

# Promemoria

Finansdepartementet

Avdelningen för offentlig förvaltning

Kvarstad i mål om utdömande av vite och vissa  
andra ändringar i marknadsföringslagen

---

## Innehållsförteckning

1	Sammanfattning .....	3
2	Förslag till lag om ändring i marknadsföringslagen (2008:486).....	4
3	Bakgrund.....	8
4	Kvarstad i mål om utdömmande av vite och vissa andra ändringar i marknadsföringslagen .....	8
4.1	Kvarstad i mål om utdömmande av vite .....	8
4.2	Upplysningsbestämmelsen i 1 § andra stycket marknadsföringslagen tas bort.....	11
4.3	Biträde av Konsumentombudsmannen i tvister vid patent- och marknadsdomstolarna .....	12
4.4	Ändring med anledning av den nya spellagen.....	13
5	Ikraftträdande .....	13
6	Konsekvenser .....	14
7	Författningskommentar .....	15

# 1 Sammanfattning

I denna promemoria föreslås att det ska bli möjligt att begära kvarstad i mål om utdömande av vite enligt marknadsföringslagen (2008:486). Det föreslås också att upplysningen i marknadsföringslagen angående bestämmelser om marknadsföring i annan lagstiftning tas bort. Avslutningsvis föreslås även vissa redaktionella ändringar i lagen. Förslagen har delvis utarbetats med utgångspunkt i de åtgärder som diskuteras i betänkandet Ett reklamlandskap i förändring – konsumentskydd och tillsyn i en digitaliserad värld (SOU 2018:1).

Lagändringarna föreslås träda i kraft den 1 januari 2020.

## 2 Förslag till lag om ändring i marknadsföringslagen (2008:486)

Härigenom föreskrivs i fråga om marknadsföringslagen (2008:486) dels att 1, 4, 36 och 46 a §§ ska ha följande lydelse, dels att det ska införas en ny paragraf, 50 §, och närmast före 50 § en ny rubrik av följande lydelse.

*Lydelse enligt bet. 2018/19:TU9*      *Föreslagen lydelse*

### 1 §<sup>1</sup>

Denna lag har till syfte att främja konsumenternas och näringslivets intressen i samband med marknadsföring av produkter och att motverka marknadsföring som är otillbörlig mot konsumenter och näringsidkare.

*Bestämmelser om marknadsföring finns bl.a. i*

- socialförsäkringsbalken,*
- sjölagen (1994:1009),*
- lagen (1995:1571) om insättningsgaranti,*
- lagen (1996:1006) om valutaväxling och annan finansiell verksamhet,*
- lagen (1996:1118) om marknadsföring av kristallglas,*
- lagen (1999:158) om investerarskydd,*
- lagen (2002:562) om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster,*
- lagen (2004:46) om värdepappersfonder,*
- lagen (2004:299) om inlåningsverksamhet,*
- prisinformationslagen (2004:347),*
- lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler,*
- försäkringsavtalslagen (2005:104),*
- lagen (2006:484) om franchisegivares informationsskyldighet,*

<sup>1</sup> Ändringen innebär att andra stycket tas bort.

– lagen (2007:528) om värdepappersmarknaden,  
– lagen (2010:510) om lufttransporter,  
– radio- och tv-lagen (2010:696),  
– lagen (2010:751) om betaltjänster,  
– alkohollagen (2010:1622),  
– konsumentkreditlagen (2010:1846),  
– lagen (2011:914) om konsumentskydd vid avtal om tidsdelat boende eller långfristig semesterprodukt,  
– lagen (2013:561) om förvaltare av alternativa investeringsfonder,  
– lagen (2013:1054) om marknadsföring av modersmjölkserättning och tillskottsning,  
– lagen (2014:1344) med kompletterande bestämmelser till EU:s tåg-, fartygs- och busspassagerarförordningar,  
– lagen (2015:671) om alternativ tvistlösning i konsumentförhållanden,  
– lagen (2015:953) om kollektivtrafikresenärers rättigheter,  
– lagen (2016:415) om förmedlingsavgifter för kortbaserade betalningstransaktioner,  
– lagen (2016:915) om krav på installationer för alternativa drivmedel,  
– spellagen (2018:1138),  
– paketreselagen (2018:1217),  
– lagen (2018:1219) om försäkringsdistribution,  
– lagen (2018:2088) om tobak och liknande produkter, och  
– lagen (2019:000) med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om gränsöverskridande paketleveranstjänster.

## 4 §

Bilaga I till Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 ska gälla som lag i Sverige. Regeringen tillkännager den aktuella bilagan i Svensk författningssamling.

Vid en prövning enligt någon av bestämmelserna i bilaga I till direktivet ska denna lag tillämpas.

Bestämmelserna i punkterna 1–31 i bilaga I till direktivet ska tillämpas även om marknadsföringen riktas till näringsidkare.

Bestämmelsen i punkt 14 i bilaga I till direktivet ska tillämpas på åtgärder som skett i strid med denna punkt om inte åtgärden omfattas av *lotterilagen (1994:100)*.

Bestämmelsen i punkt 14 i bilaga I till direktivet ska tillämpas på åtgärder som skett i strid med denna punkt om inte åtgärden omfattas av *spellagen (2018:1138)*.

36 §<sup>2</sup>

För att säkerställa ett anspråk på marknadsstörningsavgift får domstolen besluta om kvarstad. I ett sådant fall *gäller* bestämmelserna i 15 kap. rättegångsbalken *om kvarstad för fordran*.

För att säkerställa ett anspråk på marknadsstörningsavgift får domstolen besluta om kvarstad. I ett sådant fall *tillämpas* bestämmelserna i 15 kap. rättegångsbalken.

46 a §<sup>3</sup>

Patent- och marknadsdomstolen är rätt domstol i mål om

1. förbud som avses i 23 §,
2. åläggande som avses i 24 eller 25 §,
3. marknadsstörningsavgift enligt 29 §,
4. kvarstad enligt 36 §,
5. skadestånd enligt 37 §,
6. utdömmande av vite enligt 49 §,

*och*

7. *oriktig eller vilseledande ursprungs-beteckning enligt 66 §.*

Patent- och marknadsdomstolen är rätt domstol i mål om

1. förbud som avses i 23 §,
2. åläggande som avses i 24 eller 25 §,
3. marknadsstörningsavgift enligt 29 §,
4. kvarstad enligt 36 §,
5. skadestånd enligt 37 §,
6. utdömmande av vite enligt 49 §,
7. *kvarstad enligt 50 §, och*
8. *oriktig eller vilseledande ursprungs-beteckning enligt 66 §.*

<sup>2</sup> Senaste lydelse 2016:223.

<sup>3</sup> Senaste lydelse 2016:223.

## ***Kvarstad vid utdömande av vite***

50 §<sup>4</sup>

*För att säkerställa ett anspråk på vite som beslutats med stöd av 26, 28 eller 45 § får domstolen besluta om kvarstad i mål om utdömande av vitet. I ett sådant fall tillämpas bestämmelserna i 26 kap. rättegångsbalken.*

---

Denna lag träder i kraft den 1 januari 2020.

<sup>4</sup>Tidigare 50 § upphävd genom 2016:223.

## 3 Bakgrund

Konsumentverket är förvaltningsmyndighet för konsumentfrågor och har bl.a. ansvar för att de konsumentskyddande regler som ligger inom myndighetens tillsynsansvar följs. Marknadsföringslagen (2008:486), förkortad MFL, är en av dessa lagar. Tillsynen sker delvis genom Konsumentombudsmannen (KO) som är en funktion inom verket.

Vid överträdelse av marknadsföringslagen kan KO väcka talan om förbud och ålägganden i Patent- och marknadsdomstolen eller, i fall som inte är av större vikt, själv meddela förelägganden. KO har även möjlighet att väcka talan om marknadsstörningsavgift.

Bland annat till följd av den tekniska utvecklingen har marknadsföringen delvis ändrat karaktär under senare år. Regeringen beslutade därför den 13 oktober 2016 att tillkalla en särskild utredare (dir. 2016:84) med uppdrag att bl.a. kartlägga marknadsföringskanaler och marknadsföringsmetoder, analysera om dagens regelverk erbjuder ett ändamålsenligt skydd för konsumenter och om tillsynsmyndigheten har de befogenheter som krävs.

Utredningen överlämnade sitt betänkande, Ett reklamlandskap i förändring – konsumentskydd och tillsyn i en digitaliserad värld (SOU 2018:1), i januari 2018. Enligt utredningsdirektiven ingick det inte i uppdraget att lämna konkreta lagförslag.

I denna promemoria föreslås dels – mot bakgrund av betänkandet – att det ska bli möjligt att begära kvarstad i mål om utdömning av vite enligt marknadsföringslagen, dels att upplysningen i 1 § andra stycket MFL angående bestämmelser om marknadsföring i annan lagstiftning ska tas bort. Vidare föreslås vissa redaktionella ändringar i lagen.

## 4 Kvarstad i mål om utdömning av vite och vissa andra ändringar i marknadsföringslagen

### 4.1 Kvarstad i mål om utdömning av vite

**Förslag:** Den som har begärt ett vitesföreläggande och Konsumentombudsmannen (KO) ska ges möjlighet att begära kvarstad i mål om utdömning av vite som avser förbud eller åläggande att lämna information eller att tillhandahålla tekniskt hjälpmedel.

KO ska vidare ges möjlighet att begära kvarstad i mål om utdömning av vite som avser förelägganden att lämna upplysningar, handlingar, varuprover och liknande eller om att hålla lokaler eller motsvarande utrymmen tillgängliga för inspektion. Det ska gälla såväl vid utredning



av om överträdelse av marknadsföringslagen har begåtts som vid tillsyn över att redan meddelade förbud eller ålägganden följs.

Bestämmelserna om kvarstad i brottmål ska tillämpas i mål om utdömning av vite som meddelats med stöd av marknadsföringslagen.

**Skälen för förslaget:** Enligt 36 § MFL har domstolen möjlighet att besluta om kvarstad för att säkerställa anspråk på marknadsstörningsavgift. I sådana fall gäller bestämmelserna i 15 kap. rättegångsbalken. Däremot saknar marknadsföringslagen bestämmelser om kvarstad för att säkerställa anspråk på vite.

Marknadsföringslagen innehåller bestämmelser om två slags viten: materiella viten som är förenade med förbud eller ålägganden respektive processuella viten rörande näringsidkares och andras skyldighet att lämna upplysningar m.m.

Av 3 kap. 5 § lagen (2016:188) om patent- och marknadsdomstolar, som tillämpas vid handläggningen av marknadsföringsrättsliga mål i den utsträckning marknadsföringslagen inte innehåller särskilda processuella regler, framgår att reglerna i rättegångsbalken om åtal för brott för vilket svårare straff än böter inte är föreskrivet gäller vid handläggningen av mål om utdömning av vite. Enligt 26 kap. 1 § första stycket rättegångsbalken är det möjligt att besluta om kvarstad om någon är skäligen misstänkt för brott och det skäligen kan befaras att han eller hon kommer att undandra sig att betala bl.a. böter. Möjligheten att med stöd av nyssnämnda bestämmelser besluta om kvarstad i mål om utdömning av vite enligt marknadsföringslagen prövades av Patent- och marknadsöverdomstolen i mål nr PMÖ 8959–16 (27 oktober 2016). Domstolen konstaterade i målet att 26 kap. 1 § första stycket rättegångsbalken inte var tillämplig i sådana situationer.

Frågan är då om det finns behov av att införa en reglering i marknadsföringslagen som möjliggör beviljande av kvarstad i mål om utdömning av vite, vilket skulle motsvara vad som gäller i mål om utdömning av marknadsstörningsavgift.

### *Materiella viten*

Enligt 26 § MFL ska förelägganden som huvudregel förenas med vite om de avser förbud att fortsätta med viss marknadsföring (23 §), åläggande att lämna viss information vid marknadsföringen (24 §) och åläggande att tillhandahålla tekniska hjälpmedel (25 §). Talan om detta får väckas av KO, en näringsidkare som berörs av marknadsföringen eller en sammanslutning av konsumenter, näringsidkare eller löntagare (47 §). KO får i fall som inte är av större vikt meddela ovannämnda förelägganden, vilka då som huvudregel ska förenas med vite (28 §). Frågan om utdömning av vite får väckas av såväl KO som av den som har begärt vitesföreläggandet (49 §).

De aktuella viten kan uppgå till relativt höga summor, omkring en miljon kronor (se SOU 2018:1 s. 329). Det innebär att det kan finnas ett förhållandevis stort incitament att försöka kringgå myndighetens beslut. Kringgåendet skulle kunna bestå i att t.ex. tömma ett bolag på egendom när vitets utdömning är nära förestående. När målet om utdömning av vite väl är avgjort kan egendomen vara flyttad till ett annat bolag, i vilket verksamheten kan fortsätta på samma sätt som tidigare. På detta sätt kan

en oseriös näringsidkare fortsätta använda sig av marknadsföring som strider mot marknadsföringslagen.

Bestämmelserna om förbud och åläggande är centrala för efterlevnaden av marknadsföringslagen. För att säkerställa att lagens syften uppfylls bör KO och den som har begärt vitesföreläggandet ha möjlighet att ansöka om kvarstad i mål om utdömande av vitet.

#### *Processuella viten*

Marknadsföringslagen innehåller bestämmelser om upplysnings-skyldighet m.m. som kan leda till att KO beslutar om vitesföreläggande. Föreläggandena kan rikta sig till var och en (dvs. även utomstående personer) och avse de yttranden eller upplysningar som behövs i ett ärende om tillämpningen av marknadsföringslagen (42 § 1). De kan också rikta sig till en näringsidkare och avse handlingar, varuprover och liknande som kan ha betydelse för utredningen när ett sådant förbud eller åläggande som behandlas ovan kan antas komma i fråga (42 § 2). Vidare kan de avse de upplysningar, handlingar, varuprover och liknande som behövs för tillsynen över att ett sådant förbud eller åläggande följs (43 §). Det kan också handla om vitesförelägganden som beslutats för att KO behöver få tillgång till lokaler eller motsvarande utrymmen, dock inte bostäder, där näringsverksamheten utövas (44 §).

Konsumentverket har uppgett att de nu aktuella processuella vitena kan uppgå till förhållandevis höga belopp på omkring 100 000 kronor (se SOU 2018:1 s. 329). Det kan därför, på samma sätt som när det gäller vitesförelägganden som beslutats med anledning av överträdelse av marknadsföringslagens materiella regler, finnas incitament för oseriösa näringsidkare att försöka kringgå vitesföreläggandet. Även om dessa vitesbelopp typiskt sett inte är lika höga som de materiella vitena ska deras betydelse inte underskattas. De syftar till att KO ska få den information som behövs för att utreda om en näringsidkare har gjort sig skyldig till otillbörlig marknadsföring. Om det är möjligt för näringsidkaren att undgå de aktuella utredningsåtgärderna finns risk för att överträdelse av lagen förblir oupptäckta, eller i vart fall kan pågå under en längre tid än annars. Mot denna bakgrund bör KO ha möjlighet att ansöka om kvarstad i mål om utdömande av vite även avseende de nu aktuella bestämmelserna.

#### *Valet av tillämpliga bestämmelser om kvarstad*

Rättegångsbalken innehåller bestämmelser om kvarstad i tvistemål (15 kap.) och i brottmål (26 kap.). Mål om marknadsstötningsavgift handläggs som indispositiva tvistemål och det är bestämmelserna om kvarstad i tvistemål som tillämpas i sådana mål (36 § och 59 § första stycket MFL). Frågan är om dessa bestämmelser även bör tillämpas i fråga om kvarstad i mål om utdömande av vite.

Som tidigare påpekats styrs den aktuella domstolsprocessen, förutom av de processuella bestämmelserna i marknadsföringslagen, av lagen om patent- och marknadsdomstolar. Av 3 kap. 5 § i den senare lagen framgår att mål om utdömande av vite ska handläggas enligt reglerna i rättegångsbalken om åtal för brott för vilket svårare straff än böter inte är föreskrivet. Om bestämmelserna i rättegångsbalken om kvarstad i tvistemål skulle tillämpas på frågan om kvarstad, samtidigt som

rättegångsbalkens bestämmelser om brottmål skulle tillämpas på målet i övrigt finns risk för onödiga konflikter. En lämpligare ordning är att frågan om kvarstad prövas enligt samma slags regelverk som gäller för målet i övrigt. Bestämmelserna om kvarstad i brottmål (26 kap. rättegångsbalken) bör därför vara de som tillämpas i fråga om kvarstad i mål om utdömande av vite.

Patent- och marknadsdomstolen är behörig att pröva frågor om kvarstad för att säkerställa anspråk på marknadsstörningsavgift (46 a § MFL). Samma ordning bör gälla för frågor om kvarstad i mål om utdömande av vite.

## 4.2 Upplysningsbestämmelsen i 1 § andra stycket marknadsföringslagen tas bort

**Förslag:** Upplysningsbestämmelsen i marknadsföringslagen om annan lagstiftning som innehåller bestämmelser om marknadsföring tas bort.

**Skälen för förslaget:** Marknadsföringslagen är i viss utsträckning en s.k. ramlag som kompletteras av andra bestämmelser om marknadsföring. I 1 § andra stycket finns en upplysningsbestämmelse med en uppräknning av ett antal av dessa kompletterande lagar. Listan på kompletterande lagstiftning på området är endast av upplysande karaktär (se prop. 2007/08:115 s. 139 f.). Listans utformning påverkar alltså inte vilka regler näringsidkare har att förhålla sig till vid sin marknadsföring. Däremot kan det finnas ett visst pedagogiskt värde i att i vart fall mer betydelsefull lagstiftning som kompletterar marknadsföringslagen anges i en särskild bestämmelse.

När listan infördes 2008 i och med den nya marknadsföringslagen innehöll den 19 punkter (se prop. 2007/08:115 s. 7 f.). Den har sedan dess successivt utökats och innehåller nu 32 punkter. Många av punkterna avser bestämmelser om att näringsidkare enligt den ifrågavarande lagen är skyldiga att lämna viss information till konsumenter och att marknadsföringslagens sanktionssystem ska tillämpas om sådan information inte lämnas. Det kan antas att denna lagstiftningsteknik kommer att användas även framöver, inte minst vid genomförandet av EU-direktiv på t.ex. det finansiella området.

I takt med att listan växer blir den mindre överskådlig, vilket gör att det pedagogiska värdet av den minskar. Det är givetvis möjligt att försöka begränsa listan till att avse enbart de mest centrala av de kompletterande lagarna. Samtidigt är risken att värdet av listan då minskar i och med att den inte är heltäckande. Denna lösning framstår därför inte som lämplig. Vidare kan det noteras att det finns möjlighet att skaffa sig kunskap om vilka marknadsrättsliga bestämmelser som finns i annan lagstiftning genom t.ex. databassökningar. Behovet av listan får därmed numera anses vara begränsat. Lagrådet har i ett tidigare lagstiftningsärende påpekat att listan uppdateras mycket ofta, men att den inte synes fylla någon egentlig funktion. Lagrådet har därför förordat att 1 § andra stycket MFL upphävs (se prop. 2017/18:247 bilaga 6).

Sammantaget bedöms det inte vara motiverat att behålla listan i 1 § andra stycket MFL. Den bör därför utgå.

### 4.3 Biträde av Konsumentombudsmannen i tvister vid patent- och marknadsdomstolarna

**Bedömning:** Det saknas behov av att införa en bestämmelse om att KO får biträda konsumenter i tvister vid patent- och marknadsdomstolarna.

**Skälen för bedömningen:** KO har möjlighet att biträda konsumenter som ombud vid allmän domstol och hos Kronofogdemyndigheten, om tvisten är av betydelse för rättstillämpningen eller om det annars finns ett allmänt konsumentintresse av att tvisten prövas. Möjligheten framgår av 2 § lagen (2011:1211) om Konsumentombudsmannens medverkan i vissa tvister. I betänkandet Ett reklamlandskap i förändring – konsumentskydd och tillsyn i en digitaliserad värld (SOU 2018:1) görs bedömningen att det inte tydligt framgår om KO:s möjlighet att biträda konsumenter omfattar processen i patent- och marknadsdomstolarna och att en ändring därför bör göras så att det tydligt framgår att KO:s möjlighet att biträda konsumenter även omfattar nyssnämnda domstolar (a.bet. s. 327 ff.).

Konsumenter har under vissa förhållanden rätt till skadestånd från en näringsidkare enligt 37 § MFL. Liksom övriga mål enligt marknadsföringslagen prövas sådana vid Patent- och marknadsdomstolen som första instans. KO:s biträde skulle kunna fylla en funktion i vissa fall där en talan om förbud får kumuleras med en talan om skadestånd. Frågan är dock om KO inte redan idag har en möjlighet att biträda konsumenter vid talan om skadestånd enligt marknadsföringslagen vid Patent- och marknadsdomstolen.

Bestämmelsen om KO:s möjlighet att biträda konsumenter vid allmän domstol tillkom innan inrättandet av patent- och marknadsdomstolarna, då marknadsrättsliga och konkurrensrättsliga mål prövades av Marknadsdomstolen, som var en s.k. specialdomstol (se 1 § 2 i den numera upphävda lagen [1970:417] om marknadsdomstol m.m.). En skadeståndstalan enligt marknadsföringslagen väcktes enligt den då gällande ordningen vid Stockholms tingsrätt eller annan tingsrätt som var behörig enligt 10 kap. rättegångsbalken. Tingsrättens avgörande kunde överklagas till Marknadsdomstolen. Eftersom Marknadsdomstolen inte hörde till de allmänna domstolarna fanns inte någon möjlighet till biträde av KO vid tvister inför denna domstol.

Numera prövas som sagt bl.a. marknadsföringsrättsliga och konkurrensrättsliga mål enligt en annan ordning. Måltyperna har flyttats över till patent- och marknadsdomstolarna, som består av Patent- och marknadsdomstolen och Patent- och marknadsöverdomstolen. Domstolarna är inrättade vid Stockholms tingsrätt respektive i Svea hovrätt (se 2 § och 4 § lagen [2016:188] om patent- och marknadsdomstolar). I förarbetena till den reform som ledde till denna förändring övervägdes vid vilket domstolsslag prövningen lämpligen borde förläggas. Såväl de allmänna domstolarna, de allmänna förvaltningsdomstolarna som inrättandet av en s.k. specialdomstol

övervägdes. Slutsatsen blev att det lämpligaste var att målen prövades av allmän domstol (se prop. 2015/16:57 s. 148 ff.).

Ordalydelsen av 2 § lagen om Konsumentombudsmannens medverkan i vissa tvister bedöms inte ställa upp några hinder mot att KO biträder konsumenter i mål om skadestånd enligt marknadsföringslagen vid patent- och marknadsdomstolarna, eftersom de är inrättade vid allmän domstol. I och med att biträdet är förmånligt för enskilda konsumenter saknas skäl till en restriktiv tolkning av bestämmelsen.

Med beaktande av det ovan anförda bedöms KO redan idag ha möjlighet att biträda konsumenter vid patent- och marknadsdomstolarna enligt 2 § lagen om Konsumentombudsmannens medverkan i vissa tvister. Det saknas därmed behov av att införa en bestämmelse om att KO får biträda konsumenter i tvister vid patent- och marknadsdomstolarna.

#### 4.4 Ändring med anledning av den nya spellagen

**Förslag:** Hänvisningen i marknadsföringslagen till lottterilagen ska ersättas med en hänvisning till spellagen.

**Skälen för förslaget:** Av 4 § andra stycket MFL framgår att lagen gäller vid prövning av bestämmelserna i bilaga I till direktivet om otillbörliga affärsmetoder. Punkt 14 i bilagan avser s.k. pyramidspel, som regleras av lagstiftningen på spelområdet. I 4 § fjärde stycket MFL anges att bestämmelsen i punkt 14 ska tillämpas bara om åtgärden inte omfattas av lotterilagen (1994:1000). Pyramidspelen regleras fr.o.m. den 1 januari 2019 i stället i spellagen (2018:1138). Som en konsekvens av förändringen på spelområdet bör hänvisningen i marknadsföringslagen därför ändras till att avse den nya lagen.

### 5 Ikraftträdande

**Förslag:** Lagändringarna ska träda i kraft den 1 januari 2020.

**Skälen för förslaget:** Den föreslagna möjligheten att begära kvarstad i mål om utdömande av viten behövs för att säkerställa att viten som beslutats med stöd av marknadsföringslagen får avsedd effekt. Det finns därför anledning att låta lagändringarna träda i kraft utan onödigt dröjsmål. Med hänsyn till detta och de återstående stegen i lagstiftningsprocessen föreslås lagändringarna träda i kraft den 1 januari 2020.

## 6 Konsekvenser

**Bedömning:** Förslagen bedöms leda till att möjligheten att kringgå marknadsföringslagen minskar, vilket leder till ett starkare konsumentskydd.

Förslagen medför inte några ökade kostnader för företagen.

Den kostnadsökning som möjligheten att besluta om kvarstad i mål om utdömning av vite kan leda till för patent- och marknadsdomstolarna och Kronofogdemyndigheten kan hanteras inom myndigheternas befintliga ekonomiska ramar.

Förslagen medför inte några ökade kostnader för Konsumentverket eller andra statliga myndigheter, kommuner eller landsting.

**Skälen för bedömningen:** Förslaget att det ska bli möjligt att begära kvarstad i mål om utdömning av vite som avser förbud och åläggande bedöms leda till att marknadsföringslagens materiella bestämmelser får större genomslag.

Möjligheten att begära kvarstad i mål om utdömning av vite som meddelats för att KO ska kunna utreda eventuella överträdelser av marknadsföringslagen bedöms i förlängningen leda till att fler överträdelser upptäcks i tid.

Förslagen leder inte till några ökade kostnader för näringsidkare som följer lagen. Det kan i stället gynna dessa näringsidkare genom att det motverkar att oseriösa näringsidkare skaffar sig konkurrensfördelar genom att kringgå KO:s utredningar och undgå meddelade sanktioner.

Förslagen leder inte till några kostnader för Konsumentverket.

Möjligheten att begära kvarstad i mål om utdömning av vite bedöms inte leda till att sådana kommer att framställas i någon större utsträckning. Det innebär att kostnadsökningen som förslaget skulle kunna leda till för patent- och marknadsdomstolarna och Kronofogdemyndigheten, som är verkställande myndighet, kommer att bli begränsad. Den bedöms därför rymmas inom myndigheternas befintliga ekonomiska ramar.

Sammantaget bedöms förslagen leda till att möjligheten att kringgå marknadsföringslagen minskar, vilket leder till ett starkare konsumentskydd.

## 7 Författningskommentar

### Förslaget till lag om ändring i marknadsföringslagen (2008:486)

**1 §** Denna lag har till syfte att främja konsumenternas och näringslivets intressen i samband med marknadsföring av produkter och att motverka marknadsföring som är otillbörlig mot konsumenter och näringsidkare.

Paragrafen, som behandlas i avsnitt 4.2, anger lagens övergripande syfte och innehåller en upplysning om bestämmelser om marknadsföring som finns i annan lag.

Ändringen innebär att det andra stycket, som innehåller en uppräkningslista av bestämmelser om marknadsföring som finns i annan lagstiftning, upphävs. Ändringen är endast redaktionell.

**4 §** Bilaga I till Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 ska gälla som lag i Sverige. Regeringen tillkännager den aktuella bilagan i Svensk författningssamling.

Vid en prövning enligt någon av bestämmelserna i bilaga I till direktivet ska denna lag tillämpas.

Bestämmelserna i punkterna 1–31 i bilaga I till direktivet ska tillämpas även om marknadsföringen riktas till näringsidkare.

Bestämmelsen i punkt 14 i bilaga I till direktivet ska tillämpas på åtgärder som skett i strid med denna punkt om inte åtgärden omfattas av *spellagen (2018:1138)*.

Paragrafen, som behandlas i avsnitt 4.4, innehåller bl.a. anvisningar om hur vissa bestämmelser i bilaga I till direktivet om otillbörliga affärsmetoder ska tillämpas.

Ändringen innebär att hänvisningen i *fjärde stycket* till den numera upphävda lotterilagen (1994:1000) byts ut mot en hänvisning till den nya *spellagen (2018:1138)*.

**36 §** För att säkerställa ett anspråk på marknadsstörningsavgift får domstolen besluta om kvarstad. I ett sådant fall *tillämpas* bestämmelserna i 15 kap. rättegångsbalken.

Paragrafen innehåller bestämmelser om kvarstad vid utdömande av marknadsstörningsavgift. Ändringen i *andra meningen* är endast språklig.

**46 a §** Patent- och marknadsdomstolen är rätt domstol i mål om

1. förbud som avses i 23 §,
2. åläggande som avses i 24 eller 25 §,
3. marknadsstörningsavgift enligt 29 §,

4. kvarstad enligt 36 §,
5. skadestånd enligt 37 §,
6. utdömande av vite enligt 49 §,
7. kvarstad enligt 50 §, och
8. oriktig eller vilseledande ursprungsbeteckning enligt 66 §.

Paragrafen, som behandlas i avsnitt 4.1, innehåller bestämmelser om behörig domstol.

Ändringarna i *sjunde och åttonde punkterna* är en följd av att en bestämmelse införs om att Patent- och marknadsdomstolen är behörig domstol att pröva frågor om kvarstad enligt 50 § i mål om utdömande av vite.

*50 § För att säkerställa ett anspråk på vite som beslutats med stöd av 26, 28 eller 45 § får domstolen besluta om kvarstad i mål om utdömande av vitet. I ett sådant fall tillämpas bestämmelserna i 26 kap. rättegångsbalken.*

Paragrafen, som är ny, behandlas i avsnitt 4.1.

Paragrafen innehåller dels en bestämmelse om att domstolen får besluta att den som är föremål för talan om utdömande av vite inte får förfoga över viss egendom genom att belägga den med kvarstad, dels en bestämmelse om att regleringen i 26 kap. rättegångsbalken om kvarstad i brottmål ska tillämpas vid prövningen av frågan om kvarstad.

Möjligheten för rätten att besluta om kvarstad avser mål om utdömande av viten som meddelats såväl enligt 26 och 28 §§ (s.k. materiellt vite avseende t.ex. förbud) som enligt 45 § (s.k. processuellt vite).

Av 26 kap. 2 § rättegångsbalken framgår att beslut om kvarstad meddelas av rätten efter yrkande av part. Enligt marknadsföringslagen får talan om utdömande av vite väckas av den som har begärt vitesföreläggandet och av KO (49 §).

Vid prövningen av frågan om kvarstad ska en intresseavvägning enligt 26 kap. 1 § andra stycket rättegångsbalken göras. Den innebär att kvarstad endast får beslutas om skälen för åtgärden uppväger det intrång eller men i övrigt som åtgärden innebär för den som utsätts för den eller något annat motstående intresse.