

Det kongelige fornyings-, administrasjons-  
og kirke departementet  
Postboks 8004 Dep  
0030 OSLO

Deres ref.  
Therese Motzfeldt

Vår ref.  
Sak nr: 11/765-2  
Saksbehandler: Hanne Winther Martinusen  
Dir.tlf: 48 24 78 31

Dato:  
22.06.2011

## Høring - Forslag til endringer i forskrift 22. august 2005 nr. 909 om utmåling og lemping av overtredelsesgebyr

Jeg viser til departementets brev av 29. mars 2011 med forslag til endring av reglene for utmåling av lemping av overtredelsesgebyr i forskrift av 22. august 2005 nr. 909.

Ved innføringen av ny markedsføringslov i juni 2009 ble Forbrukerombudet i markedsføringslovens § 43 gitt hjemmel til å ilegge overtredelsesgebyr for nærmere definerte brudd på lovens bestemmelser. Praksis fra min virksomhet har vist at en reell risiko for at foretak kan bli stilt økonomisk til ansvar for lovbrudd er helt avgjørende for å motvirke at spekulative foretak bryter eller forsetter å bryte loven for å oppnå en økonomisk vinning. Skal overtredelsesgebyret ha en preventiv effekt, er det min erfaring at det må settes så høyt at foretak finner at det ikke lønner seg å begå lovbrudd. Når Europakommisjonen på bakgrunn av sine erfaringer reviderte retningslinjene for fastsettelse av bøter i 2006 for å oppnå et tilstrekkelig høyt bøtenivå, både ut fra allmennpreventive og spesialpreventive hensyn, mener jeg at disse endringene må implementeres i norsk rett. Jeg stiller meg derfor positiv til de foreslåtte endringene i forskrift av 22. august 2005 nr. 909 hvis formål er å øke den preventive effekten av overtredelsesgebyret.

I lys av overtredelsesgebyrets pønale karakter finner jeg det positivt at en tilpassing av de norske utmålingsreglene til retningslinjene i EU/EØS vil skape større forutberegnelighet for de næringsdrivende.

Siden jeg er positiv til de foreslåtte endringene, nøyer jeg meg med kun å knytte noen korte kommentarer til enkelte av de foreslåtte endringene i det følgende.

Utgangspunktet for utmålingsvurderingen etter markedsføringsloven er overtredelsens grovhet, omfang og virkning. Jeg er derfor positiv til at det generelle utgangspunktet for utmålingen etter forskriften fortsatt skal være overtredelsens grovhet og varighet.

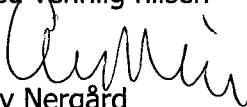
Forslaget til § 3 nytt tredje ledd, fjerde og femte ledd, om særskilte utmålingsregler for overtredelser av konkurranselovens §§ 10 og 11, ivaretar forbrukerhensyn. Overtredelse av disse bestemmelsene vil stenge for en sunn markeds konkurranse og medføre en konkurransevridning hvor den skadelidende part i særlig grad vil være forbrukerne. Jeg synes særlig det er positivt at varigheten av overtredelsen gjenspeiles i gebyrets størrelse. Langvarige overtredelser er naturligvis mer skadelig for markedet og for forbrukerne. Jeg er også positiv til at det ved særlig grove overtredelser av konkurranselovens §§ 10 og 11 åpnes for en ytterligere økning av overtredelsesgebyret. Slike overtredelser, for eksempel avtaler om prisfastsettelse, vil utvilsomt også kunne skade forbrukerinteressene.

Videre støtter jeg forslaget til § 3 nytt sjette ledd litra b og litra f. Gjentakelse er også et sentralt moment i utmålingen av overtredelsesgebyr etter markedsføringsloven og jeg støtter at gebyret kan heves betraktelig i gjentakelsestilfellene. Jeg er positiv til at det presiseres at overtredelsesgebyrets preventive virkning kan påvirke utmålingen. For at gebyret skal ha den tilsiktede preventive effekt, er jeg enig i at det kan settes høyere enn normalt i tilfeller hvor for eksempel foretaket har særlig høy omsetning.

Avslutningsvis bemerker jeg er enig i forslaget til § 3 nytt syvende ledd. Jeg understreker at dette bør være en snever unntaksregel. Jeg stiller meg bak det foreslåtte kravet om at det må føres objektive bevis, som for eksempel årsregnskap og årsrapporter, for at illeggelse av gebyret ugjenkallelig vil sette foretakets økonomiske bærekraft i fare og føre til at foretakets aktiva mister all verdi.

For øvrig har jeg ingen kommentarer til forslaget.

Med vennlig hilsen

  
Gry Nergård  
Forbrukerombud