

KINNITATUD  
Eesti Advokatuuri juhatuse  
19. märtsi 2013. a otsusega

MUUDETUD  
Eesti Advokatuuri juhatuse  
5. aprilli 2016. a otsusega

## **ADVOKAADI JA ADVOKAADIÜHINGU REKLAAMI JUHEND<sup>1</sup>**

Käesolev juhend on kehtestatud advokatuuriseaduse § 12 p 18 alusel.

### **§ 1. Advokaadi ja advokaadiühingu reklaam**

(1) Reklaamiseaduse kohaselt on advokaadil ja advokaadiühingul lubatud oma tegevust reklaamida, kui reklaam ei ole vastuolus advokaadi kutse-eeskirja nõuetega ja heade tavadega ning reklaam ei kutsu üles lepingut sõlmima.

(2) Mõiste „advokaat” hõlmab käesolevas juhendis advokaati, advokaadiühingut ja advokaadibüroo pidajat advokatuuriseaduse tähenduses.

(3) Reklaamiseaduse kohaselt on reklaam 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.

### **§ 2. Nõuded reklaamile**

(1) Reklaamis peab selgelt eristatavalt sisalduma reklaami tellinud advokaadi nimi, tema registreerimisel olev või registreeritud Eesti või Euroopa Ühenduse kaubamärk või domeeninimi.

(2) Advokaadi ja advokaadiühingu reklaam peab vastama reklaamile kohalduvatele üldistele nõuetele.

(3) Advokaat võib avaldada kontrollitavaid arvandmeid, mis väljendavad advokaatide arvu, nende senist kogemust ja tegevust, kõnealuses valdkonnas kaitstud või esindatud klientide arvu, klientide mingitesse gruppidesse kuuluvust vms objektiivselt mõõdetavaid andmeid.

(4) Reklaamimisel tuleb arvestada, et keelatud on kõlvatu konkurents. Kõlvatu konkurents on ebaaus äritegevus, heade kommete ja tavadega vastuolus olevad teod, sealhulgas:

1) eksitava teabe avaldamine, avaldamiseks esitamine, tellimine, konkurendi või tema kauba halvustamine;

2) konfidentsiaalse teabe kuritarvitamine, konkurendi töötaja või esindaja ärakasutamine.

---

<sup>1</sup> Reklaami osas saab lisateavet mh:

Advokatuuriseadus: <https://www.riigiteataja.ee/akt/AdvS>

Eesti Advokatuuri Eetikakoodeks: <https://www.advokatuur.ee/est/oigusaktid/eetikakoodeks>

CCBE eetikakoodeks: <https://www.advokatuur.ee/est/oigusaktid/eetikakoodeks/euroopa-eetikakoodeks>

Reklaamiseadus: <https://www.riigiteataja.ee/akt/111032016007>

Tarbijakaitseseadus: <https://www.riigiteataja.ee/akt/111032016008>

Keeleseadus: <https://www.riigiteataja.ee/akt/131122015022>

Infoühiskonna teenuse seadus: <https://www.riigiteataja.ee/akt/112072014048>

(5) Elektrooniliste kontaktandmete kasutamisel otseturustamiseks tuleb järgida elektroonilise side seaduse vastavat regulatsiooni.

### **§ 3. Kliendi andmed teabe avaldamisel**

Advokaadi või advokaadiühingu reklaam ei tohi kliendi nõusolekuta sisaldada kliendi nime ega teavet, mida advokaat on saanud seoses õigusabi osutamisega. Reklaamis on lubatud kliendi ja õigusabi sisu avaldamine kliendi nõusolekuta ainult juhul, kui selline teave on vähemalt samas mahus juba õiguspäraselt avalikustatud või muul viisil avalikkusele kättesaadavaks tehtud. Seaduse kohaselt avalikustamisele kuuluvat teavet, k.a avalike kohtuasjade teavet, või massiteabevahendite vahendusel kliendi enda või kolmandate isikute avaldatud teavet tohib advokaat kasutada reklaamis ulatuses, milles see on juba avaldatud või kuulub seaduse kohaselt avaldamisele.

### **§ 4. Advokaadi sõltumatus**

Advokaadi sõltumatuse põhimõttega on vastuolus reklaam, milles kolmas isik pakub avalikkusele advokaadi teenuseid koos oma teenustega või oma teenuste koosseisus.

### **§ 5. Kutse-eesitika nõuded reklaamimisel**

(1) Advokaat ei tohi reklaamimisel häirida isikuid, kellele teave on suunatud, kui neil isikul puudub võimalus keelduda selle vastuvõtmisest. Elektroonilised ringkirjad, uudistelehed, perioodilised teavitused, koolituskutsed vms peavad olema varustatud käsklusega, mis võimaldab saajal eemaldada soovi korral ennast teabe saajate nimekirjast.

(2) Reklaam võib osutada vastuolus olevaks vääriskuse põhimõttega, kui see on pealetükkiv, intensiivne, kasutab tähelepanu püüdmiseks ebatavalisi vahendeid või häirib avalikkust muul moel.

## **Reklaamile kohalduvad üldnõuded**

Advokaadi ja advokaadiühingu reklaam peab vastama järgmistele nõuetele:

### **1. Reklaamiseaduse nõuded:**

- 1.1 Reklaam ei tohi otseselt ega kaudselt alavääristada või muul viisil halvustada isikut, tema nime, kaubamärki, geograafilist tähist, tegevust, tegevusala, kaupa, teenust ega üritust. (RekS § 3 lg 4 p 9)
- 1.2 Reklaam ei tohi muuhulgas
  - 1.2.1 esitada valeteavet (RekS § 3 lg 4 p 11);
  - 1.2.2 jätta muljet, et esitataval teabel on teaduslik alus, kui see tegelikult puudub (RekS § 3 lg 4 p 14);
  - 1.2.3 jätta muljet, et kaubal või teenusel on eriomadused, kui sellised omadused on iseloomulikud kõigile samalaadsetele kaupadele või sama liiki teenustele (RekS § 3 lg 4 p 16).
- 1.3 Reklaam on eksitav, kui see annab eksitavat teavet kauba, teenuse, kauba müügi või teenuse osutamise hinna ja hinna tasumise tingimuste kohta. (RekS § 4 lg 2 p 3)
- 1.4 Reklaamis on keelatud kasutada teaduslike või muude uuringute tulemusi, tsitaate teaduslikest ja tehnilistest väljaannetest, samuti statistilisi ning teaduslikke andmeid eksitaval viisil. (RekS § 4 lg 3)
- 1.5 Reklaamis, milles otseselt või kaudselt osutatakse samal kaubaturul tegutsevale konkurendile või konkurendi pakutavale kaubale või teenusele, mis täidab samu vajadusi või on ette nähtud samaks otstarbeks kui reklaamitav kaup või teenus, peab võrdlus põhinema võrreldava kauba või teenuse ühel või mitmel asjakohasel, olulisel ja tõendataval tunnusel, milleks võib olla ka hind. (RekS § 5 lg 1)
- 1.6 Võrdluse kasutamisel ei tohi reklaam muu hulgas:
  - 1.6.1 põhjustada reklaami tellija ja tema konkurendi, samuti reklaami tellija ja tema konkurendi kaubamärkide, nimede, kaupade või teenuste, nende oluliste tunnuste ega müügitingimuste segiajamist või tõenäolist segiajamist. (RekS § 5 lg 2 p 1)
  - 1.6.2 põhineda konkurendi kaubamärgi, nime ja muude eristatavate tunnuste maine ega konkureeriva kauba päritolunimetuse enda huvides ärakasutamisel. (RekS § 5 lg 2 p 2)
- 1.7 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. (RekS § 5 lg 3)

## 2. Tarbijakaitseseaduse nõuded:

- 2.1 Tarbijal on muu hulgas õigus saada pakutavate kaupade ja teenuste kohta vajalikku ja tõest teavet teadliku valiku tegemiseks ning õigeaegset teavet kauba või teenusega seotud riskide kohta. (TKS § 3 p 2)
- 2.2 Kauba või teenuse tarbijale pakkumine ja müük ning muul viisil turustamine peab toimuma head kaubandustava arvestades ning tarbija suhtes ausalt. Kauba või teenuse pakkumine peab olema kavandatud ja teostatud nii, et tarbijale oleks selge pakkumise äriiline eesmärk. (TKS § 14 lg 1)
- 2.3 Ebaausa kauplemisvõtte kasutamine on keelatud nii enne kui ka pärast kauba või teenusega seonduva tehingu tegemist, samuti tehingu tegemise ajal. (TKS § 14 lg 2)
- Kauplemisvõtte on kaupleja tegevus, tegevusetus, teguviis või esitusviis, kommertsteadaanne, sh reklaam, ja turustamine, mis on otseselt seotud kauba või teenuse reklaamimise, pakkumise, müügi või tarnimisega tarbijale või tarbijalt asja ostmisega (TKS § 13 lg 1)
- 2.4 Eelkõige on ebaaus tarbijat eksitav või tema suhtes agressiivne kauplemisvõtte. (TKS § 15 lg 9)
- 2.5 Eksitava kauplemisvõtte läbi edastatud teave on ebaõige siis, kui see sisaldab muu hulgas valeandmeid:
- 2.5.1 kauba või teenuse olemasolu või olemuse kohta. (TKS § 16 lg 2 p 1)
  - 2.5.1 hinna või hinna arvutamise aluste või konkreetse hinnaeelise olemasolu kohta. (TKS § 16 lg 2 p 4)
- 2.6 Kauplemisvõtte on eksitav ka siis, kui selle mõjul konkreetsetes olukorras, arvestades kauplemisvõtte kõiki asjaolusid, teeb või tõenäoliselt teeb keskmine tarbija tehinguotsuse, mida ta muul juhul ei oleks teinud, ja kui kauplemisvõttega seonduv muu hulgas kauba või teenuse turundusviis, sealhulgas võrdlev reklaam, mis tekitab segadust seoses konkurentide kaupade või teenuste, kaubamärkide, ärinimede või muude eristatavate tunnustega. (TKS § 16 lg 4 p 1)
- 2.7 Eksitavaks peetakse kauplemisvõtet ka siis, kui sellest konkreetsetes olukorras kõiki kauplemisvõtte asjaolusid ning sidevahendiga seotud piiranguid arvestades ei selgu oluline teave, mida keskmine tarbija vajab teadliku tehinguotsuse tegemiseks, kui sellega on varjatud olulist teavet või esitatud teavet ebaselgelt, arusaamatult, mitmetähenduslikult, mitteõigeaegselt või kui ei ole mainitud kauplemisvõtte äriolist eesmärki, ja viimane ei selgu juba kontekstist ning selle mõjul teeb või tõenäoliselt teeb keskmine tarbija tehinguotsuse, mida ta muul juhul ei oleks teinud. (TKS § 16 lg 6 p 1-3)
- 2.8 Kui teabe edastamiseks kasutatav sidevahend seab teabe edastamisele ruumilised või ajalised piirangud, võetakse teabe esitamata jätmise üle otsustamisel arvesse nimetatud piirangud ning kaupleja meetmeid teabe muul viisil tarbijale kättesaadavaks tegemiseks (TKS § 16 lg 7)
- 2.9 Eksitavaks ja keelatud peetakse alati kauplemisvõtet, mis muu hulgas kirjeldab kaupa või teenust sõnadega «prii», «tasuta» või muu samalaadse väljendiga, kui

tarbija peab tasuma muude kulude eest, kui pakkumisele reageerimise ja kauba kättesaamise või kohaletoimetamisega seotud vältimatud kulud. (TKS § 16 lg 8 p 20)

- 2.10 Ostukutse puhul on oluline teave, kui see ei selgu juba kontekstist, muu hulgas:
- 2.10.1 kauba või teenuse hind koos maksudega või hinna arvutamise alused, kui kauba või teenuse olemusest tulenevalt ei ole võimalik hinda eelnevalt välja arvutada. (TKS § 17 lg 2 p 3)
  - 2.10.2 kauba või teenuse eest tasumise kord, kui see erineb kaupleja ametialase hoolsuse nõuetest (TKS § 17 lg 2 p 5)

2.11 Agressiivne on kauplemisvõtte, millega tarbija valikuvabadust piiratakse kaupmehepoolse ahistamise, sunni või liigse mõjutamise tõttu. Näiteks mulje loomine, et tarbija ei saa enne lepingu sõlmimist lahkuda, järjekindlate ja soovimatute pakkumiste tegemine telefoni või e-posti teel, tasu nõudmine tarbijale saadetud tellimata kauba eest jms. Valik näiteid agressiivsetest ning alati keelatud kauplemisvõtetest:

- tarbija külastamine tema kodus, eirates tarbija palvet lahkuda või mitte tagasi tulla: tarbija juurde koju tuleb tolmuimejaid müüv müügiagent, et tutvustada oma toodet. Mõne aja pärast on tarbijale selge, et ta seda tolmuimejat ei soovi, kuid agent jätkab järjekindlalt oma esitlust ega soovi lahkuda;
- kohese või hilisema tasu nõudmine tarbijale kaupleja poolt kättetoimetatud kauba eest, mida tarbija ei ole tellinud;
- mulje loomine, et tarbija ei saa lahkuda enne lepingu sõlmimist;
- mulje loomine, et tarbija on juba võitnud, võidab või pärast teatud tegevust võidab auhinna või saab muud kasu, kui tegelikult auhind või muu samaväärne kasu puudub või kui auhinna kättesaamine eeldab tarbijalt raha maksmist või muid kulutusi: otsepostitusel saadetakse tarbijatele kaubakataloogid ja kataloogil on teave „Olete võitnud tasuta CD”. Tegelikult peab aga tarbija kataloogist tellima, et lubatud võitu saada;
- tarbijale antud sõnaselge teadaanne, et kauba või teenuse ostmata jätmise ohustab kaupleja tööd või sissetulekut.

### **3. Elektroonilise side seaduse nõuded:**

3.1 Füüsilisest isikust sideteenuse kasutaja või kliendi elektrooniliste kontaktandmete kasutamine otseturustuseks on lubatud üksnes tema eelneval nõusolekul. Nõusolek peab vastama isikuandmete kaitse seaduse §-s 12 sätestatud tingimustele. (ESS § 103<sup>1</sup> lg 1)

3.2 Juriidilisest isikust sideteenuse kasutaja või kliendi elektrooniliste kontaktandmete kasutamine otseturustuseks on lubatud juhul, kui:

- 1) kontaktandmete kasutamisel antakse iga kord selge ja arusaadav võimalus tasuta ja lihtsal viisil keelata oma kontaktandmete selline kasutamine;
- 2) isikul võimaldatakse oma õigust keeldumisele realiseerida elektroonilise side võrgu kaudu. (ESS § 103<sup>1</sup> lg 2)

3.3 Kui isik saab seoses toote müügi või teenuse osutamisega füüsilisest või juriidilisest isikust ostja elektroonilised kontaktandmed, võib eelnevast nõusolekus olenemata kasutada neid kontaktandmeid ostjale oma samasuguste toodete või teenuste otseturustuseks juhul, kui:

- 1) ostjale antakse tema elektrooniliste kontaktandmete esmase kogumise ajal selge ja arusaadav võimalus tasuta ja lihtsal viisil keelata oma kontaktandmete selline kasutamine;
- 2) ostjale antakse iga kord, kui tema elektroonilisi kontaktandmeid kasutatakse otseturustuseks, selge ja arusaadav võimalus tasuta ning lihtsal viisil keelata oma kontaktandmete selline kasutamine;
- 3) ostjal võimaldatakse oma õigust keeldumisele realiseerida elektroonilise side võrgu kaudu. (ESS § 103<sup>1</sup> lg 3)