

SOOVITUSLIK JUHEND ETTEVÕTJATELE

“ENERGIAJOOKIDE REKLAAM JA MÜÜK LASTELE”

SISSEJUHATUS

Tarbijakaitseameti poolt on välja töötatud käesolev soovituslik juhend “Energiajookide reklaam ja müük lastele” selleks, et tagada eetiline ja kõlbeline kauplemine kõnealuses valdkonnas.

Juhendi järgimine on soovituslik energiajoogi tootjatele, turustajatele, reklaami tellijatele ja valmistajatele ning sellest juhendumine on märk heast äritegevusest. Ainuüksi seadused ja kohtulahendid ei reguleeri ühiskonna käitumisnorme, vaid kehtivad ka head tavad, käitumiskoodeksid ja traditsioonid ehk kirjutamata seadused. Samuti tekib olukord, kus piir seadusliku-ebaseadusliku ja moraalse-amoraalse vahel on hägune ja võib kultuuritraditsiooniti paljugi erineda.

Tänapäeva ühiskond elab masstarbimises, kus inimene on kahestunud ühelt poolt tootjaks ja teiselt tarbijaks. Me ei suuda enam elada teiste poolt osutatavaid teenuseid pidevalt tarbimata, millest tulenevadki erilised tarbimissuhted. Päevast päeva käib võitlus iga vähegi võimaliku tarbija pärast, millest ei jäeta kõrvale ka lapsi.

Tarbijaõiguse eesmärgiks on kaitsta majanduslikult nõrgemat osapoolt. Laps tarbijana kujutab endast sõna otseses mõttes nõrgemat ja kergemini mõjutatavat poolt kommertstegevuses, kes ei suuda alati arvestada oma tegude ja valikute tagajärgi. Sellest tulenevalt on kehtestatud ka konkreetsemad piirangud lastele mõeldud ja neid mõjutava reklaami osas. Samuti on kehtestatud ka piirangud laste kasutamisele reklaamides. Samas on ilmselge, et kõiki nüansse ei saa seadusega reguleerida ning nii mitmedki lastega seotud küsimused on pigem seotud just eetika ja heade kommete ning tavadega.

Üheks selliseks teemaks on ka energiajookide turustamine ja reklaam lastele.

Energiajook on suhteliselt uus toode nii Eesti kui ka kogu Euroopa Liidu turul ning toote mõju tarbijatele ei ole teaduslikust aspektist väga palju uuritud. Samas need uuringud, mis käesolevaks ajaks läbi on viidud, näitavad vaid toote negatiivset mõju selle tarbimisel. Seda nii laste kui ka täiskasvanute puhul. Mõningates Euroopa Liidu maades on energiajoogi müük lastele keelatud nagu näiteks Prantsusmaal ja Iirimaa ning ka Taanis.

Energiajoogid on küllaltki uus jookide liik, mis on Eestis turule tulnud viimastel aastakümnetel. Energiajookideks nimetatakse jooke, mis sisaldavad süsivesikuid, vitamiine, mineraalaineid ja lisaks neile muid toimeaineid. Uuringud viitavad, et kofeiini mõju noorte käitumisele ilmneb suurenenud ärrituvuse, närvilisuse või rahutusega. See mõju on tingitud kofeiini oluliselt suuremas päevases koguses energiajookide pruukimisel. Ka tauriini tavapärasest suuremad kogused võivad

põhjustada käitumishäireid.

http://www.kliinikum.ee/doc/tervis_koigile/Muu/Energiajoogid.pdf

Energiajookidest ja nende mõjust on kirjutatud mitmetes artiklites, uuringutes ja infomaterjalides. Näiteks on Tervise Arengu Instituut oma 2007. a väljaantud infomaterjalis “Energiajoogid” avalikustanud muuhulgas teabe:

Energiajookide mõju noorte tervisele on kahjuks veel vähe uuritud. Samas võib kindlalt väita, et energiajookidega liialdamine võib tekitada käitumisprobleeme. Maaailmas on tuhandeid teisi jooke – eelistage tervislikumaid valikuid!

Energiajookide suure kofeiinisalduse tõttu on mitme riigi ametkonnad soovitanud nende jookide tarvitamisel hoiduda järgmistel gruppidel: Lapse ja noored, südamehaiged, rasedad, kofeiini suhtes tundliku inimesed”

http://www.kliinikum.ee/doc/tervis_koigile/Muu/Energiajoogid.pdf

Veel näiteid artiklitest ja materjalidest, mis on kajastanud energiajookide mõju:

“Seni võib energiajookide tarbimismõju kohta järeldusi teha Austria tarbimismudeli alusel (aastatel 2000–2001) ja mõningate põhiliste toimeainete kohta tehtud toksikoloogiliste uuringute põhjal. Selgub, et energiajoogi mõju avaldub kehakaalu kilogrammi kohta: mida väiksem on kaal, seda suuremat mõju avaldavad energiajoogis sisalduvad organismi virgutavad ained. Näiteks Irimaal on seetõttu alla 16aastastele energiajookide müük keelatud.”

<http://www.parnupostimees.ee/070408/tarbija/10084275.php>.

“Prantsusmaal keelati energiajoogi Red Bull müük ära pärast seda, kui suri 18-aastane atleet, kes oli seda enne korvpallimängu joonud neli purki. Tema surma põhjuseks märgiti täiskasvanu äkksurma sündroom.”

http://tartu.postimees.ee/241207/tartu_postimees/tarbija/302028.php.

Ülemaailmselt on suund tervislikumaks toitumiseks ja seda ka Eestis. Sotsiaalminister on 15. jaanuari 2008. a määrusega nr 8 “Tervisekaitse nõuded toitlustamisele koolieelses lasteasutuses ja koolis” kehtestanud nõuded koolitoidu menüü koostamisele ning sellest nähtub, et joogiks ei pakuta veepõhiseid maitsestatud jooke, sh energia- ja spordijooke (§ 5 lg 7 p 15) <https://www.riigiteataja.ee/ert/act.jsp?id=12912436>.

http://www.tervisekaitse.ee/documents/haridusjasotsiaal/2008/seletuskiri_uuele_maarusele.pdf.

Paljud koolid on antud sätet laiendanud ka koolipuhvetites pakutavale ehk siis ka puhvetites, kohvikutes ei pakuta joogiks karastusjooke ning energia- ja spordijooke.

Tuginedes ülaltoodule on Tarbijakaitseamet koostanud juhendi, mida peaksid arvestama ettevõtjad, kes on seotud energiajookide valmistamise, müügi, turustamise või reklaamiga ning kelle sooviks on juhendada eelkõige headest kommetest ja tavadest ning lähtuda eetilise äritegevusest.

MÕISTED

Laps – Lapsena käsitatakse isikut, kes on noorem kui 18 aastat (RekS § 8 lg 1).

<https://www.riigiteataja.ee/ert/act.jsp?id=12945067>

Täielik teovõime on 18-aastaseks saanud isikul (täisealisel) (TsüS § 8 lg 2).

<https://www.riigiteataja.ee/ert/act.jsp?id=12806823>

Reklaam – teave, mis on avalikustatud mis tahes üldtajuval kujul, tasu eest või tasuta, teenuse osutamise või kauba müügi suurendamise, üritus edendamise või isiku käitumise avalikes huvides suunamise eesmärgil.

<https://www.riigiteataja.ee/ert/act.jsp?id=12945067>

Välireklaam – avalikus kohas asuv, avalikust kohast või keskkonnast jälgitav reklaam.

Reklaami avalikustaja – füüsiline või juriidiline isik või riigi-või kohaliku omavalitsuse asutus (edaspidi isik), kes reklaami avalikult esitab, edastab, näitab või levitab. <https://www.riigiteataja.ee/ert/act.jsp?id=12945067>

Toit – mõiste “toit” on töödeldud, osaliselt töödeldud või töötlemata aine või toode, mis on mõeldud inimestele tarvitamiseks või mille puhul põhjendatult eeldatakse, et seda tarvitavad inimesed. Mõistega “toit” hõlmatakse joogid, närimiskumm ja muud ained, kaasa arvatud vesi, mis on tahtlikult lülitatud toidu koostisesse tootmise, valmistamise või töötlemise ajal.

Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus nr 178/2002 art 2

Energiajookideks nimetatakse jooke, mis sisaldavad süsivesikuid, vitamiine, mineraalaineid ja lisaks neile muid toimeaineid. Energiajookides kasutatakse palju selliseid toimeaineid nagu kofeiin, tauriin, glükoronolaktoon, erinevaid taimseid ekstrakte ja teisi aineid, mis võivad esineda joogis üksi või koos.

http://www.kliinikum.ee/doc/tervis_koigile/Muu/Energiajookid.pdf

Lastele suunatud reklaam (RekS § 8)

(1) Käesolevas seaduses käsitatakse lapsena isikut, kes on noorem kui 18 aastat.

(2) Reklaam, mille sihtgrupi moodustavad peamiselt lapsed, peab arvestama nende eest tuleneva kehalise ja vaimse eripäraga.

(3) Reklaami sihtgrupiks ei tohi olla lapsed, kui reklaamitava kauba müümine või teenuse osutamine lapsele on keelatud.

(4) Reklaam, mille sihtgrupi moodustavad peamiselt lapsed, ei tohi:

1) luua muljet, et mõne kauba omandamine või teenuse kasutamine muudab lapse teistest paremaks või et selle puudumisel on vastupidine mõju;

2) tekitada lapses alaväärsustunnet;

3) sisaldada üleskutset selliseks käitumiseks või teoks, mille tulemusena laps satub või võib sattuda ohtlikku olukorda;

4) sisaldada last hirmutavaid elemente;

- 5) ära kasutada lapse usaldust vanema, õpetaja või teiste isikute vastu;
- 6) sisaldada pöördumist lapse poole, millega teda otseselt või kaudselt kutsutakse üles nõudma teiselt isikult reklaamitava kauba omandamist või teenuse kasutamist;
- 7) otseselt õhutada last iseseisvalt tehinguid tegema.

(5) Reklaam on keelatud koolieelse lasteasutuse, algkooli, põhikooli, gümnaasiumi ja kutseõppeasutuse kasutuses olevates ruumides.

(6) Käesoleva paragrahvi lõikes 5 sätestatud ei kohaldata reklaamile:

- 1) lapse käitumise avalikes huvides suunamiseks;
- 2) lastele suunatud ürituste ja huvihariduses osalemise ning edasiõppimisvõimaluste kohta;
- 3) õppe- ja kasvatus töö välisel ajal, kui seal toimub üritus täisealistele.

SOOVITUSED REKLAAMI JA TOOTE ESITLEMISEL

1. Reklaam on keelatud koolieelse lasteasutuse, algkooli, põhikooli, gümnaasiumi ja kutseõppeasutuse kasutuses olevates ruumides. Seega ei tohi energiajooji reklaam paikneda eelpoolloetletud asutuste ruumides (RekS § 8 lg 5);
2. Energiajookide reklaame ei ole soovitatav esitleda lasteasutuste vahetus läheduses;
3. Reklaami avalikustaja peab järgima, millal ja kus ta oma reklaami avalikustab ning vastavalt sellel järgima ka õigusaktides kehtestatud. Juhul kui reklaam avalikustatakse sellises kanalis, kus seda saavad jälgida ka lapsed ning reklaam on tõlgendatav kui lastele suunatud reklaam, siis sellisel juhul tuleb järgida ka reklaamiseaduses lastele suunatud reklaamile kehtestatud nõudeid; Ka internetireklaami puhul on tegemist avalikust kohast jälgitava reklaamiga.
4. Energiajookide reklaamides ei ole soovitatav kasutada lapsi ega lastekirjanduse või lastesaadete tegelasi või lastepäraseid multifilmi lahendusi, kuna see võib tekitada lastel liigset huvi reklaamitava vastu;
5. Energiajookide tootjatel ja turustajatel ei ole soovitatav pakkuda energiajooke müügiks lasteasutustes asuvasse müügipunkti (puhvetitesse ja kohvikutesse);
6. Lastele suunatud ürituste sponsoreerimisel tuleb arvestada asjaoluga, et reklaamiks ei peeta sponsorteates avaldatud spondeerija nime, kaubamärki ega ka teavet tema antud materiaalse toetuse kohta. Seega saab sponsoriks olla ettevõtja, mitte aga tema toode;
7. Lastele suunatud veebilehtedel ei ole soovitatav esitleda energiajooji reklaame ega ka linke energiajooji tootja või turustaja veebilehele;
8. Energiajoojid ei ole kohased lastele suunatud tarbijamängude auhindadena. Samuti ei ole soovitatav müügiesituskampaania läbiviimine, kus

energiajookide ostmisel saab või on võimalik saada tasuta või tavapärasemast väiksema tasu eest lastele atraktiivseid auhindu. Samuti ei ole soovitatav jagada energiajooke auhindadena lasteüritustel.

9. Koolivihikutes, -kaustikutes ja ajakirjades ning muudes analoogsetes lastele suunatud toodetes ei ole soovitatav energiajoogi reklaame esitleda;
10. Energiajookide reklaamimisel ringhäälingus ei ole soovitatav energiajookide reklaami esitleda enne ega peale lastele suunatud saateid ega ka nende ajal. Energiajookide reklaamimisel on soovitatav reklaamis ära märkida, et tegemist on täiskasvanutele mõeldud tootega, mis aitaks lastel vältida vääriti mõistmist antud toote suhtes

Soovitusliku juhendi on heaks kiitnud ka mitmed ametkonnad ja ühendused nagu näiteks Sotsiaalministeerium, Haridus- ja Teadusministeerium, Tervisekaitseinspeksioon ning Eesti Lastevanemate Liit.