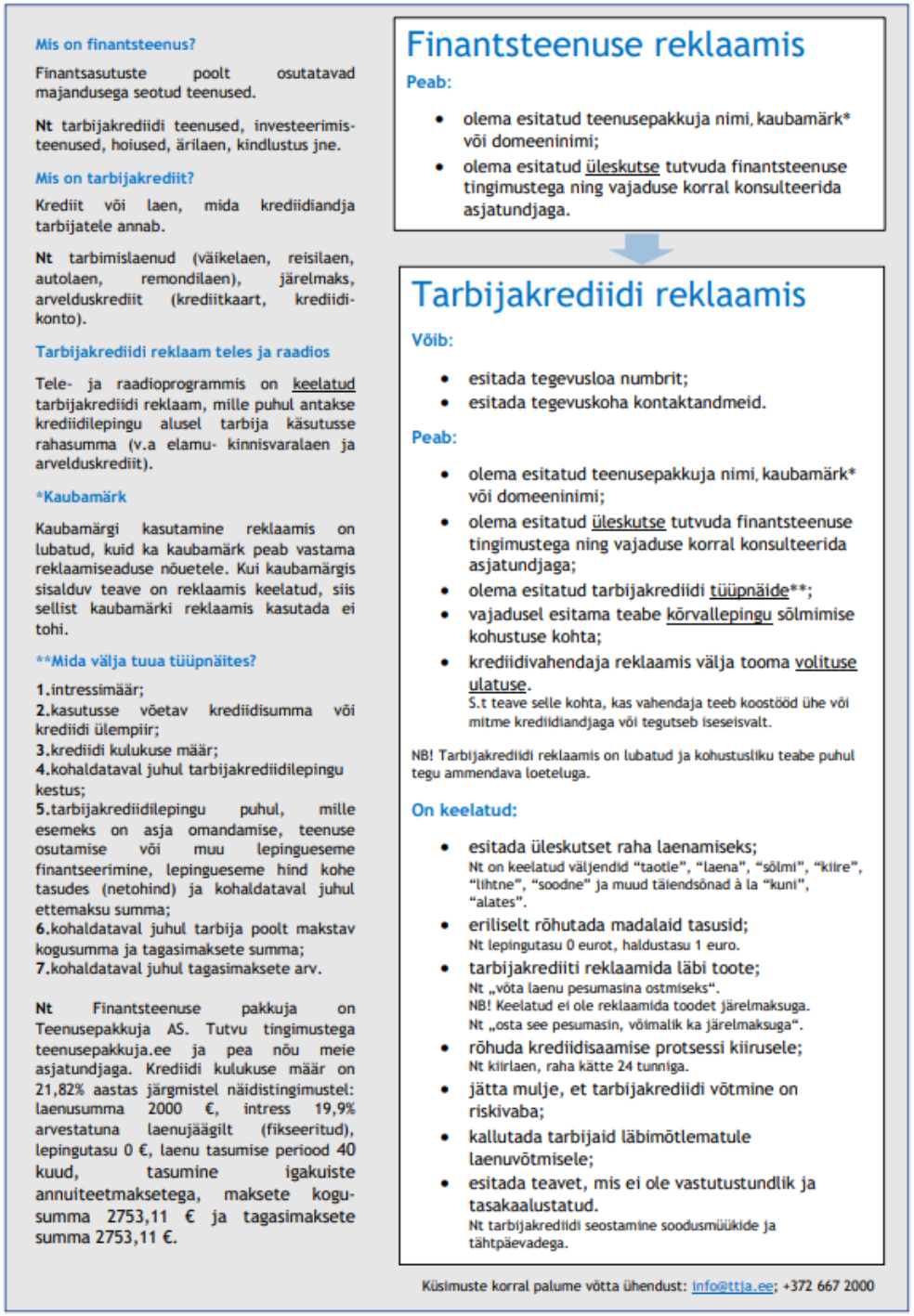
peab:

- olema esitatud tootekeskselt ja neutraalselt.

ei tohi:

- sisaldada elusolendit;
- sisaldada eluta asja animeeritud kujutist;
- kutsuda üles alkoholi ostma või tarbima;
- kujutada alkoholi serveerimist ega tarbimist;
- seostada alkoholi tähtpäeva, sündmuse, tegevuse ega aastaajaga;
- jätta muljet, et alkoholi on loomulik osa elust ja selle tarbimisel on positiivne mõju;
- seostada alkoholi sõidukijuhtimisega;
- rõhutada suurt etanoolisisaldust kui alkoholi positiivset omadust;
- matkida üldtuntud isiku või tegelase, peamiselt lastele suunatud filmi, televisiooni-, muusika- ja meelelahutussaate või ürituse kaudu tuntud isiku või tegelase häält.

Küsimuste korral palume võtta ühendust:
info@ttja.ee; +372 667 2000



Mis on finantsteenus?

Finantsasutuste poolt osutatavad majandusega seotud teenused.

Nt tarbijakrediidi teenused, investeerimis-teenused, hoiused, ärilaen, kindlustus jne.

Mis on tarbijakrediit?

Krediit või laen, mida krediidiandja tarbijatele annab.

Nt tarbimislaenud (väikelaen, reisilaen, autolaen, remondilaen), järelmaks, arvelduskrediit (krediitkaart, krediidi-konto).

Tarbijakrediidi reklaam teles ja raadios

Tele- ja raadioprogrammis on keelatud tarbijakrediidi reklaam, mille puhul antakse krediidilepingu alusel tarbija käsutusse rahasumma (v.a elamu- kinnisvaralaen ja arvelduskrediit).

*Kaubamärk

Kaubamärgi kasutamine reklaamis on lubatud, kuid ka kaubamärk peab vastama reklaamiseaduse nõuetele. Kui kaubamärgis sisalduv teave on reklaamis keelatud, siis sellist kaubamärki reklaamis kasutada ei tohi.

**Mida välja tuua tüüpnäites?

1. intressimäär;
2. kasutusse võetav krediidisumma või krediidi ülempiir;
3. krediidi kulukuse määr;
4. kohaldataval juhul tarbijakrediidilepingu kestus;
5. tarbijakrediidilepingu puhul, mille esemeks on asja omandamise, teenuse osutamise või muu lepingueseme finantseerimine, lepingueseme hind kohe tasudes (netohind) ja kohaldataval juhul ettemaksu summa;
6. kohaldataval juhul tarbija poolt makstav kogusumma ja tagasimaksete summa;
7. kohaldataval juhul tagasimaksete arv.

Nt Finantsteenuse pakkuja on Teenusepakkuja AS. Tutvu tingimustega teenusepakkuja.ee ja pea nõu meie asjatundjaga. Krediidi kulukuse määr on 21,82% aastas järgmistel näidistingimustel: laenusumma 2000 €, intress 19,9% arvestatuna laenujäägilt (fikseeritud), lepingutasu 0 €, laenu tasumise periood 40 kuud, tasumine igakuiste annuiteetmaksetega, maksete kogu-summa 2753,11 € ja tagasimaksete summa 2753,11 €.

Finantsteenuse reklaamis

Peab:

- olema esitatud teenusepakkuja nimi, kaubamärk* või domeeninimi;
- olema esitatud üleskutse tutvuda finantsteenuse tingimustega ning vajaduse korral konsulteerida asjatundjaga.

Tarbijakrediidi reklaamis

Võib:

- esitada tegevusloa numbrit;
- esitada tegevuskoha kontaktandmeid.

Peab:

- olema esitatud teenusepakkuja nimi, kaubamärk* või domeeninimi;
- olema esitatud üleskutse tutvuda finantsteenuse tingimustega ning vajaduse korral konsulteerida asjatundjaga;
- olema esitatud tarbijakrediidi tüüpnäide**;
- vajadusel esitama teabe kõrvallepingu sõlmimise kohustuse kohta;
- krediidivahendaja reklaamis välja tooma volituse ulatuse.
  S.t teave selle kohta, kas vahendaja teeb koostööd ühe või mitme krediidiandjaga või tegutseb iseseisvalt.

NB! Tarbijakrediidi reklaamis on lubatud ja kohustusliku teabe puhul tegu ammendava loeteluga.

On keelatud:

- esitada üleskutset raha laenamiseks;
  Nt on keelatud väljendid "taotle", "laena", "sõlmi", "kiire", "lihtne", "soodne" ja muud tähendsõnad à la "kuni", "alates".
- eriliselt rõhutada madalaid tasusid;
  Nt lepingutasu 0 eurot, haldustasu 1 euro.
- tarbijakrediiti reklaamida läbi toote;
  Nt „võta laenu pesumasina ostmiseks".
  NB! Keelatud ei ole reklaamida toodet järelmaksuga.
  Nt „osta see pesumasin, võimalik ka järelmaksuga".
- rõhuda krediidisaamise protsessi kiirusele;
  Nt kiirlaen, raha kätte 24 tunniga.
- jätta mulje, et tarbijakrediidi võtmine on riskivaba;
- kallutada tarbijaid läbimõtlematule laenuvõtmisele;
- esitada teavet, mis ei ole vastutustundlik ja tasakaalustatud.
  Nt tarbijakrediidi seostamine soodusmüükide ja tähtpäevadega.

Küsimuste korral palume võtta ühendust: info@ttja.ee; +372 667 2000

Finantsteenuse reklaam (§ 29)

Peab olema esitatud **üleskutse** tutvuda finantsteenuse tingimustega ning vajaduse korral konsulteerida asjatundjaga.

Tarbijakrediidi reklaamis tohib esitada ainult seaduses loetletud teavet (§ 29 lg 3). Muu teabe esitamine tarbijakrediidi reklaamis on **keelatud**.

Tarbijakrediidi reklaam peab olema vastutustundlik ning tasakaalustatud (§ 29 lg 7).

Finantsteenuse reklaami meelespea

Hasartmängu reklaam (§ 29²)

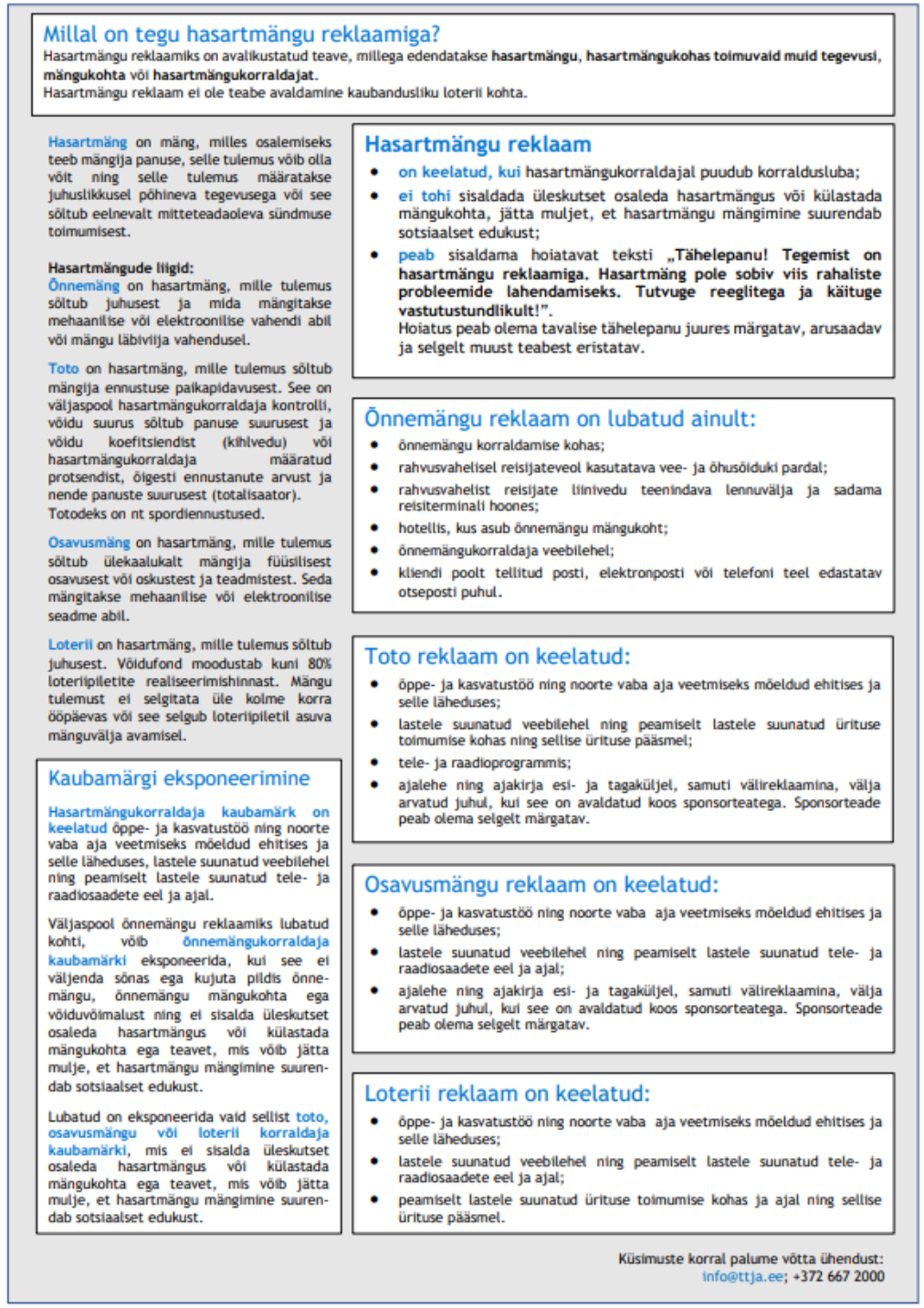
Hasartmängu reklaam **on keelatud**, kui hasartmängukorraldajal puudub hasartmänguseaduse kohaselt nõutav korraldusluba (lg 1).

Peab sisaldama tavalise tähelepanu juures märgatavat, arusaadavat ja selgelt eristatavat hoiatavat teksti (lg 4).

Hasartmängu reklaam ei tohi sisaldada (lg 3):
- üleskutset osaleda hasartmängus või külastada mängukohta;

- teavet, mis võib jätta mulje, et hasartmängu mängimine suurendab sotsiaalset edukust.

Hasartmängu reklaami meelespea



Millal on tegu hasartmängu reklaamiga?

Hasartmängu reklaamiks on avalikustatud teave, millega edendatakse **hasartmängu**, **hasartmängukohas toimuvaid muid tegevusi**, **mängukohta** või **hasartmängukorraldajat**.
Hasartmängu reklaam ei ole teabe avaldamine kaubandusliku loterii kohta.

Hasartmäng on mäng, milles osalemiseks teeb mängija panuse, selle tulemus võib olla võit ning selle tulemus määratakse juhuslikkusel põhineva tegevusega või see sõltub eelnevalt mitteteadaoleva sündmuse toimumisest.

Hasartmängude liigid:
Õnnemäng on hasartmäng, mille tulemus sõltub juhusest ja mida mängitakse mehaanilise või elektroonilise vahendi abil või mängu läbiviija vahendusel.

Toto on hasartmäng, mille tulemus sõltub mängija ennustuse paikapidavusest. See on väljaspool hasartmängukorraldaja kontrolli, võidu suurus sõltub panuse suurusest ja võidu koefitsiendist (kihlvedu) või hasartmängukorraldaja määratud protsendist, õigesti ennustanute arvust ja nende panuste suurusest (totalisaator). Totodeks on nt spordiennustused.

Osavusmäng on hasartmäng, mille tulemus sõltub ülekaalukalt mängija füüsilisest osavusest või oskustest ja teadmistest. Seda mängitakse mehaanilise või elektroonilise seadme abil.

Loterii on hasartmäng, mille tulemus sõltub juhusest. Võidufond moodustab kuni 80% loteriipiletite realiseerimishinnast. Mängu tulemust ei selgitata üle kolme korra ööpäevas või see selgub loteriipiletil asuva mänguvälja avamisel.

Kaubamärgi eksponeerimine

Hasartmängukorraldaja kaubamärk on keelatud õppe- ja kasvatustöö ning noorte vaba aja veetmiseks mõeldud ehitises ja selle läheduses, lastele suunatud veebilehel ning peamiselt lastele suunatud tele- ja raadiosaadete eel ja ajal.

Väljaspool õnnemängu reklaamiks lubatud kohti, võib õnnemängukorraldaja kaubamärki eksponeerida, kui see ei väljenda sõnas ega kujuta pildis õnnemängu, õnnemängu mängukohta ega võiduvõimalust ning ei sisalda üleskutset osaleda hasartmängus või külastada mängukohta ega teavet, mis võib jätta mulje, et hasartmängu mängimine suurendab sotsiaalset edukust.

Lubatud on eksponeerida vaid sellist toto, osavusmängu või loterii korraldaja kaubamärki, mis ei sisalda üleskutset osaleda hasartmängus või külastada mängukohta ega teavet, mis võib jätta mulje, et hasartmängu mängimine suurendab sotsiaalset edukust.

Hasartmängu reklaam

- on keelatud, kui hasartmängukorraldajal puudub korraldusluba;
- ei tohi sisaldada üleskutset osaleda hasartmängus või külastada mängukohta, jätta muljet, et hasartmängu mängimine suurendab sotsiaalset edukust;
- peab sisaldama hoiatavat teksti „**Tähelepanu! Tegemist on hasartmängu reklaamiga. Hasartmäng pole sobiv viis rahaliste probleemide lahendamiseks. Tutvuge reeglitega ja käituge vastutustundlikult!**".
  Hoiatus peab olema tavalise tähelepanu juures märgatav, arusaadav ja selgelt muust teabest eristatav.

Õnnemängu reklaam on lubatud ainult:

- õnnemängu korraldamise kohas;
- rahvusvahelisel reisijateveol kasutatava vee- ja õhusõiduki pardal;
- rahvusvahelist reisijate liinivedu teenindava lennuvälja ja sadama reisiterminali hoones;
- hotellis, kus asub õnnemängu mängukoht;
- õnnemängukorraldaja veebilehel;
- kliendi poolt tellitud posti, elektronposti või telefoni teel edastatav otseposti puhul.

Toto reklaam on keelatud:

- õppe- ja kasvatustöö ning noorte vaba aja veetmiseks mõeldud ehitises ja selle läheduses;
- lastele suunatud veebilehel ning peamiselt lastele suunatud ürituse toimumise kohas ning sellise ürituse pääsmel;
- tele- ja raadioprogrammis;
- ajalehe ning ajakirja esi- ja tagaküljel, samuti välireklaamina, välja arvatud juhul, kui see on avaldatud koos sponsorteatega. Sponsorteade peab olema selgelt märgatav.

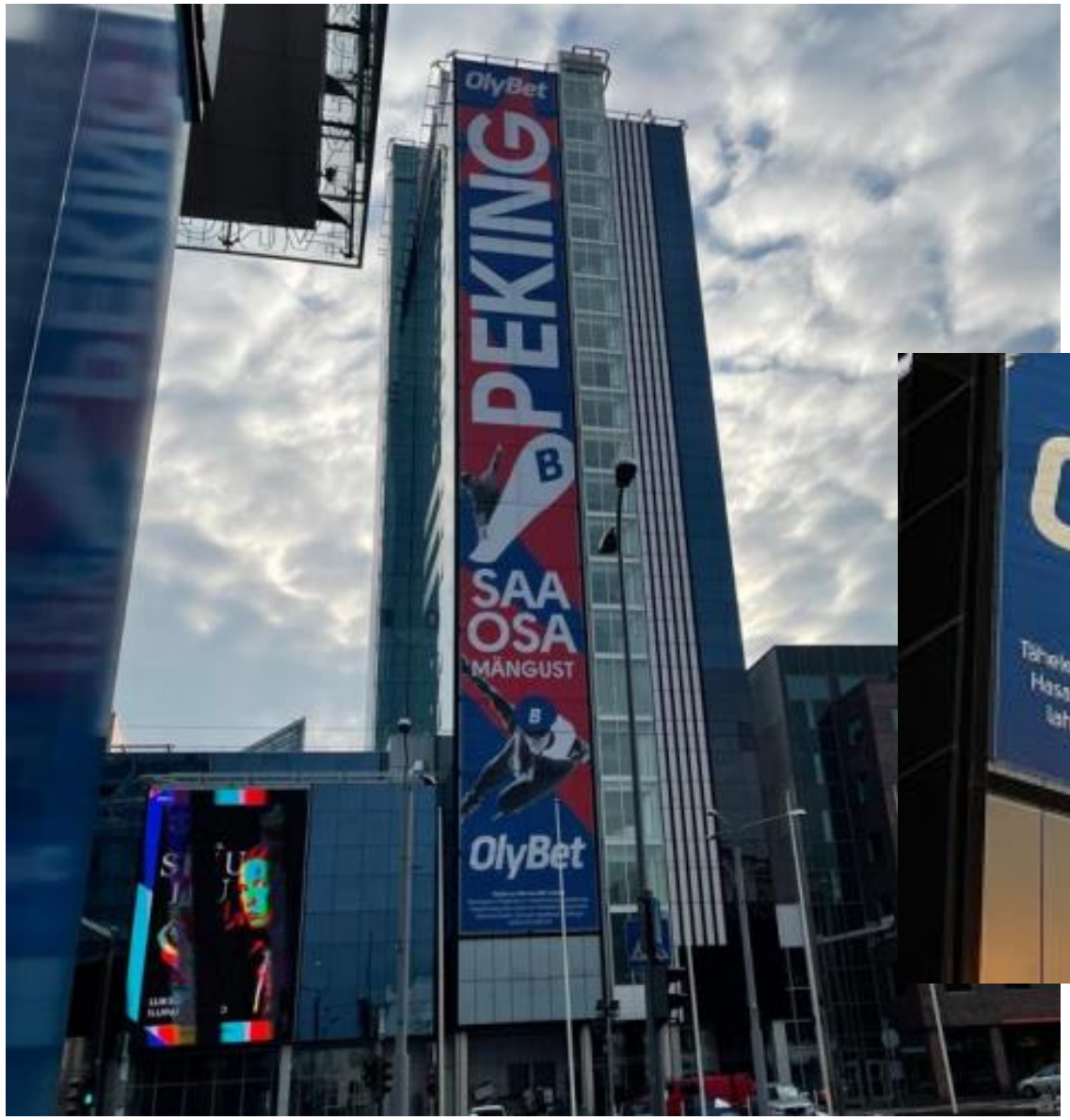
Osavusmängu reklaam on keelatud:

- õppe- ja kasvatustöö ning noorte vaba aja veetmiseks mõeldud ehitises ja selle läheduses;
- lastele suunatud veebilehel ning peamiselt lastele suunatud tele- ja raadiosaadete eel ja ajal;
- ajalehe ning ajakirja esi- ja tagaküljel, samuti välireklaamina, välja arvatud juhul, kui see on avaldatud koos sponsorteatega. Sponsorteade peab olema selgelt märgatav.

Loterii reklaam on keelatud:

- õppe- ja kasvatustöö ning noorte vaba aja veetmiseks mõeldud ehitises ja selle läheduses;
- lastele suunatud veebilehel ning peamiselt lastele suunatud tele- ja raadiosaadete eel ja ajal;
- peamiselt lastele suunatud ürituse toimumise kohas ja ajal ning sellise ürituse pääsmel.

Küsimuste korral palume võtta ühendust:
info@ttja.ee; +372 667 2000


OlyBet
PEKING
SAA
OSA
MÄNGUST
OlyBet

OlyBet

Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Amet
15. september ·

📲 Märtsist septembrini hoidsime silma peal Facebooki ja Instagrami tarbijamängudel ning loosimistel. 🎁

45 erineva kaupleja avaldatud sotsiaalmeedia mängudel tegutseti tarbijate suhtes enamasti ausalt, siiski esines ka rikkumisi ja ebaausaid võtteid, näiteks:

🚫 loositi välja alkoholi – reklaamiseaduse alusel on selline tegevus keelatud;
🚫 kuulutati mängu võitjaks inimene, kes loosimängus ei osalenudki;
🚫 auhindade loosimine ei toimunud lubatud ajal;
🚫 võitjale saadeti vaid osa auhinnast.

📂 Kui märkad sotsiaalmeedias tarbijamängu, mis on läbi viidud ebaausalt, anna sellest meile teada meiliaadressil info@ttja.ee või saada vihje otse TTJA Facebooki postkasti.

📋 Loe lähemalt meie kodulehelt, mida võiks ühe tarbijamängu reeglistik sisaldada: https://ttja.ee/.../ttja-vottis-luubi-alla-tarbijamangud...

Tarbijamängud

Reeglid sätestab kaupleja tingimustes. **Oma tingimusi tuleb järgida!**

Tarbijamängu reklaamile kehtib reklaamiseadus.

Oluline on aru saada, mida reklaamitakse.
Toodet? Teenust? Kauplejat?

Kas reklaamiseadus kehtestab erireeglid?

Üldnõuded kehtivad alati!

SUUNANÄITAJA

SUUNANÄITAJA

Aitäh!

diana.lints@ttja.ee

info@ttja.ee

Nõuded allahindlustele ja hinna kuvamisele

Martin Simmermann
Tarijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Amet

Regulatsioon

27.11.2019 võeti vastu **direktiiv** 2019/2161 artikkel 6a

28.05.2022 jõustus **tarbijakaitseseadus**

28.05.2022 jõustus **määrus** "Kauba ja teenuse hinna avaldamise nõuded"

Kaubandustegevuse üldpõhimõte

Kauplejal on õigus otsustada **mida**, **kellele**, **kus** ja **milliste hindadega** müüa.

Mida:

- Kaubad
  - Uued kaubad
  - Kasutatud kaubad
- Teenused

Kellele:

- Tarbijale
- Ettevõttele

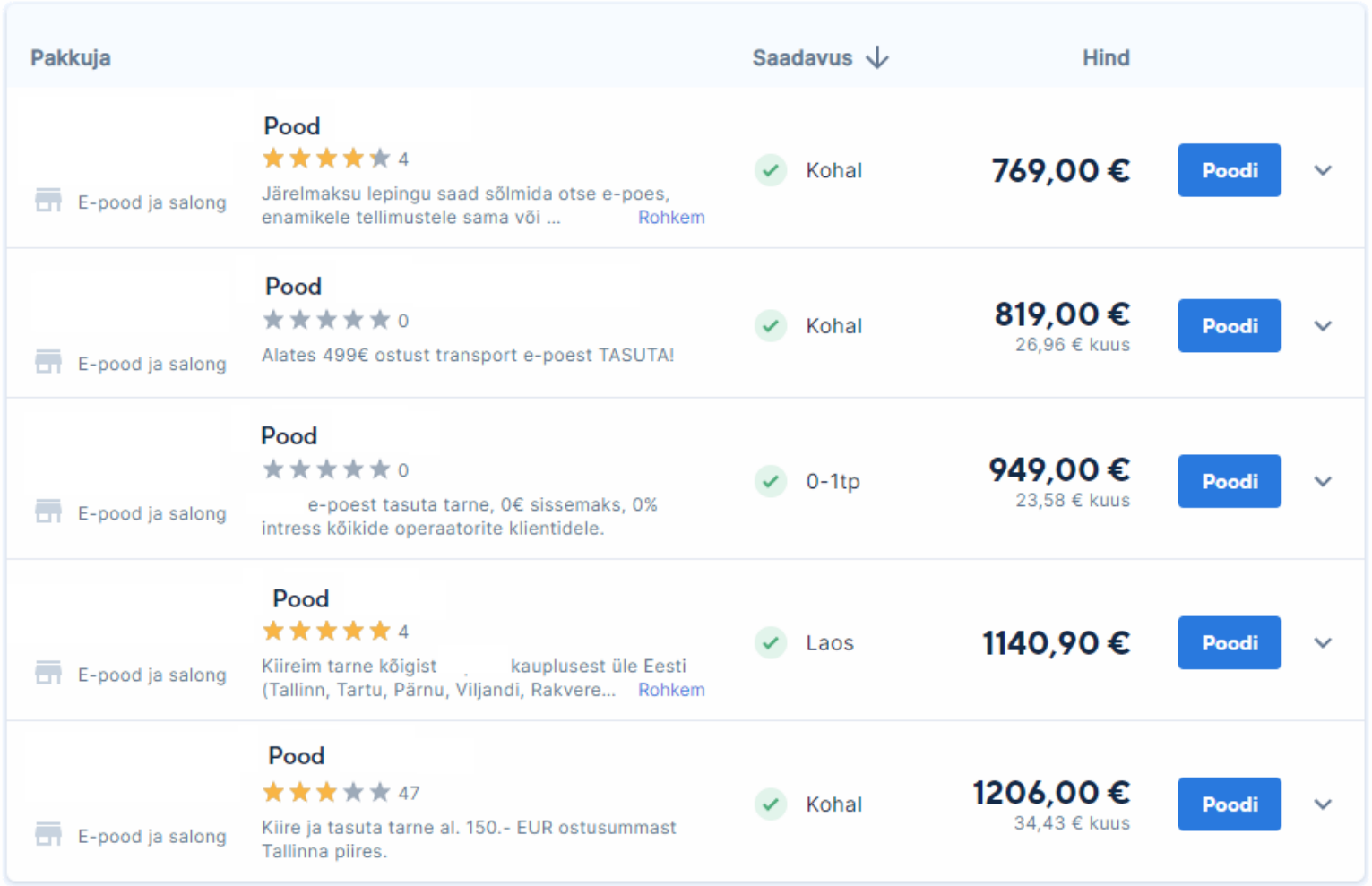
Kus:

- Poes
- E-poes

Milliste hindadega:

- Soodushindadega
- Tavahindadega

Kaupluste hinnaerinevus



Sama müügikoht

Kauplus

E-pood

Tehasepood

Outlet

Hinnad erinevates müügikohtades

Reklaam

Soodushind **poes**

Soodushind **outletis**

Hinna alandamise teade

Avaldatud hinna teave peab olema tõene:

Alandanud hind ehk soodushind (80€)

Varasem hind ehk tavahind (100€)

- "**100€**"
- "**-20%**"
- "**10€ alla**"
- "**enne 100€ nüüd 50€**"
- "**SOODUSHINNAD**"
- "**10€ allahindlust**"
- "**tühjendusmüük**
- "**Musta reede pakkumised**"
- "**kollektsiooni lõpumüük**"
- "**tooted poole hinnaga**"

Kauba tuvastatavus hinna alandamise teates

Üldine

Tuvastatav

Muud võrdlushinnad

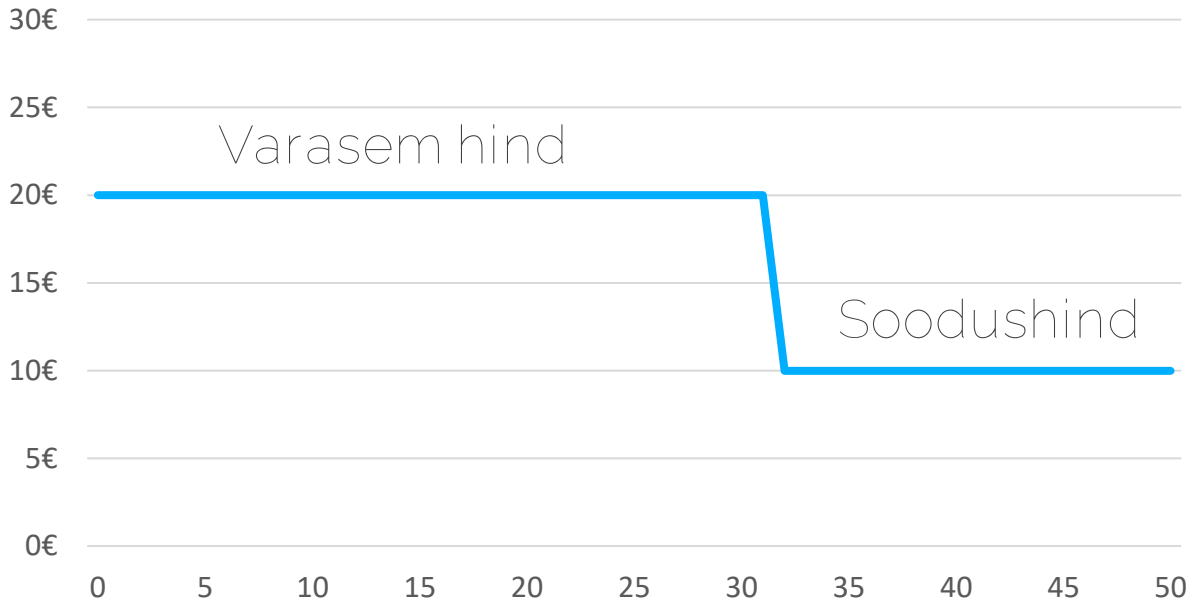
- Peavad olema **arusaadavad**
- Ei tohi **eksitada**
- Ei tohi **juhtida tähelepanu kõrvale**

  varasemalt hinnalt

Varasem hind

Varasem hind on viimase 30 päeva jooksul enne hinna alandamist samas müügikohas kaubale kehtinud madalaim hind

- Viimase **30 päeva** jooksul
- Samale **kaubale**
- Samas **müügikohas**



Soovituslik jaehind ≠ varasem hind

Konsool SONY Playstation 5 Blu-Ray Edition CFI-1216A

399,00 €

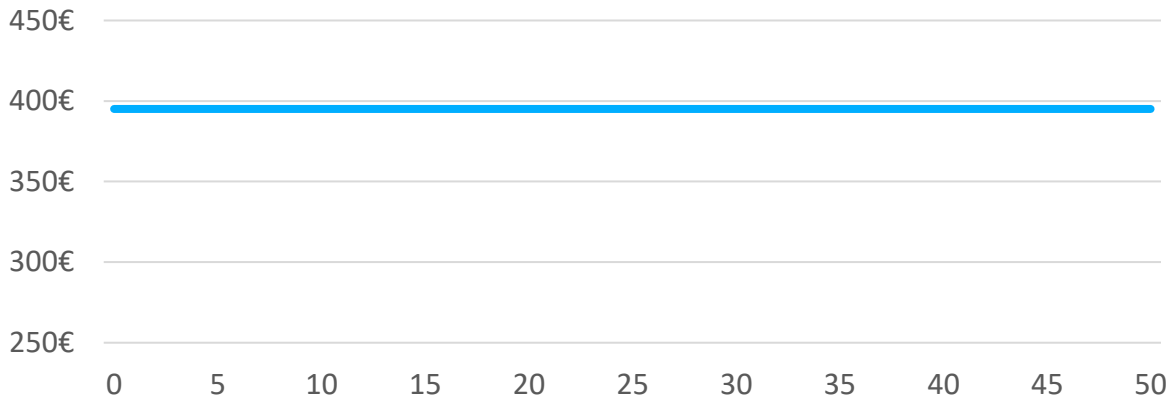
Tavahind: 499,00 € - 20%

Transport 1 - 3 tööpäeva

Vaata saadavust kauplustes

Kogus: - 1 +

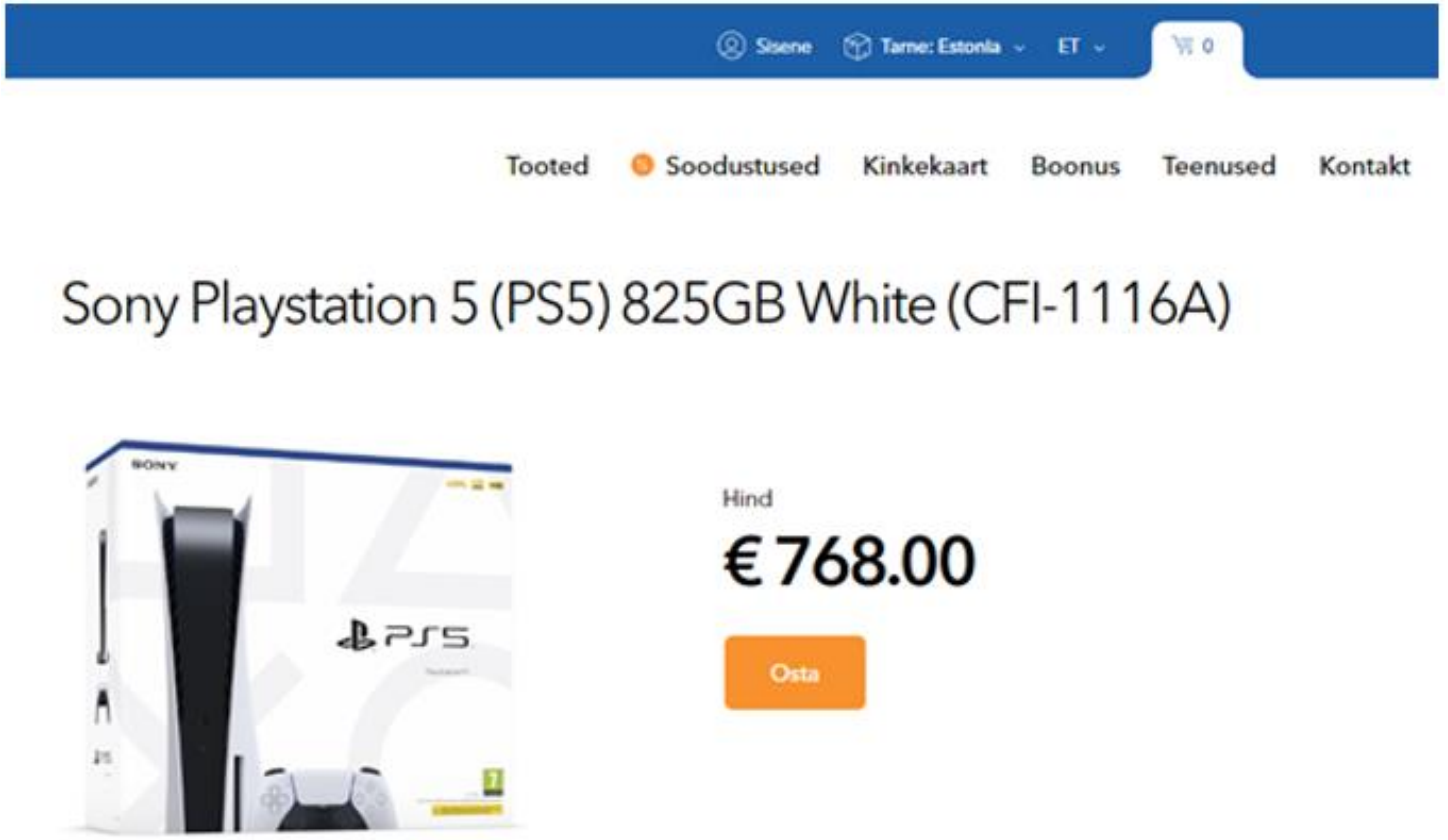
Lisa korvi



Soovituslik jaehind

Tootja reklaam

Hind müügikohas



Samaaegsed sooduskampaaniad

- Võivad kehtida toodetele ja tootekategooriatele
- Tuleb avaldada tooted, millele allahindlus kohaldub

Näiteks:

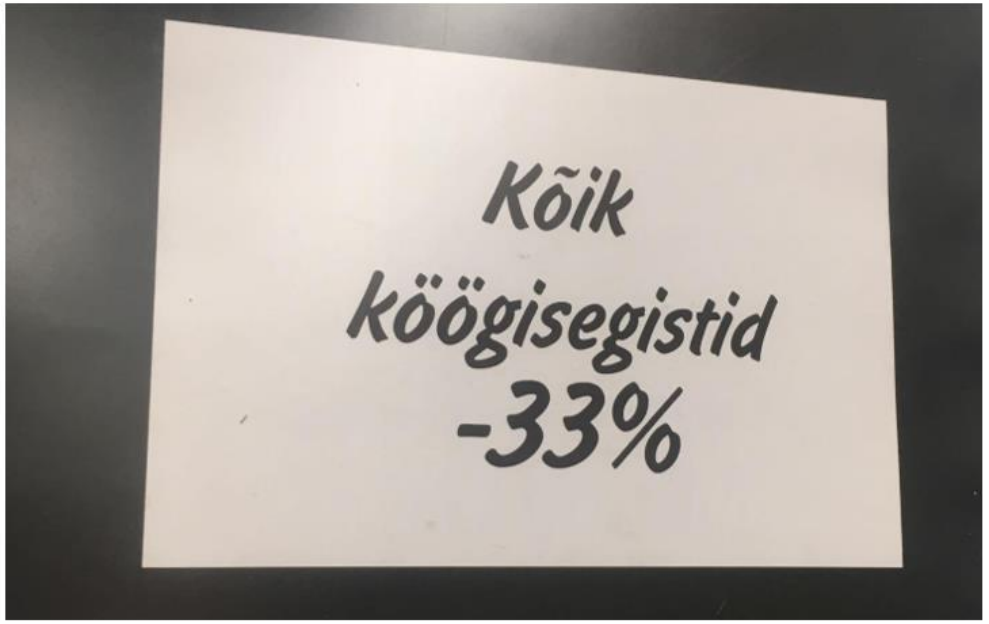
✓ "Kõik laualambid -50%"

✓ "Sinise täpiga kaup -20%, punase täpiga kaup -40%„

✓ "Talvekaupade lõpumüük -50%, kõik suvekaubad -10%"

Samaaegsed sooduskampaaniad

Eksitavad samaaegsed sooduskampaaniad

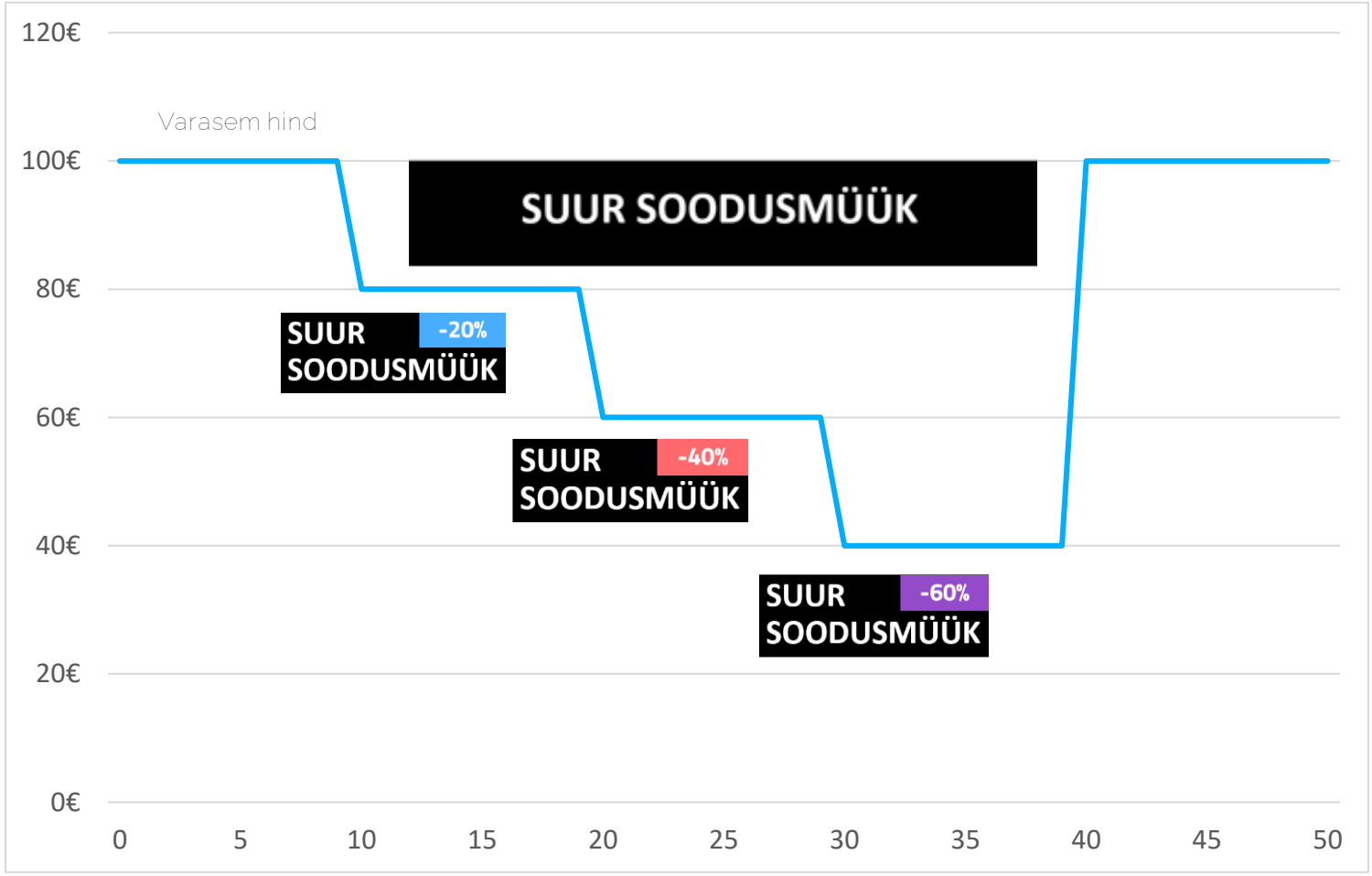


Järk-järguline hinna alandamine

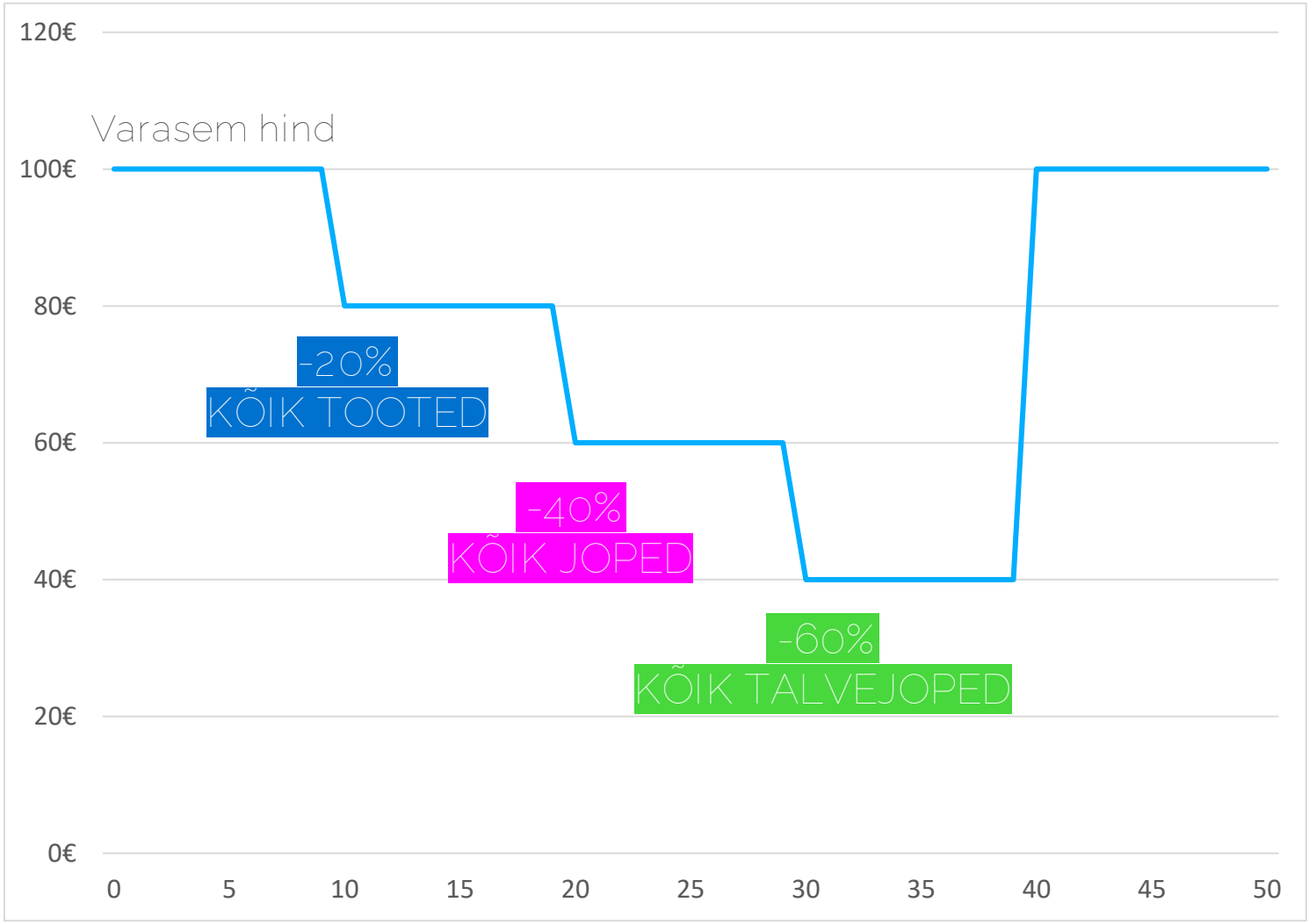
Järk-järguline ehk **ilma katkestusteta** hinna alandamine

- **Ei pea** lähtuma 30 päeva madalaimast hinnast
- Varasem hind kehtis enne **esimest** hinna alandamist ja kehtib **sama kampaania** hinna alandamise teadetel

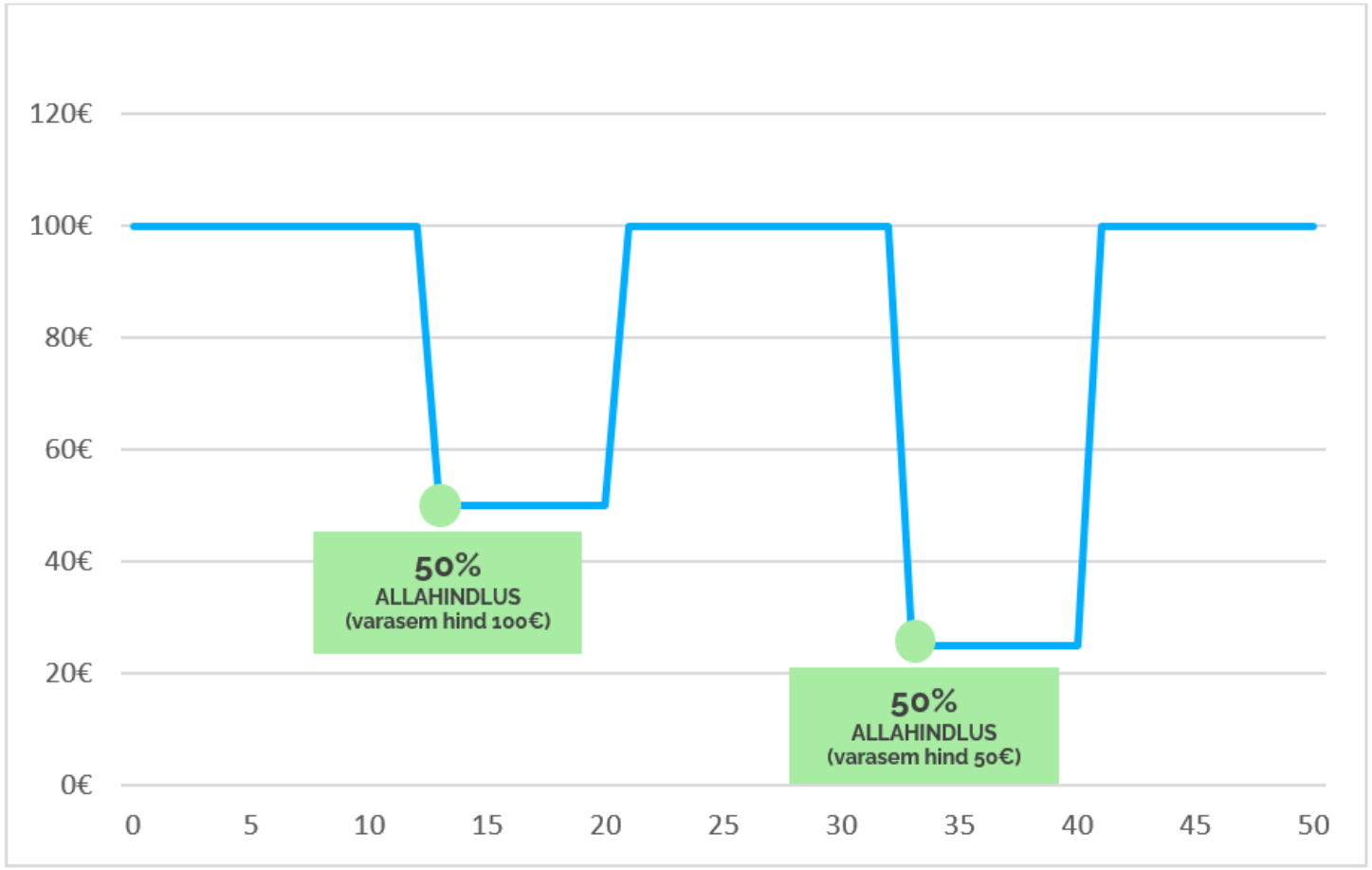
Järk-järguline hinna alandamine



Järk-järguline vs järjestikune hinna alandamine

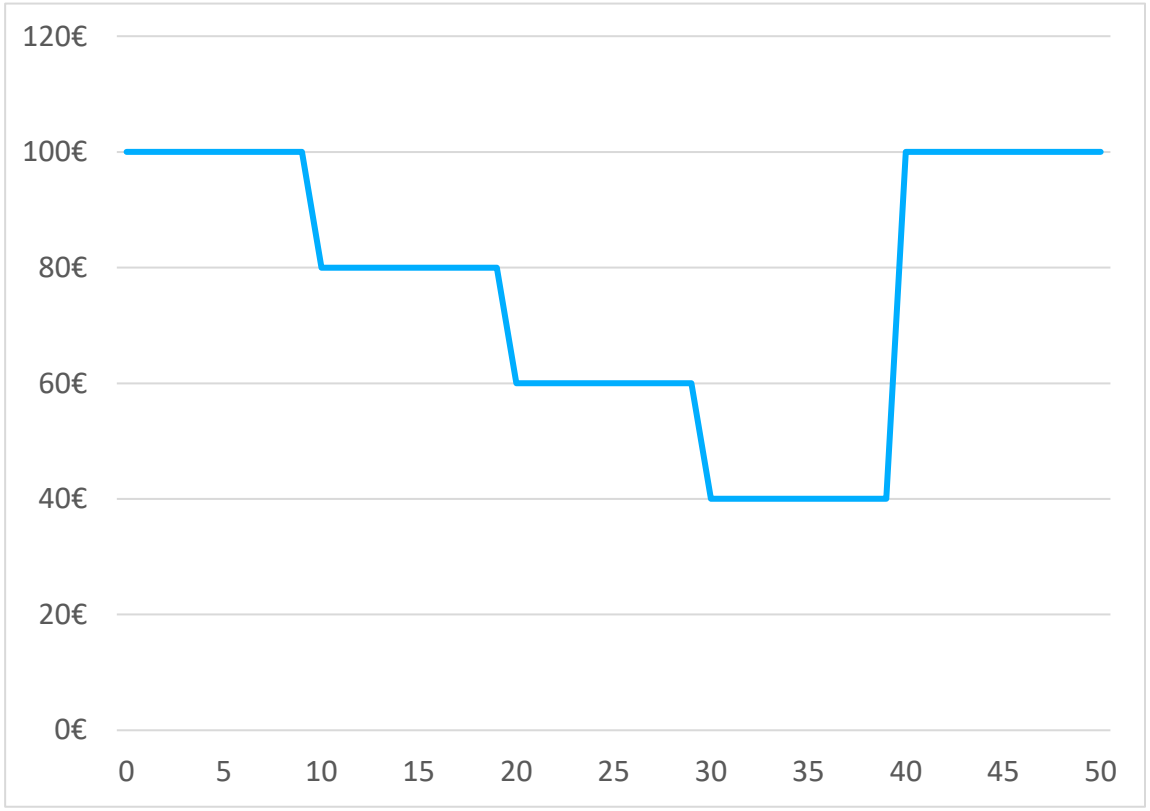


Järjestikuline hinna alandamine

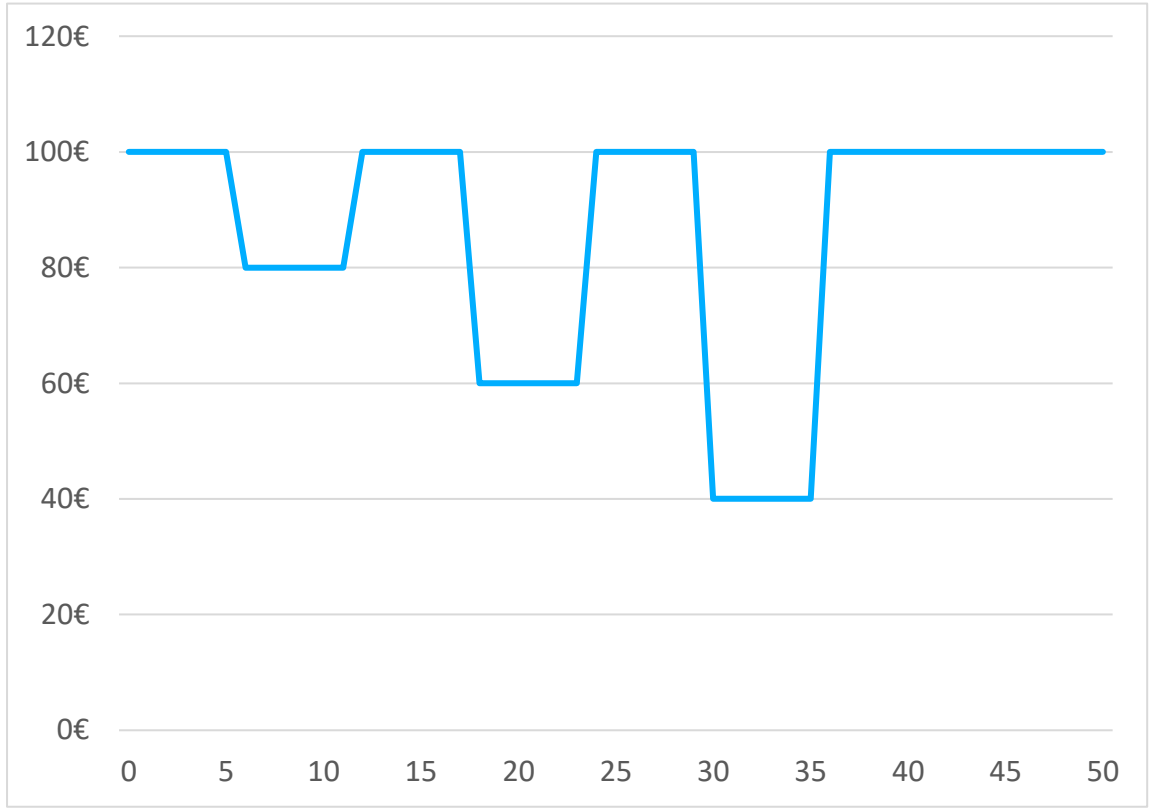


Järk-järguline vs järjestikune hinna alandamine

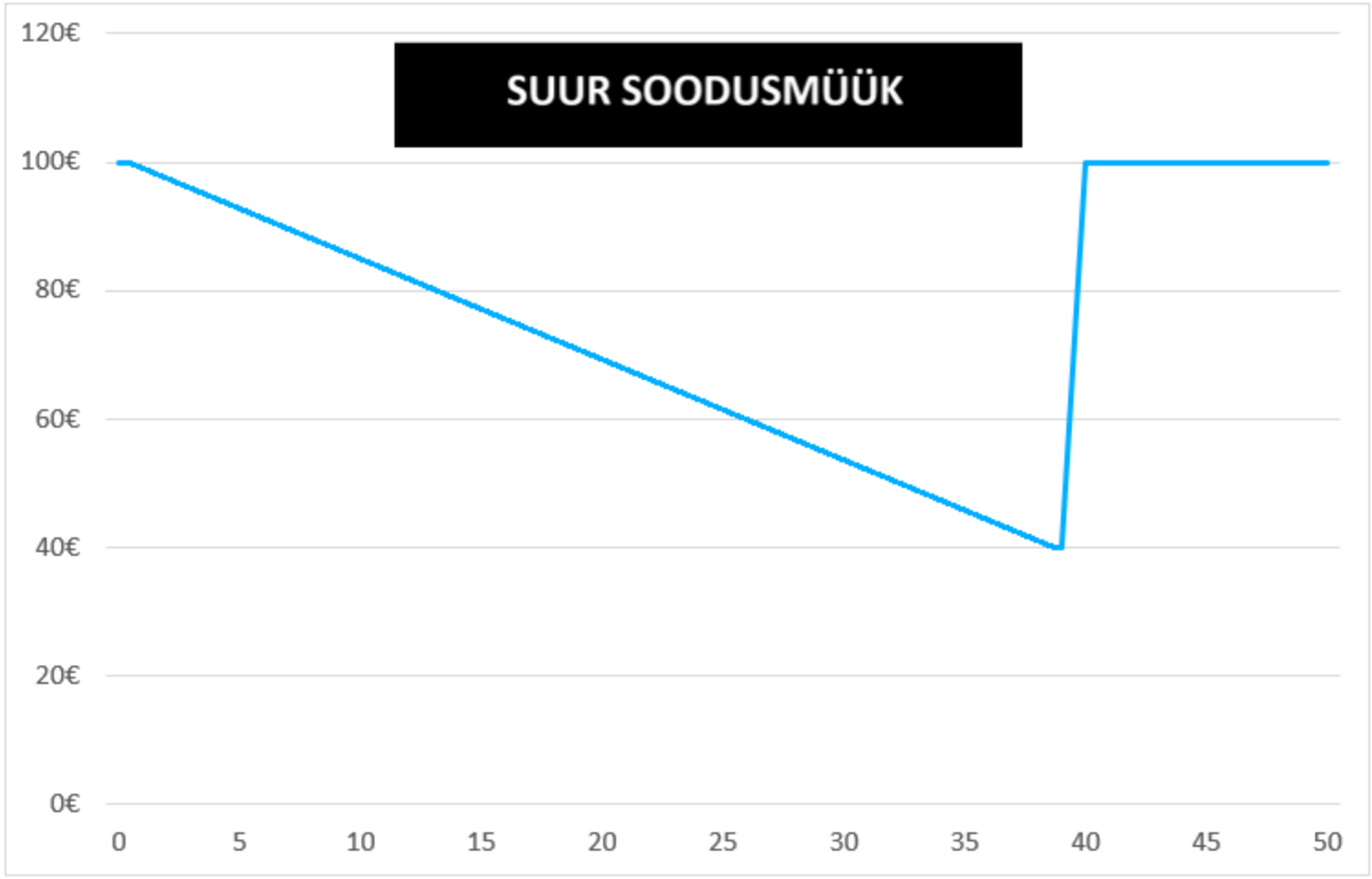
Järk-järguline



Järjestikune



Järk-järguline hinna alandamine



Järk-järguline hinna alandamine

25.00€

24.99€

Hind poes

Camargue
Valamusegisti
CAMARGUE
49,00 €
114

Camargue
Valamusegisti
Frost valge/kroomitud messing,
painduvad vesühenduse voolikud.
55.-
49.-
24600367

Hind kassas

Hind hinnasildil

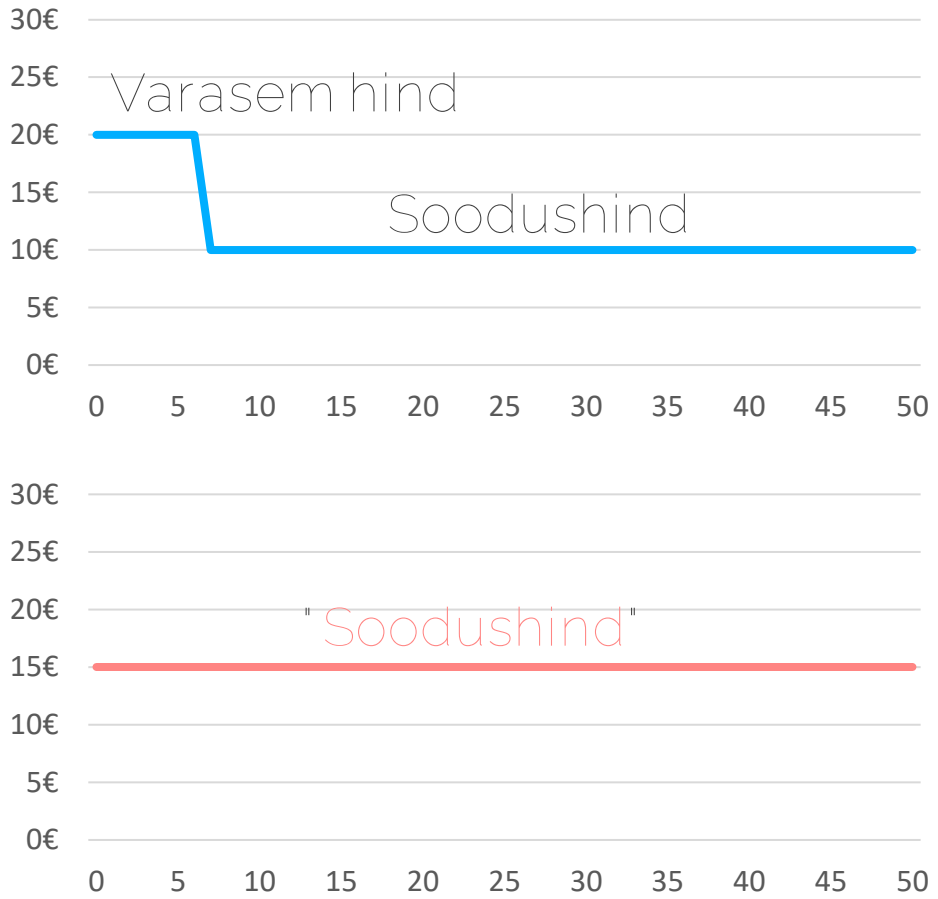
Hind kassas

Uute kaupade soodustus

Kui kaup on olnud müügil **vähem kui 30 päeva** on varasemaks hinnaks viimase

7 päeva madalaim hind

- Viimase **7 päeva** jooksul
- Samale **kaubale**
- Samas **müügikohas**



Uus kaup

- ✓ **Hooajakaup**, mida ei ole varem müüdud
- ✓ **Uued mudelid**, mis on äsja lisandunud müügivalikusse
- × Varasemalt **müügil olnud** kaup
- × **Eelmisel hooajal** müügil olnud kaup
- × Ajutiselt **otsa saanud** ja siis uuesti müüki pandud kaup

Kiiresti riknevad kaubad

Kaup, mis muutub **müügikõlbmatuks** ehk aegub, rikneb või vananeb

30 päeva jooksul:

- ✓ **Toiduained**
- ✓ **Piimatooted**
- ✓ **Puuviljad**
- ✓ **Kondiitritooted**
- ✓ **Lühikese säilivusajaga joogid**
- ✓ **Soojaleti toidud**
- ✓ **Marjad**
- ✓ **Lilled**

Kiiresti riknev kaup

Kiiresti riknev, vananev või aeguv **ei ole** kaup:

- Mis ei muutu müügikõlbmatuks **30 päeva** jooksul
- Mida müüakse **hooaja lõpus**
- Mida kaupleja soovib **kiiresti realiseerida**

Kaupleja peab ise hindama, kas tegemist on tootega, mis muutub müügikõlbmatuks **30 päeva** jooksul.

Teenuste osutamine

Regulatsioon kohaldub **kaupluses tarbijale kaupade** müümisel.

Regulatsioon **ei kohaldu**:

- ✕ Kaupade müümisel **ettevõtetele**
- ✕ Tarbijale **teenuste** osutamisel

Soodustus sõltuvalt kogusest ja ostusummast

Kliendipakkumised

Varasema hinna määratlemisel ei võeta arvesse **kliendipakkumiste** hindu.

Pikaajalised **kliendilojaalsusprogrammid**:

- ✓ "**Kliendikaardiga igalt ostult -5%**"
- ✓ Kliendikaardile kogutud **boonuspunktid**

Personaalsed allahindlused:

- ✓ Kliendikaardi soodustus lähtuvalt kliendi **ostuajaloost**
- ✓ Kliendile **sünnipäeva** puhul saadetud sooduskood
- × Kõikidele e-poe külastajatele kuvatav **sooduskood**
- × Kõikidele poe külastajatele antav **sooduskupong**

Kliendipakkumiste hindamine

- Kellele soodustust **nähtavalt** pakutakse?
- Kui **kiiresti** saab tarbija püsikliendiks?
- Kui **lihtsasti** saab tarbija püsikliendiks?
- Kui palju **maksab** püsikliendiks saamine?
- Kui kiiresti on soodustused **saadaval**?

Sooduskoodid

Peavad olema suunatud ja piiratud konkreetsele tarbijatele või tarbijarühmadele.

- Soodustust pakutakse nähtavalt **kõigile**
- Tarbija saab **kiiresti** ja **lihtsasti** püsikliendiks
- Soodustused on **koheselt saadavad**

Järelevalve

TTJA järelevalvemenetlus:

1. Hinnakontroll müügikohas ning **hindade monitoorimine**
2. Kogutud **tõendite hindamine**
3. Kauplejale **selgitusnõude** esitamine
4. Kaupleja **selgituste** ja **tõendite hindamine**
5. **Otsus** menetluse jätkamise kohta

Järelevalvemenetlus

Eesmärgiks kontrollida **kaubandustegevust** ja **hinnateavet**.

Kaupleja peab:

- Vastama **küsimustele**
- Andma **selgitusi**
- Esitama **tõendid**

Vastutus

Kaupleja peab oma väiteid **tõendama**:

- Avaldatud varasem hind on 30 päeva madalaim hind
- Kaup või teenus on teatud omadustega
- Lubatud hinnaeelis on reaalne

Kui kaupleja tõendada ei suuda, võib TTJA lugeda väite **ebatäpseks**.

Rikkumised

Sagedasemad rikkumised:

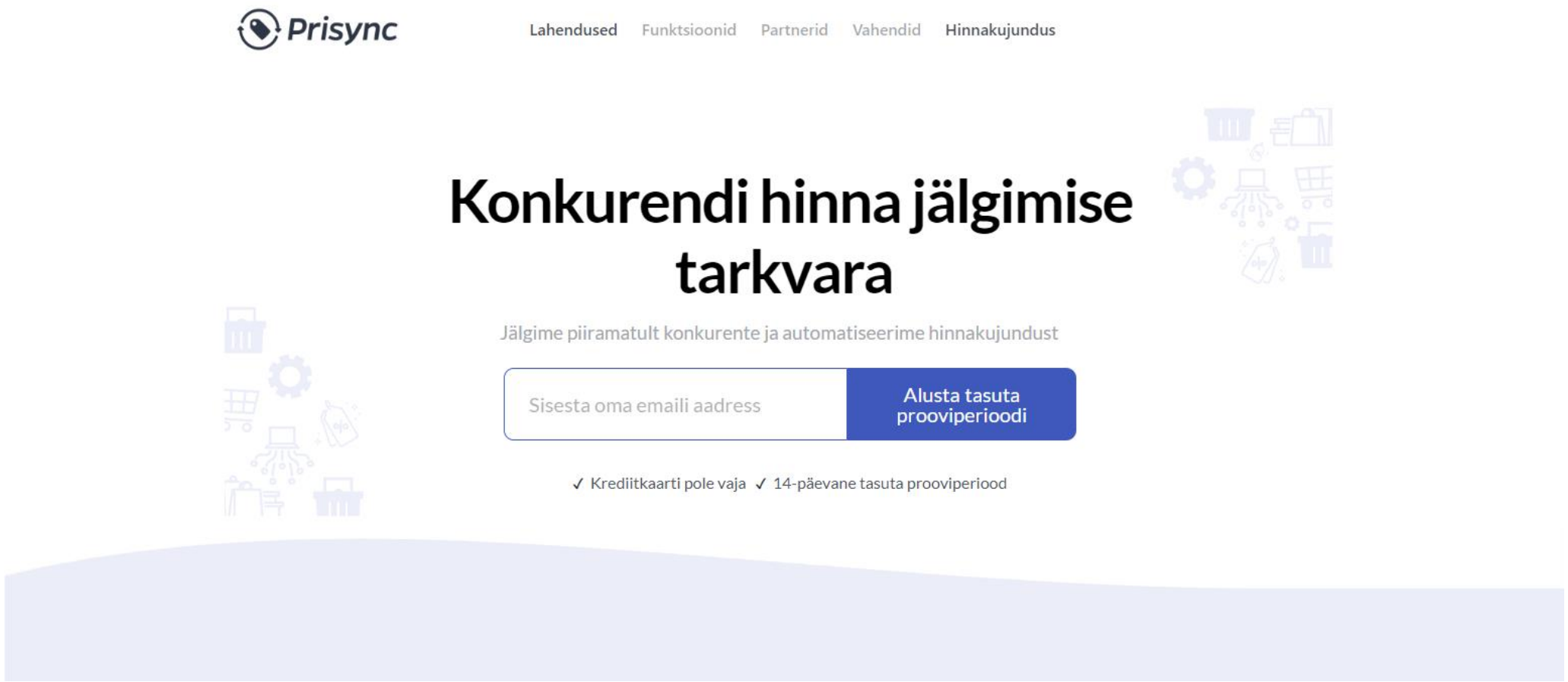
- Kauplejal puuduvad **tõendeid**
- Puudub **infosüsteem**
- Infosüsteem **ei võimalda** tõendite väljastamist
- Infosüsteem on **arendamisel**

Lahendused

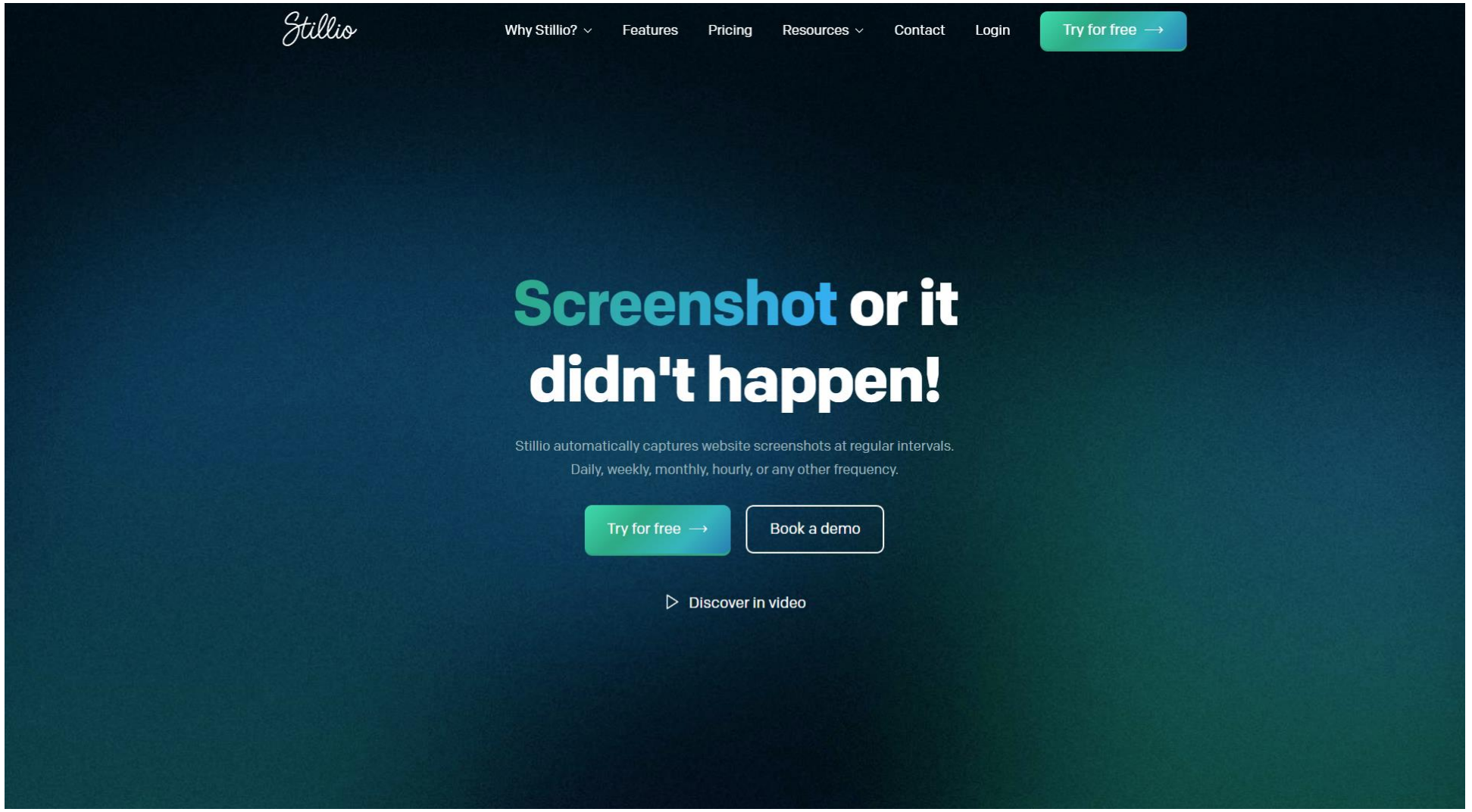
Lahendused puuduliku infosüsteemi korral:

- Müümine tavahinnaga ja allahindluse **mitte tegemine**
- Hindade jälgimine **käsitsi**
  - Ekraanitõmmised
  - Excel
  - Märkmik
- Hindade jälgimise tarkvara kasutamine

Prisync.com


Prisync
Lahendused
Funktsioonid
Partnerid
Vahendid
Hinnakujundus
Konkurendi hinna jälgimise tarkvara
Jälgime piiramatult konkurente ja automatiseerime hinnakujundust
Sisesta oma emaili aadress
Alusta tasuta prooviperioodi
✓ Krediitkaarti pole vaja ✓ 14-päevane tasuta prooviperiood

Stillio.com


Stillio
Why Stillio?
Features
Pricing
Resources
Contact
Login
Try for free
Screenshot or it didn't happen!
Stillio automatically captures website screenshots at regular intervals.
Daily, weekly, monthly, hourly, or any other frequency.
Try for free
Book a demo
Discover in video

TTJA hinnavaatleja

TTJA hinnavaatleja

Otsige URL-e | Algus kuupäev | Lõppkuupäev | Tegevuse olek | Vastavuse olek | Ainult rikkumised | Ainult isiklik | Rakenda

Otsige URL-e | mm/dd/yyyy | mm/dd/yyyy | ükskõik milline | ükskõik milline

URL-aadress	Periood	Hinnad	Päevad	Tegevus	Vastavus	Rikkumine
ttjapood.ee /et/marmara-sterling-hobekaelakett-mar-ke833ryg	26.01.2023 – 26.04.2023	276,75 – 369.00 EUR	40/90	Aktiivne	✓	–
ttjapood.ee /et/marmara-sterling-hobedast-korvarongaripatsid-mar-kr768lro	26.01.2023 – 26.04.2023	45.00 EUR	40/90	Aktiivne	!	06.03.2023
ttjapood.ee /et/marmara-sterling-hobedast-korvarongaripatsid-mar-kr711indyg	26.01.2023 – 26.04.2023	61.50 – 82.00 EUR	40/90	Ootel	–	–
ttjapood.ee /et/marmara-sterling-hoberipats-mar-rp793aqmg	26.01.2023 – 26.04.2023	32.00 EUR	40/90	Arenduses	–	–
ttjapood.ee /et/marmara-sterling-hoberipats-mar-rp793aqmg	26.01.2023 26.04.2023	32.00 EUR	40/90	Lõpetatud	✓	–

TTJA hinnavaatleja

ttjapood.ee/et/kodumasinad-koduteh...000&feat=search&keyword=robottolmuimejad

Planeeritud periood	Vaatamise päevad	Tegevuse olek	Vastavuse olek
21.11.2022 kuni 09.06.2023	106/200	Aktiivne	Nõuetele mittevastav

Märgi rikkumiseks | Teata probleemist

Rikkumisest teatatud 12/5/2022, 15:21:38
Soodushind ei ole arvutatud 30 päeva madalaimast hinnast.

Hinna ajalugu

Vaatamise ülevaade

märtsil

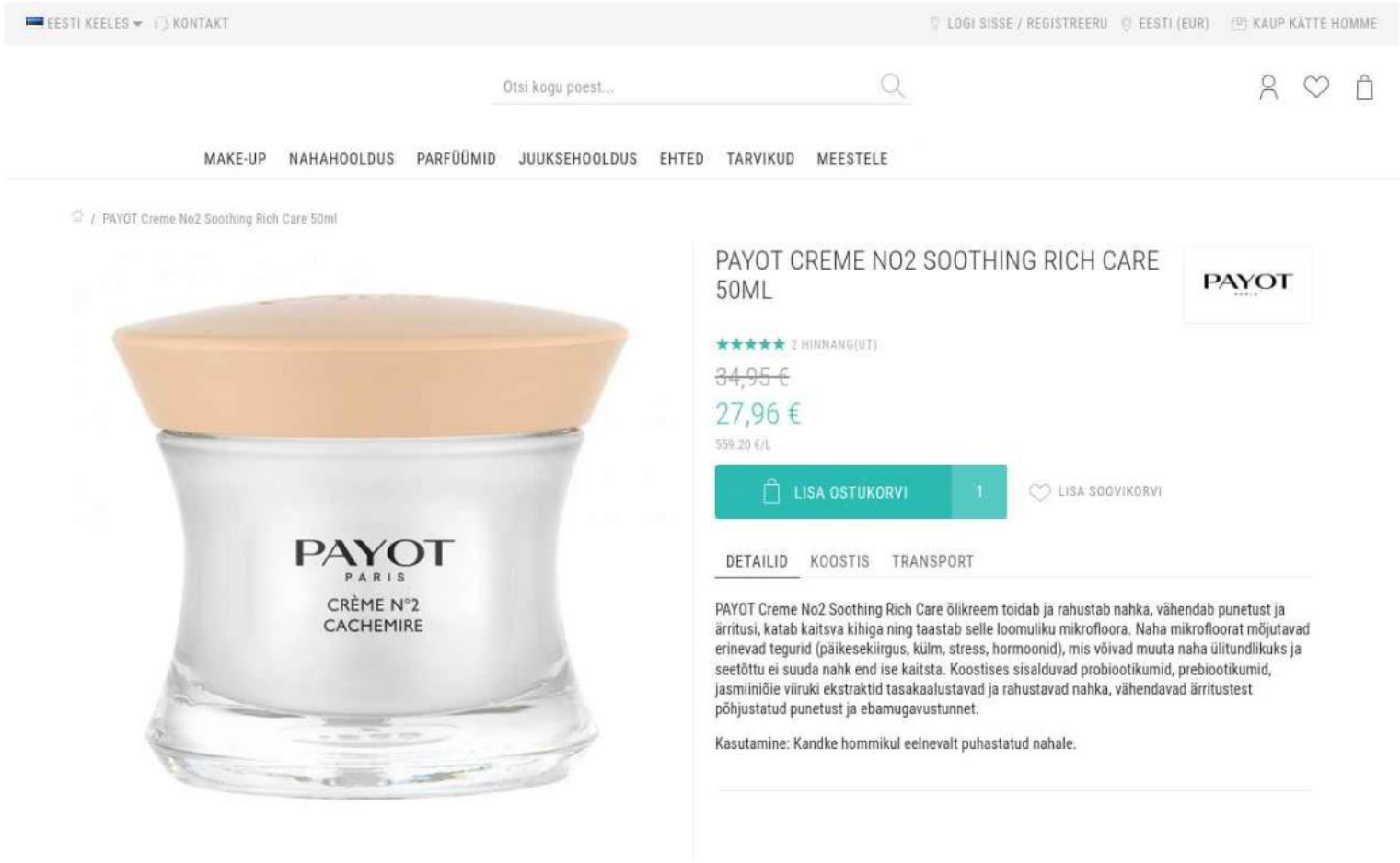
Esmasp	teisip	kolmap	Neljap	P	laup	Päike
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Kuupäev	Praegune hind	Soovituse hind	Valuuta	Ekraanipildi URL
6.3.2023, 02:20:27	213.00		EUR	Facebook 26feat%3Dsearch%26keyword%3Drobottolmuimejad.jpg
05.03.2023, 02:18:09	213.00		EUR	Facebook 26feat%3Dsearch%26keyword%3Drobottolmuimejad.jpg
4.3.2023, 02:17:09	213.00		EUR	Facebook 26feat%3Dsearch%26keyword%3Drobottolmuimejad.jpg
3.03.2023, 02:16:22	228.00		EUR	Facebook 26feat%3Dsearch%26keyword%3Drobottolmuimejad.jpg
02.03.2023, 02:16:28	228.00		EUR	Facebook 26feat%3Dsearch%26keyword%3Drobottolmuimejad.jpg

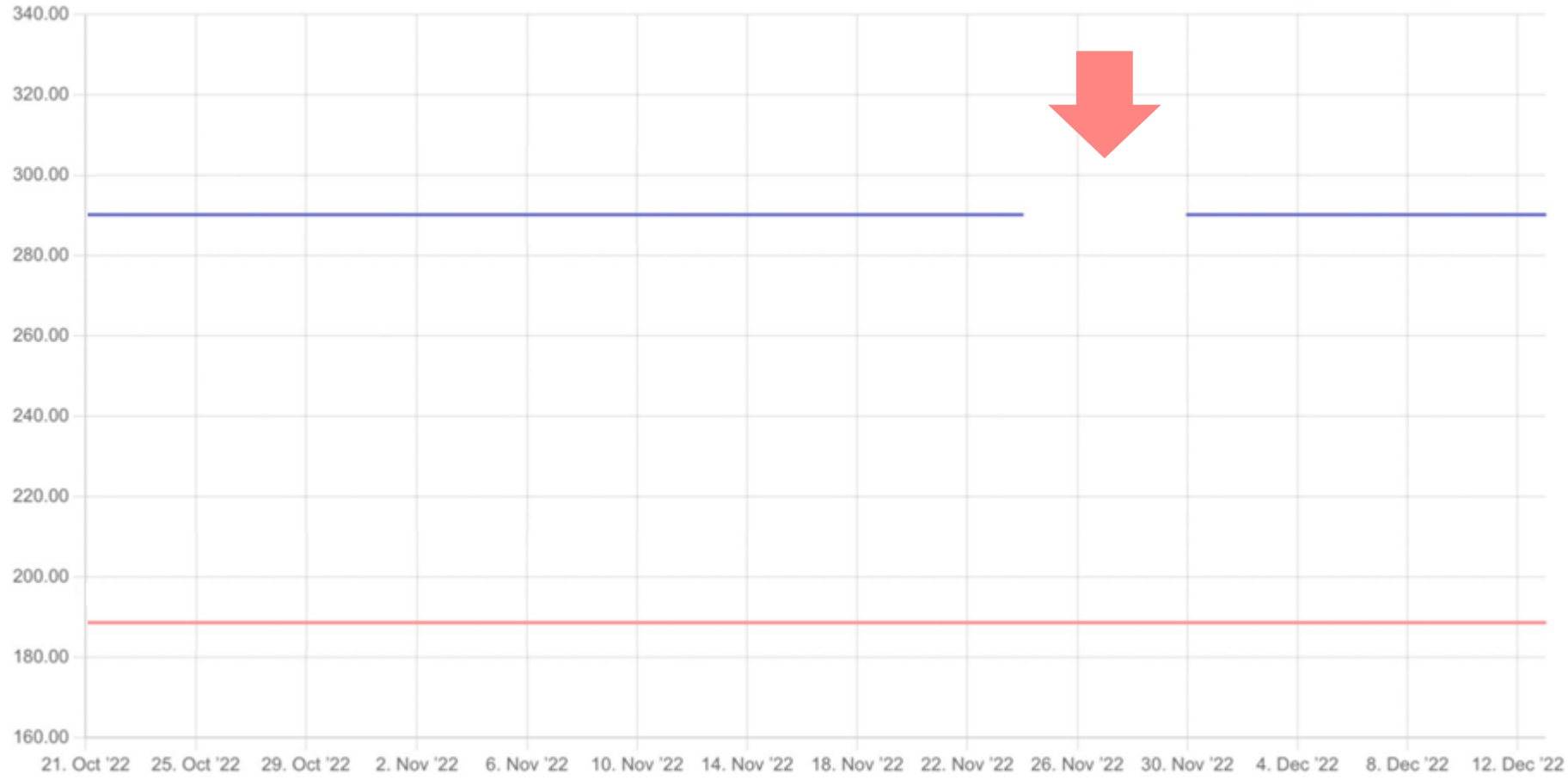
TTJA hinnavaatleja

ttjapood.ee/et/payot-creme-no2-soothing-rich-care-50ml

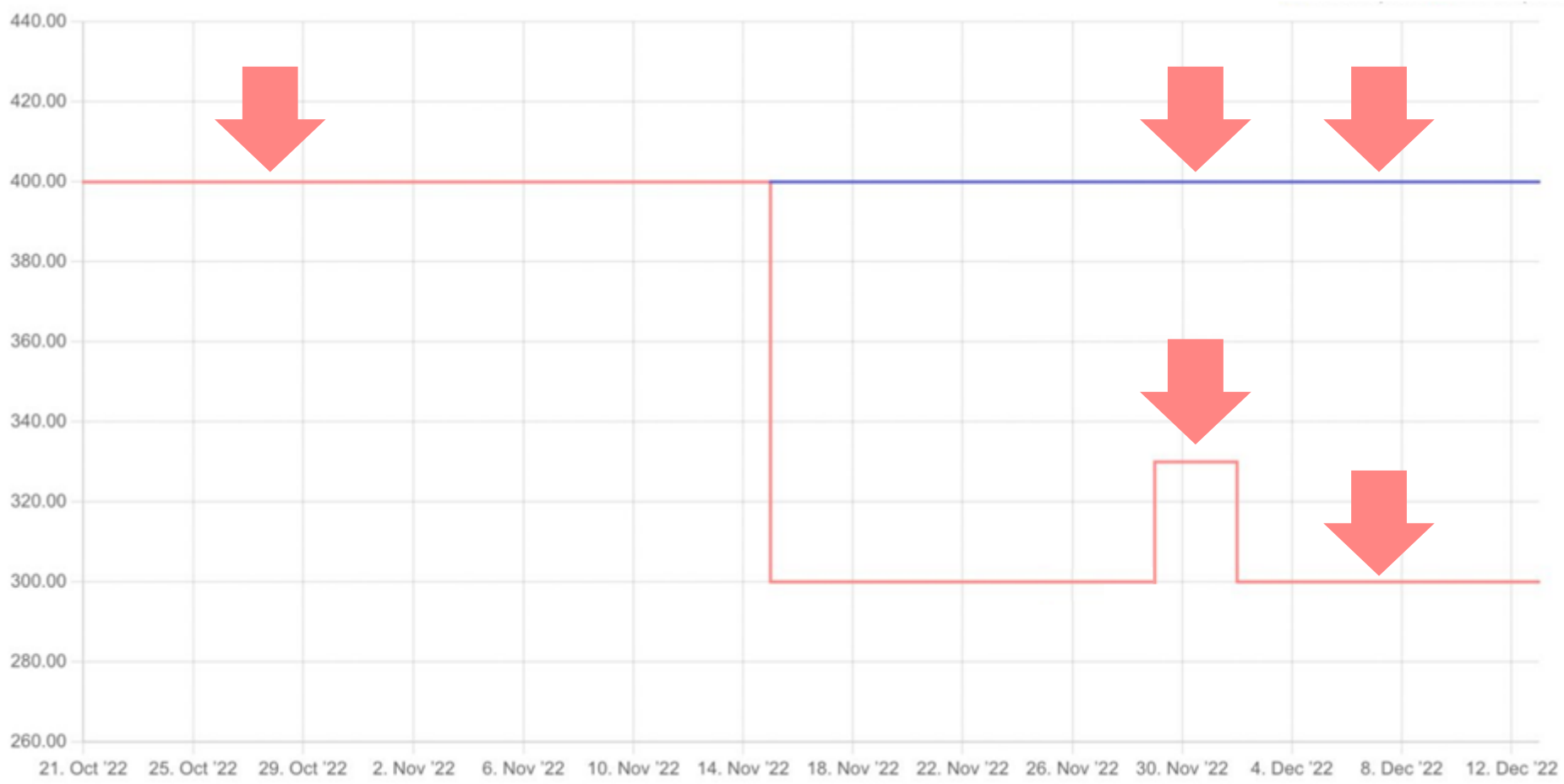
Pildistatud: 3.1.2023, 02:05:17
Ekraanipildi URL: https://eu-product-data.s3.eu-central-1.amazonaws.com/2023-01-03T00%3A05%3A17.384Z
Allalaaditud HTML: https://eu-product-data.s3.eu-central-1.amazonaws.com/2023-01-03T00%3A05%3A17.384Z



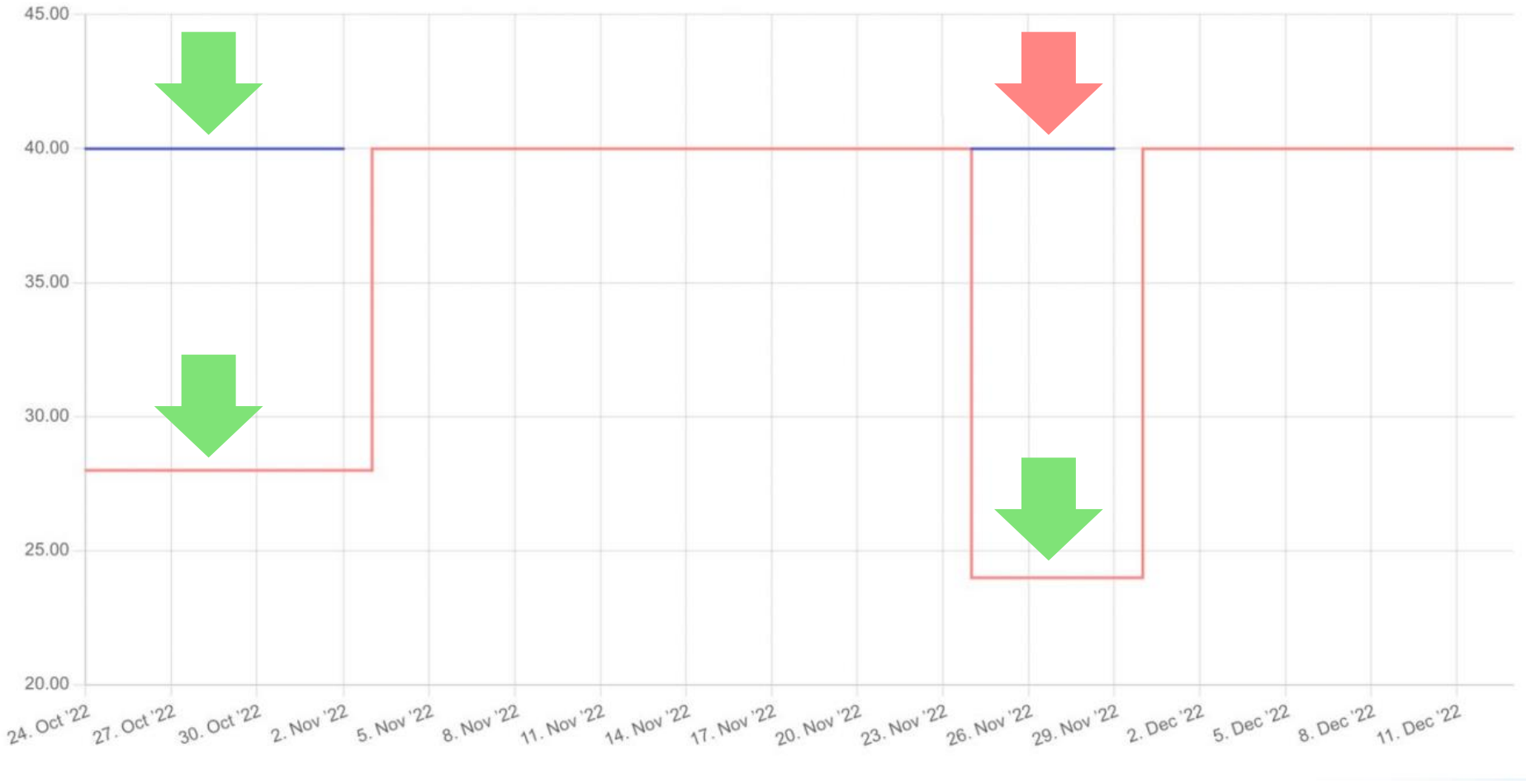
Varasema hinna mitte avaldamine



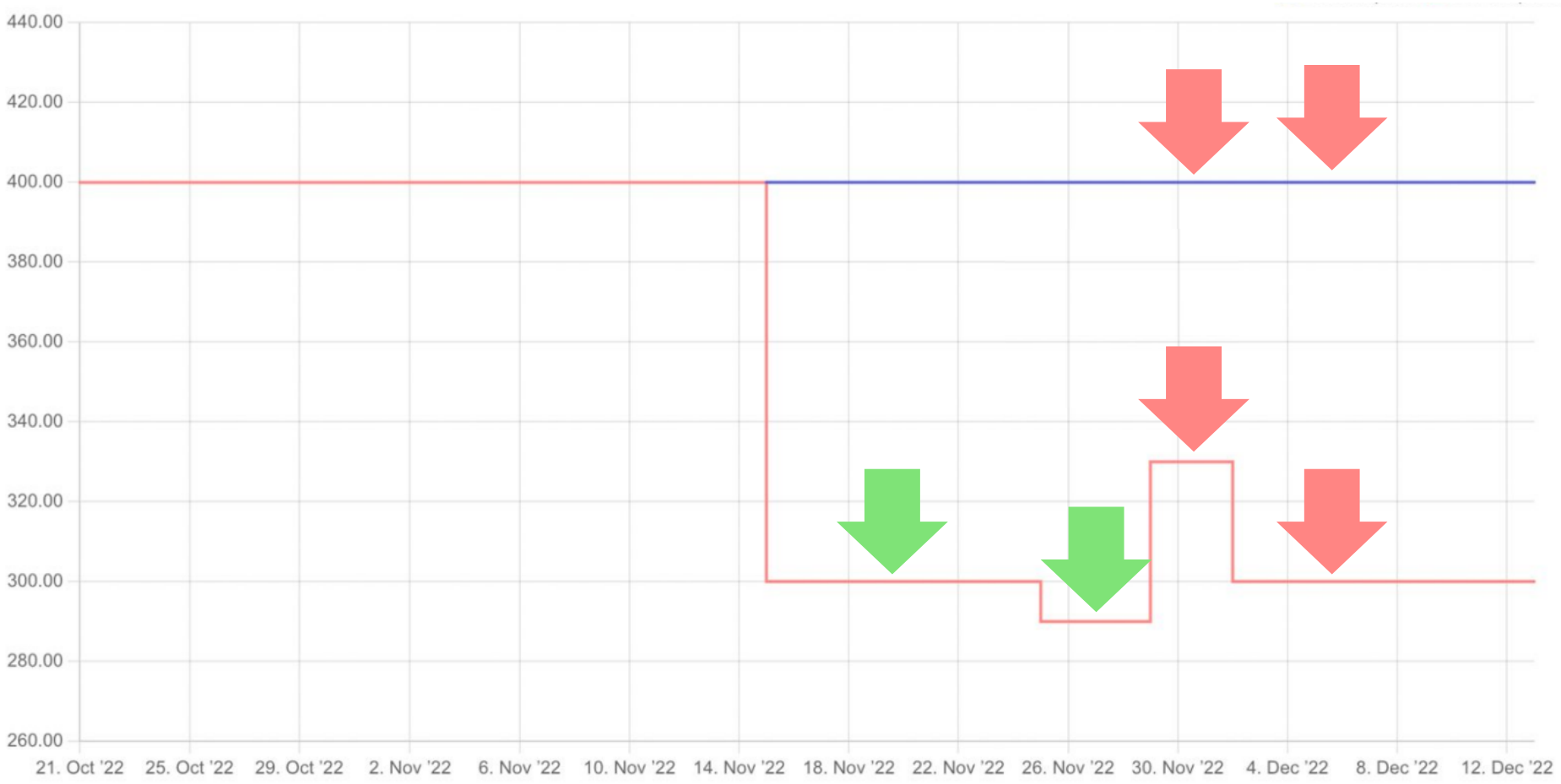
Mustal reedel soodushinna tõstmine



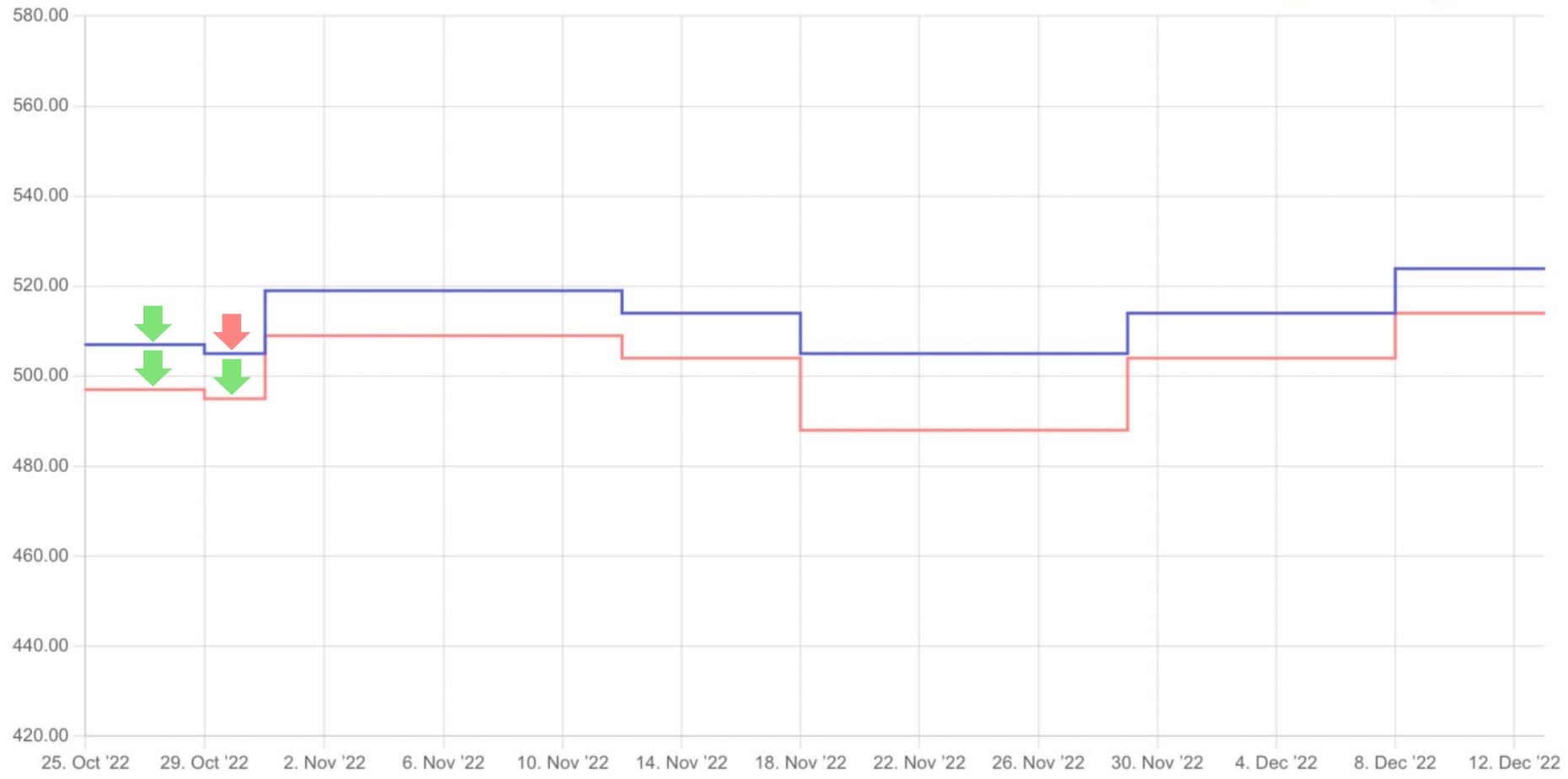
Vale varasem hind



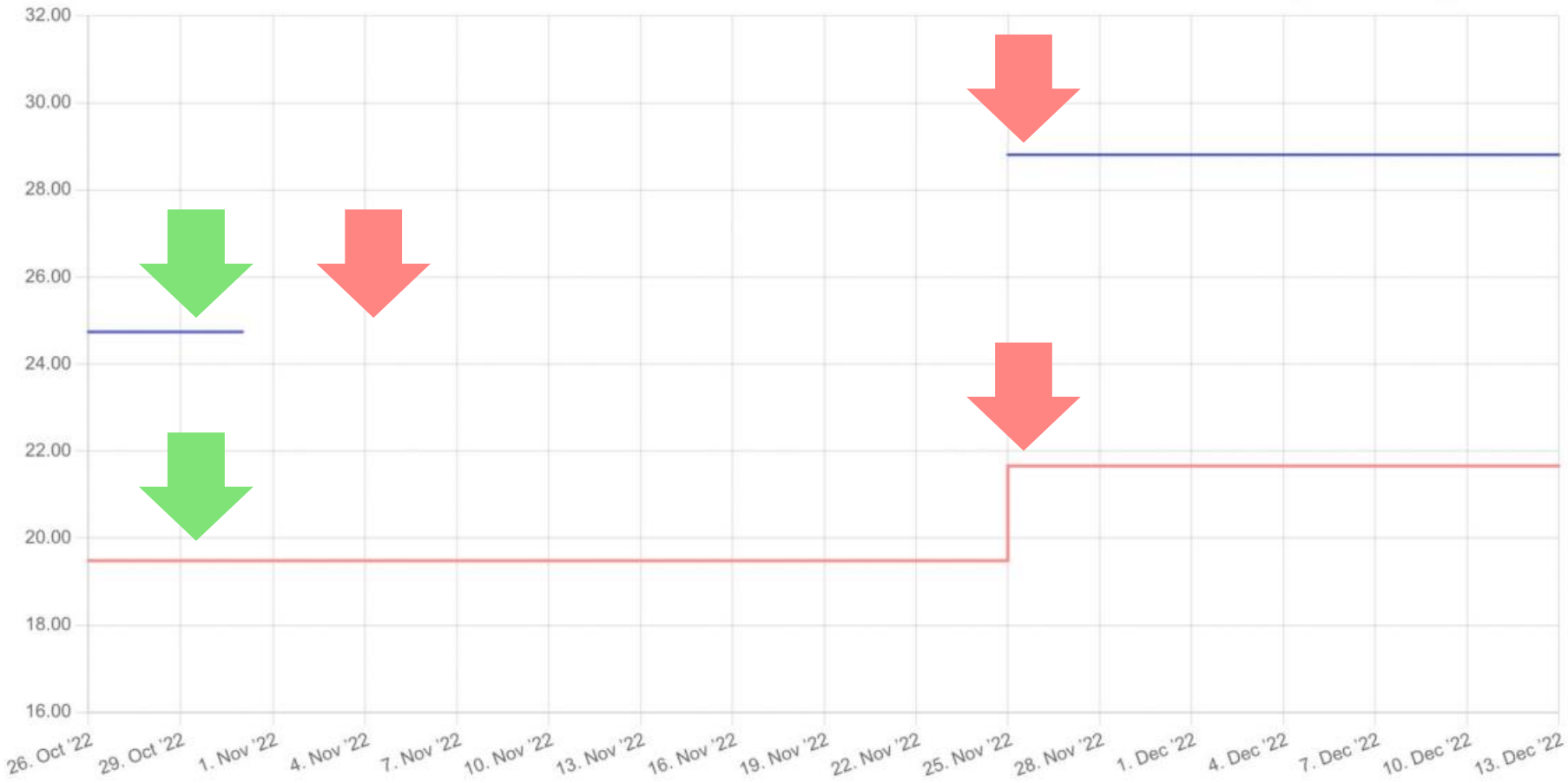
Eksitav varasem hind ja soodushinnad



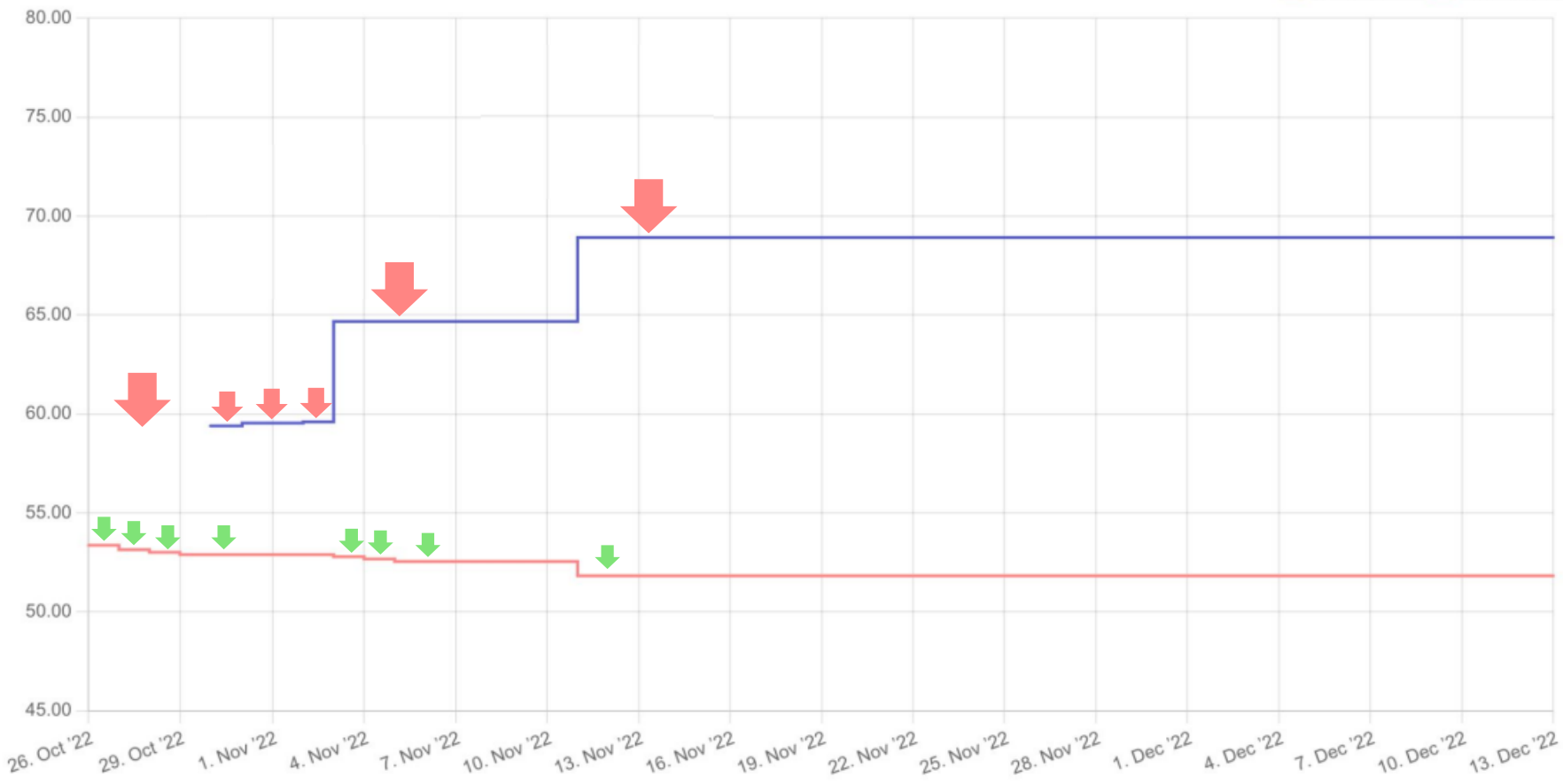
Varasem hind on arvutatud soodushinnast



Varasema hinna eksitav tõstmine



Soodushind langeb, varasem hind tõuseb



Varasem hind Soodushind

Juhised

- Euroopa Komisjoni **suunised** direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a tõlgendamiseks
- Tarbijakaitseseaduse **seletuskiri**
- Tarbijakaitseseaduse muudatustega seotud **küsimused ja vastused**
- Hinna avaldamise määruse **seletuskiri**

TTJA juhendmaterjalid

- TTJA hinna avaldamise **juhend**
- 10.05.2022 infopäeva **ettekanded**
- 100+ **vastust** korduma kippuvatele küsimustele
- Vastused pöördumistele **info@ttja.ee**

Aitäh!

SUUNANÄITAJA

PAUS

Jätkame kell 12.20

SUUNANÄITAJA

Poolte õigused ja kohustused võlaõigusseadusest tulenevalt

Kristina Tammaru
Tarbijate ja ettevõtjate nõustamise osakonna juhataja
TTJA

Kaupleja vastutus tarbijalemüügil

- tarbija õigused lepingule mittevastavuse korral
- tõendamiskohustus
- olulised tähtajad

E-poe õigused ja kohustused tarbijalemüügil

- lepingueelse teavitamise nõuded
- taganemisõigus
- asja väärtuse vähenemine

Asja vastavus lepingule tarbijalemüügi puhul

VÕS § 217[1] Asi peab:

- Sobima **otstarbeks**, milleks seda liiki asju tavaliselt kasutatakse
- Olema seda liiki asjadele tavaliselt omases koguses ja omase **kvaliteedi** ning tavaliste **toimivusomadustega**, sealhulgas **vastupidavuse**, kasutusviisi, ühilduvuse ja turvalisuse poolest, mida tarbija võib mõistlikult eeldada (sh arvestades asja suhtes avalikult tehtud avaldusi, eelkõige reklaamimisel või märgistusel)

  * Vastupidavus on asja võime säilitada tavapärase kasutamise korral oma funktsioonid ja toimivus

- Olema üle antud koos selliste tarvikutega, sealhulgas pakendid, **paigaldusjuhised** või muud juhised, mille saamist võib tarbija mõistlikult eeldada
- Vastama **näidise** või mudeli kvaliteedile ja kirjeldusele, mille müüja on enne lepingu sõlmimist ostjale kättesaadavaks teinud

Müüja vastutus asja lepingutingimustele mittevastavuse puhul

- Tarbijalemüügi puhul vastutab müüja asja lepingutingimustele mittevastavuse eest, mis ilmneb **kahe aasta jooksul alates asja ostjale üleandmisest**.

- Tarbijalemüügi puhul eeldatakse, et **ühe aasta** jooksul alates asja ostjale üleandmisest ilmnenud lepingutingimustele mittevastavus oli olemas asja üleandmise ajal, kui selline eeldus ei ole vastuolus asja või puuduse olemusega.

→ Tõendamine!

Tõendamine

- **Esimese aasta jooksul** ilmnenud puuduse puhul on **müüjal kohustus tõendada**, et tema puuduse eest ei vastuta.
- Tõendamiskohustus tähendab ühtlasi ka seda, et müüja peab kandma **tõendamiskulud**.
- Ühe aasta jooksul ilmnenud puuduste puhul ei ole õigust tarbijalt võtta seadme kontrollimise/käsitluse/diagnostika eest tasu isegi juhul, kui puudus kontrolli käigus ei ilmne või selgub, et tegemist pole tootmisdefektiga.
- Ülejäänud 1 aasta jooksul, mil tarbijal veel kehtib pretensiooni esitamise õigus, võib müüja asjal ilmnenud puuduse põhjuste väljaselgitamise sh diagnostika kulude hüvitamist tarbijalt nõuda üksnes juhul, kui sellest on tarbijat eelnevalt teavitatud.

Mida tarbija saab nõuda?

§ 222 Lepingu täitmise nõue õiguskaitsevahendina

- **asja parandamist või asendamist**, kui see on võimalik ja sellega ei põhjustata müüjale võrreldes teise õiguskaitsevahendi kasutamisega ebaproportsionaalseid kulusid
- Müüja võib keelduda asja lepingutingimustega vastavusse viimisest, kui asja ei ole võimalik parandada või asendada või kui see põhjustaks müüjale ebamõistlikult suuri kulusid
- Kui lepingutingimustele mittevastavus tuleb kõrvaldada asja parandamise või asendamise teel, teeb **ostja asja müüjale kättesaadavaks**. Kui müüja asendab puudusega asja lepingutingimustele vastava asjaga, võib ta nõuda ostjalt puudusega asja tagastamist. Asendatud asja peab müüja tagasi võtma oma kulul.
- **Müüja kannab asja parandamisega või asendamisega seotud kulud**, eelkõige veo-, posti-, töö-, reisi- ja materjalikulud. Kui parandamiseks või asendamiseks on vajalik sellise lepingutingimustele mittevastava asja eemaldamine, mis enne mittevastavuse ilmnemist oli oma laadile ja otstarbele vastavalt paigaldatud, **hõlmab parandamise või asendamise kohustus ka kõnealuse asja eemaldamist ja asendava või parandatud asja paigaldamist või vastavate kulude kandmist.**

Mida tarbija saab nõuda?

§ 223. Müügilepingust taganemine asja lepingutingimustele mittevastavuse tõttu

Tarbija võib müügilepingust taganeda, kui:

- müüja ei ole **asja parandamist või asendamist lõpule viinud**
- **müüja on keeldunud** asja lepingutingimustega vastavusse viimisest
- mis tahes lepingutingimustele mittevastavus ilmneb hoolimata müüja püüdlusest asi lepingutingimustega vastavusse viia;
- lepingutingimustele **mittevastavus on nii tõsine**, et õigustab kohest müügilepingust taganemist
- müüja ei vii asja lepingutingimustega vastavusse mõistliku aja jooksul või tarbijalemüügi korral tarbijale olulist ebamugavust põhjustamata.

Mida tarbija saab nõuda?

- Kui müüja asendab asja, **algab uus** 2-aastane pretensiooni esitamise periood asendatud asja ostjale üleandmisest.
- Kui müüja parandab asja, algab uus 2-aastane pretensiooni esitamise periood kõrvaldatud puuduse suhtes parandamisest arvates uuesti.

Veel olulisi tähtaegu

- Tarbijalemüügi puhul peab tarbija teatama asja lepingutingimustele mittevastavusest müüjale **kahe kuu jooksul** pärast seda, kui ta sai mittevastavusest teada.
- Kaupleja on kohustatud tarbija kaebusele samas vormis vastama ja teavitama tarbija nõude rahuldamisest või kaebuse võimalikust lahendusest **15 päeva jooksul** arvates kaebuse saamises

E-kaubandus – teave kodulehel

VÕS §54 Ettevõtja peab tarbijale lepingueelselt e-poes teatavaks tegema:

- Tõesed **andmed ettevõtja kohta**, mis võimaldavad tarbijal ettevõtjaga reaalselt ühendust võtta. Esitatud peavad vähemalt olema: ärinimi (või nimi), registrikood, teenuse osutaja aadress ja muud kontaktandmed, sealhulgas elektronposti aadress.
- Lepingu eseme **põhiomadused**. Arvestada tuleb, et ettevõtja poolt esitatud teave on ainus, millele tuginedes tarbija ostuotsuse teeb. Kui tarbija teeb vale valiku puuduliku informatsiooni tõttu, on tegemist müügilepingu rikkumisega VÕS § 217 tähenduses ning tarbijal on õigus lepingust kuludeta taganeda ja nõuda ettevõtjalt kahjude hüvitamist (nt kättetoimetamiskulud).
- **Digitaalse sisu** puhul selle kasutusviisi, selle suhtes rakendatavad tehnilised kaitsemeetmed ning selle ühilduvus riist- ja tarkvaraga.
  - digitaalseks sisuks on näiteks muusikafailid, filmid, e-raamatud, arvutiprogrammid, rakendused jmt.
  - näiteks tuleks ettevõtjal esitada info, et DVD-d saab kasutada vaid mingis regioonis, et arvutiprogramm ühildub kindla riistvõi tarkvaraga või töötab vaid teatud operatsioonisüsteemis
- Lepingu eseme **koguhinna** koos maksudega ning kõik täiendavad veo-, posti-, kättetoimetamise või mis tahes muud kulud, kui need kulud tuleb kanda tarbijal

E-kaubandus – teave kodulehel

- **Maksmise, kättetoimetamise ja tellimuse täitmise** kord ning asja kättetoimetamise, teenuse osutamise või muu soorituse tegemise aeg (arve tasumise aeg, tarneperiood, teenuse puhul lepingu täitmise aeg)
- Meeldetuletus, et tarbija saab lepingu eseme lepingutingimustele mittevastavuse korral tugineda **seaduses sätestatud õiguskaitsevahenditele**
- Andmed tarbija võimaluste kohta pöörduda **kohtuvälise kaebusi ja vaidlusi lahendava organi** poole ning pöördumise tingimused.
- **Taganemisõiguse** olemasolu korral selle õiguse kasutamise tingimused, tähtaeg ja kord
- Taganemisavalduse tüüpvorm

E-kaubandus – taganemisõigus

- Tarbijal on õigus sidevahendi abil sõlmitud lepingust **taganeda põhjust avaldamata 14 päeva jooksul**
  - tarbija võib taganeda lepingust 12 kuu jooksul, kui ettevõtja jätab tarbijale enne lepingu sõlmimist teavitamata tarbija lepingust taganemise õigusest
- Kui ettevõtja soovib, et tarbija kannab **kauba tagastamisega seonduvad kulud**, tuleb sellest tarbijat teavitada enne lepingu sõlmimist, vastasel juhul kannab kauba tagastamise kulud ettevõtja
- Taganemisõigus **ei kehti** (loe lisaks VÕS §53):

- asjadele, mis on valmistatud arvestades tarbija **isiklikke vajadusi** või valmistatud tarbija esitatud tingimuste kohaselt. Eritellimusena ei käsitleta olukorda, kus tarbija teeb asja tellimisel valikuid ettevõtja poolt pakutavate variantide hulgast
- suletud pakendis asjale, mis ei ole kõlblik tagasisaatmiseks **tervisekaitse või hügieenilistel põhjustel** kui see on pärast kohaletoimetamist avatud
- asjale, mis rikneb või vananeb kiiresti;
- suletud ümbrises audio- ja videosalvestise või arvutitarkvara üleandmine, kui tarbija on ümbrise avanud
- ….

NB! Taganemisõiguse puudumisest tuleb teavitada enne ostu sooritamist

Väärtuse vähenemine

- Tarbija peab **kasutama kaupa** sellisel viisil, kui on **vaja kauba olemuses, omadustes ja toimimises veendumiseks**. Veendumaks kauba olemuses, omadustes ja toimimises, peaks tarbija käsitsema ja uurima kaupa üksnes nii, nagu tal lubataks seda teha poes
- Kui tarbija on kaupa kasutanud rohkem, kui on vajalik kauba omadustes veendumiseks, **ei välista see tarbija 14-päevast taganemisõigust**, vaid tarbija vastutab kauba väärtuse vähenemise eest
- Kauba väärtuse vähenemine võib seisneda eeskätt puhastamis- ja parandamiskuludes ning kui kaupa ei saa enam müüa uuena, objektiivselt põhjendatud kahjus, mis tekib kauplejale tagastatud kauba müümisel kasutatud kaubana.
- Tarbija ei vastuta asja väärtuse vähenemise eest juhul, kui ettevõtja ei ole juhtinud tarbija tähelepanu taganemisõiguse olemasolule
- Soovitav on kodulehel tagastamisõiguse juures märkida **tingimused**, mis on vajalikud kauba väärtuse vähenemise kaitseks, näiteks pakendi hoolikas avamine, teave, et tarbija peab käsitama kaupa üksnes nii nagu tal lubataks teha seda poes.

E-kaubandus –olulised tähtajad

- **Tellimus tuleb täita hiljemalt 30 päeva** jooksul, kui lepinguga ei ole kokku lepitud teisiti
- Kui tarbija lepingust taganeb, tuleb talle tema poolt tasutu koos kauba kättetoimetamise postikuluga **tagastada viivitamata, kuid mitte hiljem kui 14 päeva jooksul** taganemisteate jõudmisest ettevõtjani
- Ettevõtja võib maksega viivitada kuni tarbija on talle tagastanud lepingu esemeks olnud asja või esitanud tõendi, et ta on selle asja tagasi saatnud

Ettevõtja peab jälgima häid kaubandustavasid ning hoiduma ebaausate kauplemisvõtete kasutamisest

- Täienenud on tarbijakaitseseaduse § 16 lg 8 – kauplemisvõtete loetelu, mida peetakse alati eksitavaks ja nende kasutamine on keelatud:
- …
- väide, et **arvustuse** on esitanud kaupa või teenust kasutanud või selle ostnud tarbija, ilma et kaupleja oleks kasutanud mõistlikke ja proportsionaalseid meetmeid väite kontrollimiseks;
- tõele mittevastava tarbija arvustuse või toetusavalduse esitamine või selle teisele isikule ülesandeks tegemine või tarbija arvustuse või tehtud toetusavalduse väärkasutamine kauba või teenuse reklaamimiseks.

Internetipõhine kauplemiskoht

- Kauplemiskoht, kus tarbija saab sõlmida teise kaupleja või tarbijaga lepinguid sidevahendi abil (ostukeskkonnad)

Platvormi haldajal tuleb avaldada:

- teave selle kohta, kas internetipõhises kauplemiskohas asju, teenuseid, digitaalset sisu või muid hüvesid pakkuv kolmas isik on **ettevõtja või mitte**
- kui kolmas isik, kes pakub asju, teenuseid, digitaalset sisu või muid hüvesid, **ei ole ettevõtja, siis teave selle kohta, et lepingu suhtes ei kohaldata** Euroopa Liidu tarbijakaitseõigusest tulenevaid **tarbija õigusi**

- **Keelatud on** veebipõhise **otsingufunktsiooni kaudu tehtud otsingu tulemuste esitamine**, selgelt avalikustamata makstud reklaami või makset, mis on tehtud kauba või teenuse kõrgema koha saavutamiseks otsingutulemuste järjestuses

Aitäh!

SUUNANÄITAJA

TARBIJAVAIDLUSTE LAHENDAMINE

SUUNANÄITAJA

Sissejuhatavad märkmed

- Mõned sissejuhatavad müüdid – mida arvavad tarbijad … ja mida kauplejad
- Tarbijavaidluste arv ja tulemused
- Praktiline vaade kaupleja seisukohast, mida ja miks peab kaupleja teadma tarbijavaidluste komisjoni menetlusest
- Olulisemad asjad, mida peaks teadma ja tegema tarbijavaidluse korral (või nende vähendamiseks)

Enne tarbijavaidlust -pretensiooni esitamine

- Tarbija poolt pretensiooni esitamine
- Kaupleja ülesanded pretensiooni lahendamisel
- Vaidluse algatamine ja vaidluse lahendamine kohtuvälises vaidluste lahendamise organis
- Kes vaidluseid lahendavad

Vaidluse ennetamine

- Pretensiooni lahendamine
- Lahenduste pakkumine
- Menetluses osalemine ja koostöö, mõistlik käitumine tarbijasuhtes
- Kompromiss ja vaidluste lahendamine lepituse abil. Nõustamine
- Asendamine, parandamine, taganemine

Mis on tarbijavaidlus?

- Tarbijavaidluse sisu, tarbijaleping
- Vaidluse pooled – tarbija ja kaupleja. Kes võib vaidluse algatada
- Komisjoni pädevus, vaidlused, mis ei ole komisjoni pädevuses tarbijavaidlused
- Vaidluse lahendamise üldised põhimõtted. Kuidas komisjon töötab – töövorm, dokumendid, keel, üldised menetlusnõuded
- Kuidas vaidlused lahenevad

Mille üle vaieldakse ???

- Peamised vaidluste valdkonnad
- Peamised vaidlusküsimused
- Peamised takistused, mis ei võimalda vaidluse lahendamisel soovitud tulemuseni jõuda
- Mida saab kaupleja teha, et vaidlusi vähendada- kokkulepped, puuduste kõrvaldamine

Peamised nõuded kaebusele

- Avaldusele tuleb lisada koopia kõigist tõenditest, dokumentidest: nt arve; maksmist tõendav dokument (kviitung, maksekorraldus); dokument, mis tõendab nõuet (tellimus); kaebus kauplejale; kaupleja vastus (kirjavahetus, mis tuleb salvestada ühe tervikuna, et oleks nähtavad nii saatja ja saaja kui ka saatmise kuupäeva andmed) ja muud asjas tähtsust omavad dokumendid (nt leping, fotod, sõltumatu eksperdi hinnang jms).
- Avalduses toodud väited peavad olema tõendatud.

Kaupleja ja tarbija kohustused komisjoni menetluses

- Osalemine ja teabe andmine
- Asjaolude tõendamine
- Tarbimiskeskkonna areng 21 sajandil ja selle mõju vaidlustele
- Komisjoni õigused – poolte ärakuulamine ja lepitamine

Osalemis- ja tõendamiskohustus

- Kaupleja ja tarbija tõendamiskoormis
- Kuidas ja millega tõendada
- Ekspertiisid ja nende tellimine
- „Sõna-sõna“ vastu vaidlused
- Menetluskulud ja nende kandmine

Tõendamise erisusi

- Eeldatakse kaupleja tegutsemist professionaalselt majandustegevuses koos pädevusega hinnata toodet.
- Tarbija ise ei ole üldjuhul toote puudust, selle tekkepõhjust võimeline hindama. Defekti päritolu saab tõendada sõltumatu ekspert, vastava eriala pädev spetsialist, kel on erialased teadmised, et hinnata asjal tekkinud puuduse põhjus-tagajärg seost. Näiteks võib selleks olla sarnaste toodete parandamise/tootmisega tegelev ettevõtja, garantiiremondi tegija jms.
- Tarbija **kohustus on teavitada kauplejat tekkinud puudusest kahe kuu jooksul**, kui märkas, et asi on katki või ei tööta nii, nagu vaja. Sealjuures on oluline, et asja pärast puuduse avastamist võimalikult vähe kasutataks.

Olulisemad menetlusetapid

- Eelmenetlus. Menetlus tarbijavaidluste komisjoni sekretariaadis. Eelmenetluses tehtavad toimingud
- Menetlus komisjonis. Komisjoni poolt tehtavad toimingud. Asja arutamine
- Komisjoni otsus ja selle tegemine

Vaidluse lahendamine ja otsuse täitmine

- Komisjoni otsus
- Komisjoni otsuse täitmine ja täitmata jätmise tagajärjed
- Nn „ must nimekiri“
- Komisjoni otsuse vaidlustamine

Vaidluste vähendamise võimalused: tüüptingimused ja kauplemisvõtted

- Tüüptingimused ja tarbijavaidlused
- Ebaausad kauplemisvõtted – eksitavad või agressiivsed
- Kokkulepete fikseerimine
- Vajalikud juhend ja abimaterjalid

Mõni näide veel…

- Hügieenilised põhjused ja väärtuse vähenemine
- Mõistlik aeg ja ebamugavused
- Kodutehnika ja selle transport
- Kui kindel on veekindel
- Kasutatud sõiduk ja selle puudused
- Millal on kokkulepitud ja millal mitte
- Maailma asjade ja vaidluste keerukus ja võimalused ületavad mõnikord mõistuse piire…

Lõpetuseks

- Tänan kõiki kuulamast, vaatamast ja arutamast!

Arukat ostmist - kauplemist ja tarka vaidlemist!

- info@ttja.ee
- avaldus@komisjon.ee
- veiko.kopamees@ttja.ee

Tagasiside küsitlusele palume vastata Sli.do kaudu:

www.slido.com või sli.do, kood #2541008

Hoia end ka edaspidi värskete teadetega kursis ning liitu meie infokirjaga kodulehel ttja.ee!

SUUNANÄITAJA