



Õiguskantsler

Mait Palts
Kaubandus-Tööstuskoda
koda@koda.ee

Teie 21.03.2018 nr 4/79

Meie 12.07.2018 nr 6-1/180582/1803185

Tubakatoodete väljapanekukeelu põhiseaduspärasus

Palusite kontrollida, kas [tubakaseaduse muutmise seaduse](#) § 1 punkt 15 on kooskõlas [Eesti Vabariigi põhiseaduse](#) (PS) §-dega 32 ja 31, mis sätestavad omandipõhiõiguse ja ettevõtlusvabaduse.

01.07.2019 jõustub [tubakaseaduse](#) (TubS) §-s 22 lg 3¹, mis keelab tubakatoote või sellega seonduva toote nähtava väljapaneku ja selle kaubamärgi esitlemise jaekaubanduse müügikohas. Sisuliselt keelatakse tubakatoodete ja seonduvate toodete ning kaubamärkide müügikohtades eksponeerimine.

Väljapanekukeelu kehtestamisega piiratakse tubakatoodete müügiarendust ja seeläbi vähendatakse ilmselt ka tarbimist – see ongi piirangute eesmärk. Seadusandja ootuste kohaselt peaks tubakatoodete väljapaneku keeld ennekõike mõjutama alaealisi tubakatoodete kasutamisega mitte alustama, aga kaitsma inimesi tubakatoodete kahjuliku mõju eest ka laiemalt.

Väljapanekukeeld piirab rahvatervise huvides PS §-s 32 sätestatud omandipõhiõigust, õigust kasutada kaubamärki kui omandit, ning PS §-st 31 tulenevat ettevõtlusvabadust. Ettevõtjal on õigus omandipõhiõiguse kaitsele ning õigus olla vaba riigi sekkumisest. Riigikohtu praktika kohaselt piisab ettevõtlusvabaduse piiramiseks igast mõistlikust põhjusest (RKHKo 11.04.2016, [3-3-1-75-15](#)), mis johtub avalikust huvist või teiste isikute õiguste ja vabaduste kaitse vajadusest, ning on kaalukas ja õiguspärane. Põhiseadus näeb ette, et riik peab ennetavate meetmete toel kaitsma inimeste tervist (PS § 28). Arvestades rahva tervise kaitse vajadust ning seda, et vajadusel saab ja tuleb rahva tervise kaitseks rakendada ennetavalt ka selliseid abinõusid, mille tõhusust ei ole võimalik tõsikindlalt ja täpselt prognoosida, ei saa pidada tubakatoodete väljapaneku keeldu ebaproportsionaalseks.

Mõistan seisukohti, mille kohaselt taolised piirangud ja keelud suunavad kasutama raskemini kontrollitavaid reklaamikanaleid ning reklaamivõtteid ning võivad tekitada hoopis protesti. Kas taolised piirangud on mõistlikud või mitte, saab otsustada vaid Riigikogu. Prognoosidel rajanevate ja teistes demokraatlikes õigusriikides kasutatavate (vt selle kohta V Kokkuvõte) piirangute abstraktne õiguslik vaidlustamine oleks eelmainitud põhjustel edutu.

I Vaidlustatud norm ja selle vastuvõtmisele eelnenud menetlus

1. Tubakatoodete väljapaneku keeld jõustub 01.07.2019 ja on sätestatud TubS § 22 lõikes 3¹.

§ 22. Keelud tubakatoote ja tubakatootega seonduva toote jaemüügil

(3¹) Tubakatoote või tubakatootega seonduva toote jaekaubanduse müügikohas kõnealuse toote nähtav väljapanek ja selle kaubamärgi esitlemine on keelatud, välja arvatud:

- 1) tubakatoote või tubakatootega seonduva toote müügile spetsialiseerunud jaekaubanduse müügikohas tingimusel, et müüdivad tooted ja nende tähistamiseks kasutatavad kaubamärgid ei ole nähtavad väljaspool müügikohta;
- 2) rahvusvahelisel liinil sõitval laeval;
- 3) reisisadama ja lennujaama kinnisel territooriumil tegutsevas jaekaubanduse müügikohas;
- 4) tubakatoote või tubakatootega seonduva toote jaekaubanduse müügikohas antav kaubanduslik teave kaubandustegevuse seaduse § 10 tähenduses sõnalisel kujul tubakatoote või tubakatootega seonduva toote nime ja kaubamärgi ning hinna kohta.

2. Väljapanekukeelu põhiseaduspärasuse kohta esitasid eelnõu menetlemise ajal [arvamuse](#) eelkõige muudatusest puudutatud isikud: Tubakatootjate Eesti Assotsiatsioon MTÜ ja Philip Morris Eesti OÜ. Samuti analüüsis eelnõu põhiseaduspärasust Sotsiaalministeerium, Riigikogu Kantselei õigus- ja analüüsisiosakond ja Riigikogu põhiseaduskomisjon. Väljapaneku keelu kehtestamise vajalikkust kinnitas Riigikogu esimehele 09.03.2017 saadetud [toetuskirjas](#) Maailma Terviseorganisatsioon (WHO).
3. Väljapanekukeelust teavitati eelnõu menetluse käigus Euroopa Komisjoni, kes ei esitanud selle kehtestamise kohta vastuväiteid. Küll aga olid väljapanekukeelu vastu Itaalia ja Portugal. Arvestades nende riikide tähelepanekute sisu, oleks võinud neid arutada eelnõu menetluse käigus ka Riigikogus. Eelnõu [seletuskirjast](#) võib aru saada, et Riigikogu liikmed olid neist arvamustest huvitatud, kuid pole selge, kas asjakohane teave nendeni jõudis.

II Väljapanekukeelu formaalne põhiseaduspärasus

4. Formaalne põhiseaduspärasus tähendab, et põhiõigusi piirav õigustloov akt vastab pädevus-, menetlus- ja vorminõuetele ning määratuse ja seadusereservatsiooni põhimõtetele.
5. Väljapanekukeeldu kehtestava seadusemuudatuse võttis Riigikogu vastu menetluskorda järgides 13. detsembril 2017 ja seadus kuulutati välja 29. detsembril 2017. Seadus avaldati Riigi Teatajas 8. jaanuaril 2018.
6. Seega vastab seadusemuudatus formaalse põhiseaduspärasuse nõuetele.
7. Põhiseaduse järgi võtab seadusi vastu Riigikogu ja seaduste vastuvõtmise korra sätestab [Riigikogu kodu- ja töökorra seadus](#) (PS § 59 ja § 104 lõige 1). Riigikogu kodu- ja töökorra seaduse järgi ei pea eelnõu ettevalmistamise ajal koostama väljatöötamiskavatsust. Väljapanekukeelu kohta ei ole väljatöötamiskavatsust koostatud, kuid seda ei saa pidada menetlusnõuete rikkumiseks.¹ Hea õigusloome ja normitehnika eeskiri on täitevvõimu enesekorralduslik meede, seega ei mõjuta väljatöötamiskavatsuse puudumine väljapanekukeelu formaalset põhiseaduspärasust.

¹ Riigikohus on seoses väljatöötamiskavatsusega leidnud ([RKPJKo 20.12.2016, 3-4-1-3-16, p 110](#)), et isegi juhul, kui eelnõu ettevalmistaja oleks rikkunud [hea õigusloome ja normitehnika eeskirjas](#) sätestatud nõudeid, ei tooks see kaasa seaduse formaalset põhiseadusvastasust.

III Põhiõiguste riive

8. Väljapanekukeeld riivab PS §-s 32 sätestatud omandipõhiõigust, õigust kasutada kaubamärki kui omandit, ning PS §-st 31 tulenevat ettevõtlusvabadust.
9. Omandipõhiõiguse (PS § 32) kaitsealas on intellektuaalomandiga seonduvad varalised õigused, sh ka kaubamärk. Intellektuaalomand hõlmab nii loometöö tulemusi kui ka investeringuid. Kaubamärgi eksponeerimine võimaldab saada kasu toodete müügist, mis mõjutab selle kaudu ka kaubamärgi omaniku varalist positsiooni.
10. Tubakatoodete väljapaneku keeld (omandipõhiõiguse riivena) ei jäta kaubamärgiomanikke kaubamärgist ega selle kasutamise võimalusest ilma. Kaubamärk on endiselt registreeritud omaniku nimele ning kaubamärkide kasutamine pakenditel on jätkuvalt lubatud. Samas on kaubamärgi peamine ülesanne toodet teistest eristada ja tarbijat teavitada. Seda ülesannet täidab kaubamärk üksnes enne tarbija ostuotsust, sest ainult sel hetkel saab tarbija tooteid omavahel võrrelda. Kaubamärgi funktsioon seisneb niisiis selles, et tarbija saaks kaubamärke võrreldes valida konkreetse toote või teenuse, mitte selles, et tarbija saaks alles pärast toote ostmist kaubamärki vaadata. Kaubamärki kasutatakse kauba müügi suurendamiseks, mida keelu kehtestamisega üritataksegi piirata. Seetõttu ei ole kahtlust, et piirang mõjutab kaubamärgi omaniku õigusi.
11. Ettevõtlusvabadus tähendab, et riik ei tohi seada ettevõtlusele põhjendamatuid takistusi. Ettevõtlusvabaduse kaitsealasse kuulub „tulu saamise eesmärgil toimuv tegevus“ (RKHKo 15.01.2015, [3-3-1-68-14](#), p 17). Ettevõtlusvabadus kaitseb ettevõtja võimalust toimida turu tingimustes riigi põhjendamatu sekkumiseta. Tubakatoodete väljapaneku eesmärk on neid võimalikult laialt eksponeerida, mis annab tarbijale võimaluse pakutavatest toodetest ja kaubamärkidest rohkem teada saada ning mõjutab omakorda tarbija ostuotsust ja müüjate tulu. Väljapanekukeeluga piiratakse nii tulu saamise eesmärgil toimuvat tegevust kui ka tubakatoodete müügi korraldust. Seega riivab tubakatoodete väljapaneku keeld ettevõtlusvabadust.

IV Väljapaneku keelu materiaalne põhiseaduspärasus

12. Põhiõigust riivav õigusakt on kooskõlas põhiseadusega, kui piirang on kehtestatud põhiseadusega lubatud eesmärgi saavutamiseks ning on proportsionaalne (PS § 11).

Väljapanekukeelu legitiimne eesmärk

13. Tubakaseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskirja järgi on tubakatoodete väljapaneku keelu peamine eesmärk tagada rahva tervise tõhusam kaitse (sh alaealiste tervise kaitse), ja ennetada ning vähendada tubakatoodetest ja nendega seonduvatest toodetest tuleneva sõltuvuse levikut ühiskonnas.
14. Rahva tervise tõhusama kaitse vajadust põhjendatakse seletuskirjas pikaajaliste uuringutega, mis kinnitavad, et tubakatarbimine põhjustab mitmeid surmavaid haigusi. Tubakatarbimise piiramine vähendab varajast suremust ja haigestumist mitmetesse kroonilistesse haigustesse. Samuti vähendab see otseseid ja kaudseid tervishoiu- ja muid kulutusi, mida ühiskond peab kandma (nt sissetuleku kaotamine halva tervise tõttu, töölt puudumine, töövõimetuse ja puudega seotud hüvitiste kulud riigile, tuleõnnetustega seotud kulud jne), pikendab inimeste eluiga ja parandab elukvaliteeti ning seeläbi ka riigi majanduslikku jõukust.

15. Eeltoodust lähtudes on tubakatoodete väljapaneku keelu legitiimne eesmärk seotud PS § 28 tuleneva tervisekaitse põhiõigusega. PS § 28 lg 1 rakendamiseks peab riik ennetavate meetmete toel kaitsma inimeste vaimset ja füüsilist tervist. Riigil tuleb võtta meetmeid, et inimeste elukeskkond oleks tervislik ja ohutu. Tubaka kahjulik mõju tervisele on üldteada. Seega on eelnõul legitiimne eesmärk – rahva tervise kaitse.

Proportsionaalsuse hindamine

16. Põhiõiguse piirangu proportsionaalsust kontrollitakse kolmel astmel. Esmalt hinnatakse abinõu sobivust, siis vajalikkust ja vajadusel ka proportsionaalsust kitsamas tähenduses ehk mõõdukust.

Meetme sobivus

17. Sobiv on niisugune abinõu, mis soodustab piirangu eesmärgi saavutamist. Seejuures ei pea abinõuga eesmärki tingimata saavutama, vaid piisab sellest, kui tehakse samm õiges suunas, ja vahendiga, mis seotud eesmärgi saavutamisele kaasa aitab.
18. Kuna tubakatoodete väljapaneku keelu eesmärk on rahva tervise kaitse ja see abinõu ilmselt aitab tarbimist vähendada, sobib keeld seda eesmärki täitma. Eelnõu seletuskirja kohaselt ei ole selge, kas väljapanekukeelu kaudu on eesmärki igal juhul võimalik saavutada, kuid keeld aitab eesmärgi saavutamisele kaasa. Seega võib niisugust abinõu sobivaks pidada.

Meetme vajalikkus

19. Abinõu on vajalik siis, kui eesmärki ei ole võimalik saavutada mõne teise, isikut vähem koormava abinõuga, mis on vähemalt sama tõhus kui esimene. Avaliku võimu rakendatav abinõu on vajalik kitsamas tähenduses, kui puudub teine sobiv ja vähemalt sama mõjus, kuid põhiõigusi vähem kitsendav abinõu.
20. Väljapanekukeelu alternatiiviks on näiteks tubakatoodete müük ainult spetsiaalsetes tubakamüügilitsentsiga müügikohtades; tubakatooteid müüvate kaupluste suuruse piirang; müügikohtade arvu piirang; pakendi standardiseerimine (põhitoon on hall, kaubamärkide kasutamine pakendil keelatud); tubakatoodete müük ainult eraldi kassast/müügiletist; ettevõtjate eneseregulatsioon jne.
21. Kõige leebemaks vahendiks põhiõiguste piirangu seisukohast on eelnevas loetelus ettevõtjate eneseregulatsioon. Selle efektiivsuses on samas põhjust kahelda. Ettevõtjate eneseregulatsioon saab olla ainult vabatahtlik, selle rakendamine eeldab kulutusi ja piirab tulu teenimist, millest ettevõtjad huvitatud ei ole. Näiteks Soomes loobuti väljapanekukeelust leebemate meetmete kehtestamisest muu hulgas just seetõttu, et tubakatoodete esitlemise võimalusi on lõputult, ning neid kõiki ei saa seadusesätetes ette näha. Samuti tooks see kaasa suurema järelevalve vajaduse.
22. Väljapanekukeelu ühe vastuargumendina on nimetatud keelu rakendamise kulusid. Eesti Kaupmeeste Liidu tellitud uuringust „[Kaupmeeste hinnangud tubakatoodete väljapanekukeelu majanduslikule mõjule Eesti jaekaubanduses](#)“ nähtub, et tubakatoodete väljapanek müügikohtades on praegu korraldatud nii, et tubakatooted ei ole enamasti riulilt vabalt kättesaadavad – nii on see 83 % müügikohtadest. Samas on tubakatoodete nähtavust piiratud

palju vähem – üksnes 3,9 % müügikohtades. Küsitluse tulemustest selgub, et enamik muudatusi väljapanekukeelu rakendamiseks ei ole väga kulukad, need jäävad keskmiselt 400–1300 euro piiridesse. Konservatiivsete stsenaariumide korral on kogukulu sektorile hinnanguliselt 0,3–2 miljonit eurot ja kallimate lahenduste korral 2,8–12,3 miljonit eurot. Kaupmeeste hinnangul võib tubakatoodete väljapaneku keelu rakendamine märgatavalt vähendada suure osa müügikohtade (43 %) käivet – käive võib langeda üle 10 %.

23. Meetme vajalikkuse hindamisel on oluline arvestada kirjeldatud uuringu tulemustega ning asjassepuutuva rahvatervise statistikaga. Neid asjaolusid arvestades saab hinnata, kas eesmärki on võimalik saavutada mõne teise, kuid isikut vähem koormava abinõuga, mis on vähemalt sama efektiivne kui väljapaneku keeld.
24. Tubakapoliitika roheline raamatu kohaselt on täiskasvanute seas igapäevasuitsetajaid 26,02 %, endisi suitsetajaid 23,98 % ja juhusuisetajaid 8,2 %. Igapäevasuitsetajate osakaal Eestis (26 %) on suhteliselt sarnane Euroopa Liidu riikide keskmisega (25,8 %). Samas on suitsetamisega seotud surmajuhtumite osakaal Eestis Euroopa Liidu teiste liikmesriikidega võrreldes suurem (vastavalt 37,6 % ja 32,9 %).² Siinjuures ei maksa unustada, et tubakas soodustab ka haigestumist erinevatesse haigustesse, mis omakorda mõjutab elukvaliteeti.
25. Tervise Arengu Instituudi (2014. aastal) tehtud Eesti täiskasvanute ja kooliõpilaste tervisekäitumise uuringute ning üldise terviseinfo kohaselt on tubakatarvitamine Eesti koolinoorte seas suur probleem. Suitsetamisega alustatakse varakult – nii poisid kui ka tüdrukud teevad seda keskmiselt 12-aastaselt. Iga päev suitsetab 3,1 % kooliõpilastest – 3,7 % poistest ja 2,5 % tüdrukutest. Viimastel aastatel on populaarseks saanud e-sigaret. Seda on tarvitanud 33 % 11–15-aastasest õpilastest (38 % poistest ja 28 % tüdrukutest). Vanuse kasvades suureneb ka e-sigareti tarvitamine.
26. Eelnõus ongi väljapanekukeelu vajalikkust põhistatud alaealiste tervise kaitsega ja vajadusega ennetada noorte suitsetamist. Eelnõu menetlemisel on tuginetud mitmele uuringule, mis kinnitavad, et tubakatoodete väljapanek mõjutab noori suitsetamisega alustama. Mitmed teadusuuringud näitavad, et alaealiste seas on kolm populaarseimat sigaretimarki need, mida kõige rohkem reklaamitakse ning mis saavad väljapanekus kõige rohkem ruumi. Uuringu autorid järeldasid, et sigaretipakkide silma alt ära panemine vähendaks alaealiste eksponeeritust sigarettide kaubamärkidele lausa 83 %.³ Samamoodi nagu reklaami, on hinnatud ka väljapaneku mõju noortele. WHO käsitab seda kui üht reklaami vormi just selle uudsuse, kujunduse ja värvide tõttu ning reklaam mõjub tõendatult noortele – see ärgitab noori suitsetamisega alustama ning säilitab nende huvi suitsetamise vastu. Alaealised on tubakatoodete reklaami suhtes kõige vastuvõtlikumad ning selle vastu puuduvad teised, kuid sama tõhusad meetmed.
27. Seega nähtub asjakohasest statistikast, et alaealiste kokkupuuted tubakatoodetega on Eestis märkimisväärsed. Tubakatoodete negatiivne tervisemõju on üldiselt teada ning see avaldub ka rahvatervise statistikas. Keeluga kaasnev kogukulu müügisektorile (hinnanguliselt 0,3-2 miljonit eurot) ei ole tähtsusetu, kuid see ei kaalu üles rahva tervise ja eriti alaealiste tervise kaitseks võetud meetmete asjakohasust. Seega saab abinõu pidada vajalikuks.

² Tubakapoliitika roheline raamat (lk 5).

³ Feighery, E.C., Ribisl, K.M., Schleicher, N., Lee, R.E. and Halvorson, S. (2001). Cigarette advertising and promotional strategies in retail outlets: results of a statewide survey in California. *Tobacco Control*, 10(2): 184.

Meetme mõõdukus

28. Piirang on mõõdukas, kui kasutatud vahendid on proportsionaalsed soovitud eesmärgiga. Abinõu mõõdukuse üle otsustamiseks tuleb kaaluda ühelt poolt põhiõiguse riive ulatust ja intensiivsust, teiselt poolt aga eesmärgi tähtsust. Mida intensiivsem on põhiõiguse riive, seda kaalukamad peavad olema seda õigustavad põhjused.
29. Tubakapoliitika rohelise raamatu kohaselt vähendab tubakatoodete väljapaneku keeld suitsetamist 0,12%. Eelnõu järgi aitab abinõu ka ära hoida noorte suitsetama hakkamist ja mõjutab tubakatoodete tarbimisharjumusi. Seega on kitsamas tähenduses proportsionaalsuse kontrollimisel oluline hinnata, kas väljapanekukeeluga saavutatav eesmärk ja ennetav mõju noortele kaalub üles kaubamärgi omanike ja kasutajate omandipõhiõiguse ja müüjate ettevõtlusvabaduse riive ulatuse ja intensiivsuse.
30. Tubakatoodete väljapaneku keelu on Euroopas kehtestanud praeguseks Soome, Ühendkuningriik, Iirimaa, Norra, Island, Horvaatia, Ungari ja Moldova. Mitmes riigis on selle kehtestamine arutusel. Senised uuringud on samas ([WHO materjalide](#) põhjal) näidanud, et Soomes on olnud väljapanekukeelu otsene mõju pigem tagasihoidlik (89 % uuringus osalenust väitsid, et nad ei muutnud oma harjumuspärast käitumist tubakatoodete ostmisel) ning Iirimaa 2007. ja 2010. aastal tehtud ulatuslikud uuringud pole tuvastanud keelu mõju sigarettide läbimüügile. Samas Ühendkuningriigi suuremates kauplustes kiirendas väljapanekukeeld 2012. aastal tubakatooteid tarvitavate elanike osakaalu vähenemist. Seega puuduvad ühesed andmed, et eraldivõetuna just väljapanekukeeld mõjutaks oluliselt seniste tubakatarbijate käitumist.
31. Seevastu näitavad [mitme riigi kogemused](#), et tubakatoodete väljapaneku keelu mõjul vähenes märkimisväärselt suitsetavate noorte osakaal. Eelnõu seletuskirja kohaselt on piisavalt tõendeid, et müügikohas tehtav reklaam ja tubakatoodete väljapanek jaekaubanduses mõjutab ostuotsust. Näiteks Islandil, kus meede võeti kasutusele 2001. aastal, vähenes suitsetavate 10. klassi õpilaste hulk 2007. aastaks 16 %-ni (1999. aastal oli see 28 %). Kuigi otseselt ei ole see ainult ühe abinõu rakendamise tulemus, peetakse müügikohas tubakatoodete väljapaneku keeldu suurima positiivse mõjuga meetmeks. Iirimaaal täheldati, et väljapanekukeeld mõjutas kohe noorte suhtumist suitsetamisse. Kanadas on 15–17-aastaste suitsetamine vähenenud 30 % (2005. aastal 13,7 % ja 2008. aastal 9,7 %). Selgelt paremad tulemused on Kanada neis osades, kus tubakatoodete väljapaneku keeld on kehtinud kauem.
32. Rahva tervise kaitse on väga tähtis eesmärk. Väljapaneku keeld on üks võimalik abinõu, millega saab rahvatervist kaitsta, kuigi tõsikindlaid andmeid konkreetselt selle piirangu tõhususest suitsetamise üldisele vähendamisele ei ole (Tubakapoliitika rohelises raamatus prognoositakse vähenemist 0,12 % võrra). Meetme mõju avaldub ka alles tükk aega peale piirangu kehtestamist.
33. Samas tuleb rahva tervist kaitsta ennetavalt ja iseäranis oluline on ennetav sekkumine noorte tervise kaitseks. Riikide praktika näitab, et noorte käitumise mõjutamisel on väljapanekukeeld olnud ka tõhus. Arvestades, et tubakatoodete väljapaneku keeld mõjutab eelkõige alaealiste tervise kaitset tubakatoodete tarbimise piiramise kaudu, ning avaldab suitsetamise leviku vähenemisele mõju alles pikema aja möödudes, ei ole ka väljapanekukeelu tulemused ega tubakatoodetest lähtuva ohu reaalsus ja ulatus eriti alaealiste tervise puhul kohe nähtavad. Seetõttu saab abinõu pidada just alaealiste tervise kaitse seisukohalt oluliseks.

34. Väljapanekukeelu ettevõtlusvabadusse sekkumise ulatuse ja intensiivsuse hindamisel tuleb arvestada, et keelu rakendamisele on kehtestatud mitu erandit (nt eraldi poed tubakatoodete müügiks) ning kaubamärgi kasutamine ei kao – kaubamärgi leiab sõnalisel kujul ka hinnakirjast ja/või kataloogist. Seega küll piiratakse võimalust kaubamärki eksponeerida, mis eeldatavalt vähendab kaubamärgist saadavat kasu, kuid kuna kaubamärgi kasutamine on piiratud ulatuses võimalik, on omandipõhiõiguse ja ettevõtlusvabaduse riived mõõduka intensiivsusega.
35. Kokkuvõttes kaalub avalikku huvi arvestades rahva tervise kaitse eesmärk (sh iseäranis alaealiste tervise kaitse) üles ettevõtjatele seatud piirangud. Väljapanekukeeldu saab pidada rahva tervise kaitse tagamisel mõõdukaks abinõuks.

V Kokkuvõte

Tubakatoodete väljapaneku keelu kehtestamisel on aluseks PS §-st 28 tulenev tervisekaitse põhiõigus, mille kohaselt peab riik ennetavate meetmete toel kaitsma inimeste vaimset ja füüsilist tervist. Tubakatarbimisest tingitud kahjulik mõju tervisele on tõestatud, mistõttu tuleb võtta meetmed tubakatoodete tarbimise piiramiseks ja sellest tingitud kahjude vähendamiseks ja ennetamiseks. Eriti oluline on seejuures noorte tervise kaitse.

Väljapanekukeelu mõju suitsetamisharjumusele ei avaldu kohe, vaid pikema aja möödudes. Seda kinnitavad Iirimaa, Islandi ja Kanada uuringud, mis tehti enne ja pärast selle abinõu rakendamist. Tõenäoliselt avaldub keelu mõju alles mitme aasta pärast – siis, kui uus põlvkond on üles kasvanud. Kuigi pole teada, kui palju täpselt mõjutab väljapanekukeeld alaealiste tervist ja tubakatoodete tarbimisharjumusi, võib olulise hüve (rahvatervis) kaitseks juba ennetavalt võtta kasutusele abinõud kahjude ärahoidmiseks.

Lugupidamisega

/allkirjastatud digitaalselt/

Ülle Madise

Rait Sannik 693 8438
Rait.Sannik@oiguskantsler.ee