



# Svensk författningssamling

## Lag om ändring i marknadsföringslagen (2008:486)

SFS 2022:656

Publicerad  
den 3 juni 2022

Utfärdad den 25 maj 2022

Enligt riksdagens beslut<sup>1</sup> föreskrivs<sup>2</sup> i fråga om marknadsföringslagen (2008:486)

*dels* att 3, 12, 22 a, 29 och 30–32 §§ ska ha följande lydelse,

*dels* att det ska införas fyra nya paragrafer, 12 a–12 c och 14 a §§, och närmast före 12 b, 12 c och 14 a §§ nya rubriker av följande lydelse.

**3 §<sup>3</sup>** I denna lag avses med

*affärsbeslut*: ett beslut som fattas av en konsument eller en näringsidkare om huruvida, hur och under vilka förutsättningar en produkt ska köpas, om hela eller delar av köpesumman ska betalas, om produkten ska behållas eller överlåtas, eller om en avtalsenlig rättighet i samband med produkten ska utnyttjas, oavsett om konsumenten eller näringsidkaren beslutar att handla eller att avstå från att handla,

*digitalt innehåll*: data som framställs och tillhandahålls i digital form,

*digital tjänst*: en tjänst som gör det möjligt för konsumenten att skapa, bearbeta, lagra eller få tillgång till uppgifter i digital form, eller att utbyta uppgifter eller interagera på annat sätt med uppgifter i digital form som laddas upp eller skapas av konsumenten eller av andra användare av tjänsten,

*driftskompatibilitet*: förmåga att fungera med annan hårdvara eller programvara än sådan som normalt används med samma typ av varor med digitala delar, digitalt innehåll eller digitala tjänster,

*elektronisk post*: ett adresserat eller på något annat sätt individualiserat elektroniskt meddelande i form av text, röst, ljud eller bild som sänds via ett allmänt elektroniskt kommunikationsnät och som kan lagras i nätet eller i mottagarens terminalutrustning tills mottagaren hämtar det,

*god marknadsföringssed*: god affärssed eller andra vedertagna normer som syftar till att skydda konsumenter och näringsidkare vid marknadsföring av produkter,

*kompatibilitet*: förmåga att utan konvertering fungera med sådan hårdvara eller programvara som normalt används med samma typ av varor med digitala delar, digitalt innehåll eller digitala tjänster,

*konsument*: en fysisk person som handlar huvudsakligen för ändamål som faller utanför näringsverksamhet,

<sup>1</sup> Prop. 2021/22:174, bet. 2021/22:CU19, rskr. 2021/22:308.

<sup>2</sup> Jfr Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/2161 av den 27 november 2019 om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler, i den ursprungliga lydelsen.

<sup>3</sup> Senast lydelse 2022:494.

*marknadsföring*: reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till produkter inbegripet en näringsidkares handlande, underlåtenhet eller någon annan åtgärd eller beteende i övrigt före, under eller efter försäljning eller leverans av produkter till konsumenter eller näringsidkare,

*marknadsplats online*: en tjänst som använder programvara, inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation, som administreras av en näringsidkare eller för dennes räkning och som gör det möjligt för konsumenten att ingå distansavtal med andra näringsidkare eller konsumenter,

*näringsidkare*: en fysisk eller juridisk person som handlar för ändamål som har samband med den egna näringsverksamheten,

*produkter*: alla typer av varor och tjänster, även digitala tjänster, digitalt innehåll, fast egendom och rättigheter och skyldigheter,

*rankning*: den relativa position som en näringsidkare tilldelar produkter så som de presenteras, organiseras eller vidarebefordras, oberoende av vilka tekniska medel som används för sådan presentation, organisation eller vidarebefordran,

*vara*: lös sak, med eller utan digitala delar,

*vara med digitala delar*: lös sak som är integrerad eller sammankopplad med ett digitalt innehåll eller en digital tjänst på ett sådant sätt att avsaknaden av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten gör att varan inte kan användas på det sätt som är avsett.

**12 §** Marknadsföringen är vilseledande om näringsidkaren i en framställning erbjuder konsumenter en bestämd produkt med en prisangivelse utan att följande väsentliga information framgår:

1. produktens utmärkande egenskaper i den omfattning som är lämplig för mediet och produkten,
2. pris och jämförpris angivet på det sätt som framgår av 7–10 §§ prisinformationslagen (2004:347),
3. näringsidkarens identitet och geografiska adress,
4. villkor för betalning, leverans och fullgörande om de avviker från vad som är normalt för branschen eller produkten i fråga,
5. information om ångerrätt eller rätt att häva ett köp som ska lämnas till konsumenten enligt lag.

Marknadsföringen är också vilseledande om näringsidkaren i en framställning erbjuder konsumenter flera bestämda produkter med en uppgift om ett gemensamt pris, utan att erbjudandet innehåller väsentlig information enligt punkterna 1–5 i första stycket.

**12 a §** Om en konsument i en framställning på en marknadsplats online erbjuds en bestämd produkt med en prisangivelse eller flera bestämda produkter med en uppgift om ett gemensamt pris, ska den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen informera konsumenten om huruvida den som erbjuder produkten är näringsidkare eller inte, baserat på den uppgift om det som denne lämnat. Informationen ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket.

### **Rankning av produkter**

**12 b §** En näringsidkare som ger konsumenter möjlighet att söka digitalt efter produkter ska informera om de kriterier som främst bestämmer rankningen av produkter som presenteras och deras betydelse jämfört med

andra kriterier. Informationen ska ges i ett särskilt avsnitt i onlinegränssnittet och vara direkt och lätt tillgängligt från den plats där sökresultaten presenteras.

Informationen ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket.

Information om hur rankningen går till behöver inte lämnas av leverantörer av sökmotorer enligt artikel 2.6 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 av den 20 juni 2019 om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster.

### Konsumentrecensioner

**12 c §** En näringsidkare som ger tillgång till konsumentrecensioner av produkter ska informera om huruvida näringsidkaren säkerställer att recensionerna kommer från konsumenter som har använt eller köpt produkterna och i så fall på vilket sätt det görs. Informationen ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket.

### Marknadsföring av varor som identiska

**14 a §** En näringsidkare får vid marknadsföring av en vara inte framställa den som identisk med en vara som marknadsförs i andra medlemsstater i Europeiska unionen, om varornas sammansättning eller egenskaper väsentligt skiljer sig åt och det inte är motiverat av legitima och objektiva skäl.

**22 a §<sup>4</sup>** Vid andra avtal än distansavtal och avtal utanför affärslokaler enligt 1 kap. 2 § lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler ska näringsidkaren innan avtalet ingås ge konsumenten klar och begriplig information om

1. sitt namn och telefonnummer samt sin gatuadress och e-postadress,
2. produktens huvudsakliga egenskaper i den omfattning som är lämplig med hänsyn till produkten och till hur informationen ges,
3. produktens pris, inbegripet skatter och avgifter, eller, om priset inte kan anges i förväg, hur priset beräknas,
4. kostnader för leverans eller porto och andra tillkommande kostnader,
5. villkoren för betalning samt för leverans eller fullgörande på något annat sätt och tidpunkt för leverans eller fullgörande,
6. den rätt som konsumenten har att reklamera enligt lag och hur reklamation kan göras,
7. åtaganden från näringsidkaren eller tillverkaren om att, utöver vad som följer av lag, betala tillbaka det som betalats för produkten, byta ut eller reparera den eller utföra någon form av service på den, ifall produkten inte överensstämmer med uppgifter som lämnats i utfästelser eller marknadsföring eller om det finns andra avvikelser från uppgifter som lämnats på ett sådant sätt,
8. den assistans och service som gäller efter försäljningen,
9. avtalets löptid,
10. villkoren för att säga upp avtalet, om det gäller tills vidare eller förnyas automatiskt,
11. funktionen hos en vara med digitala delar, digitalt innehåll eller en digital tjänst, inbegripet tekniska skyddsåtgärder, och

<sup>4</sup> Senaste lydelse 2020:170.

12. kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster, i den utsträckning näringsidkaren känner till eller borde känna till det.

Informationsskyldigheten enligt första stycket gäller inte, om informationen framgår av sammanhanget. Informationsskyldigheten gäller inte heller i fråga om

1. avtal som inte innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten eller, i fråga om avtal om digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium eller digitala tjänster, att konsumenten ska tillhandahålla personuppgifter på det sätt som anges i 2 kap. 1 § andra stycket lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler,
2. vardagliga avtal som fullgörs omedelbart,
3. andra avtal om fast egendom än sådana som avser uthyrning av fast egendom, eller
4. avtal som anges i 2 kap. 1 a § första stycket 1, 2 och 6–8 samt andra stycket och i 3 kap. lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler.

**29 §<sup>5</sup>** En näringsidkare får åläggas att betala en särskild avgift (marknadsstörningsavgift) om näringsidkaren, eller någon som handlar på näringsidkarens vägnar, uppsåtligen eller av oaktsamhet har brutit mot någon bestämmelse i denna lag eller i bilaga I till direktiv 2005/29/EG.

Vid överträdelse av 5 § får marknadsstörningsavgift åläggas endast om överträdelsen omfattas av ett beslut om förbud eller åläggande enligt denna lag som har fått laga kraft.

Det som anges i första och andra styckena gäller också en näringsidkare som uppsåtligen eller av oaktsamhet väsentligt har bidragit till överträdelsen. Avgiften tillfaller staten.

**30 §** Talan om att påföra en marknadsstörningsavgift för en överträdelse får inte tas upp till prövning, om överträdelsen omfattas av ett förbud eller ett åläggande som har förenats med vite enligt denna lag och talan om utdömande av vitet har väckts.

**31 §<sup>6</sup>** Marknadsstörningsavgiften ska fastställas till lägst tio tusen kronor och högst fyra procent av näringsidkarens omsättning räkenskapsåret innan överträdelsen upphörde eller när näringsidkaren delgavs stämningsansökan, om den inte har upphört dessförinnan.

Om överträdelsen har inträffat under näringsidkarens första verksamhetsår eller om uppgifter om årsomsättningen annars saknas eller är bristfälliga, får årsomsättningen uppskattas. Avgiften får i ett sådant fall fastställas till ett belopp i kronor motsvarande högst två miljoner euro.

Riktas talan mot flera näringsidkare ska avgiften fastställas särskilt för var och en av dem.

**32 §<sup>7</sup>** När marknadsstörningsavgiften fastställs ska domstolen ta hänsyn till

1. överträdelsens allvar med beaktande särskilt av dess art, varaktighet och omfattning,

<sup>5</sup> Senaste lydelse 2020:1035.

<sup>6</sup> Senaste lydelse 2016:793.

<sup>7</sup> Senaste lydelse 2016:793.

2. åtgärder som näringsidkaren har vidtagit för att lindra eller avhjälpa den skada som en konsument eller en annan näringsidkare har lidit,

3. tidigare överträdelser som näringsidkaren har gjort sig skyldig till,

4. i den utsträckning det framgår, den vinst som näringsidkaren har gjort eller förlust som undvikits genom överträdelsen,

5. i gränsöverskridande fall, sanktioner som har påförts näringsidkaren för samma överträdelse i andra medlemsstater i Europeiska unionen, ifall information om sådana sanktioner finns tillgänglig via den mekanism som inrättats genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004, och

6. försvårande eller förmildrande omständigheter utöver dem i 1–5.

Näringsidkaren får befrias från att betala avgiften om det finns synnerliga skäl för det.

---

1. Denna lag träder i kraft den 1 september 2022.

2. Äldre bestämmelser gäller för marknadsföring som har vidtagits före ikraftträdandet.

På regeringens vägnar

MAX ELGER

Linda Utterberg  
(Finansdepartementet)