

Barne- og likestillingsdepartementet

Saksbehandler:	Vår dato:	Vår referanse:	Deres dato:	Deres referanse:
Gyrid Giæver	24.11.2016	16/9027 - 2		
Epost:				
gyrid.giaver@forbrukerradet.no				

Høring om endringer i markedsføringslovens håndhevingsregler

Vi viser til høring av 17. oktober 2016 fra Barne- og likestillingsdepartementet med frist for synspunkter og kommentarer innen 28. november 2016.

Forbrukerrådet er en uavhengig interesseorganisasjon som bistår forbrukere og påvirker næringsliv og myndigheter i forbrukervennlig retning. En endring av markedsføringsloven som gir Forbrukerombudet mer effektive og riktige håndhevingsverktøy vil komme forbrukerne som gruppe til gode og Forbrukerrådet støtter departementets forslag til endringer i markedsføringsloven. Departementet foreslår også å endre navn på Forbrukerombudet. Forbrukerrådet mener en navneendring er hensiktsmessig.

Vi vil i det følgende komme med våre synspunkter til høringen.

Vedtakskompetanse og forhandlingsmodell

Departementet foreslår at Forbrukerombudet gis vedtakskompetanse og at man fjerner kravet om å komme til frivillig ordning med den næringsdrivende før det fattes vedtak. Fra et forbrukerståsted er det viktig at Forbrukerombudet har verktøy som muliggjør hurtig inngripen overfor lovbrudd og at behandlingsformen ikke er et hinder.

Forbrukerrådet støtter forslaget om at Forbrukerombudet gis primær vedtakskompetanse. Det er forbrukerne som rammes av de næringsdrivendes overtredelser av markedsføringsloven. For forbrukerne er det viktig at en overtredelse behandles hurtig og effektivt, noe dagens ordning ikke legger til rette for. Ved at Forbrukerombudet får vedtakskompetanse og at forhandlingsmodellen tas bort som obligatorisk ordning kan en sikre en raskere klarlegging av om det foreligger brudd på markedsføringsloven, noe som vil gi en mer effektiv håndheving av markedsføringslovens bestemmelser.

Forbrukerrådet mener primær vedtakskompetanse vil forsterke og understreke Forbrukerombudets tilsynsrolle. Sammen med forslaget om å fjerne forhandlingsmodellen som betingelse for å fatte vedtak vil det gi grunnlag for mer effektiv ressursbruk og mulighet for raskere inngripen ved lovbrudd som rammer forbrukerne.

Navneendring

Forbrukerrådet deler departementets oppfatning om at dagens Forbrukerombud i større grad dekker tilsynsrollen enn ombudsrollen og at tilsynsbenevnelsen fremstår som mer beskrivende enn ombudsbenevnelsen i et navnevalg.



Når det gjelder navneforslaget Markedsføringstilsynet sier departementet i høringsnotatet at «markedsføring» ikke dekker hele spekteret av oppgaver lagt inn under organet og at navnet Forbrukertilsynet i så måte er mer dekkende siden det synliggjør hvilke hensyn tilsynsfunksjonen skal ivareta. Forbrukerrådet deler ikke denne oppfatningen. Forbrukerrådet mener at «markedsføring» tilbyr en mer konkret og tydelig avgrensning med vektlegging av hovedvirksomheten uten dermed å utelukke ansvarsområder som avtalevilkår og angrerettlov. Etter Forbrukerrådets syn vil et navnevalg normalt innebære et kompromiss med hensyn til om det skal dekke virksomhetens oppgaver fullt ut eller ikke. Slik Forbrukerrådet ser det vil begrepet «forbruker» brukt i som del av navn på et organ der hovedvirksomheten er tilsyn etter markedsføringsloven være mer avsporende enn avklarende.

Forbrukerrådet har i lang tid levd med navneforveksling med Forbrukerombudet, og mener behovet for et tydelig skille mellom navnene må veie tungt – særlig overfor forbrukere og andre eksterne interessenter.

Alternative navn nevnt i høringsbrevet er «Markedstilsynet» og «Markedsføringstilsynet». «Markedstilsynet» er et enkelt navn, men assosieres svakere med Forbrukerombudets hovedoppgave som er tilsyn med markedsføringsloven.

Forbrukerrådet anbefaler derfor at dagens Forbrukerombud skifter navn til Markedsføringstilsynet.

Forslag til endringer for Markedsrådet

Departementet foreslår endringer i Markedsrådet, blant annet at rådet reduserer antall medlemmer og at saksbehandlingen primært blir skriftlig. Forbrukerrådet har ingen innvendinger til departementets forslag og vurderingene som ligger til grunn jf. høringsnotatet punkt 5.

Forbrukerrådet registrerer at departementet også vurderer å endre navnet på Markedsrådet. Departementet peker på at tilsvarende organ på andre områder vanligvis kalles en nemnd. Ved å inkludere «nemnd» i et nytt navn oppnås større grad av ensartethet for tilsvarende organer. Det kan være utfordrende å finne et navn som er dekkende og samtidig er kort og konsist. Mange av nemndene har et lengre offisielt navn og et annet i kortform som benyttes i det daglige. I tråd med at Forbrukerrådet mener at navnet på Forbrukerombudet bør endres til Markedsføringstilsynet og at hoveddelen av vedtak fattet av dagens Markedsrådet er hjemlet i markedsføringsloven, mener vi navnet på nemnda også må reflektere det. Vi tillater oss derfor å fremme navneforslaget Markedsføringsnemnda.

Øvrige spørsmål

Departementet foreslår å tydeliggjøre Forbrukerombudets rolle som uavhengig forvaltningsorgan gjennom lovfesting. Forbrukerrådet støtter forslaget og mener det er positivt med en klargjøring av Forbrukerombudets rolle i forvaltningen.

Departementet foreslår at opplysningsplikten i markedsføringsloven skal utvides slik at bare såkalt kvalifisert taushetsplikt går foran. Fra et forbrukerståsted er viktig med et effektivt tilsyn, og Forbrukerrådet mener at bestemmelsen er hensiktsmessig slik den er utformet.

Forbrukerrådet er positiv til forslaget om at Forbrukerombudet kan ilegge overtredelsesgebyr for overtredelse av generalklausulen om urimelig handelspraksis ettersom det vil gi et effektivt verktøy særlig mot næringsdrivende som bevisst unnlater å følge reglene.



Vennlig hilsen
FORBRUKERRÅDET

Randi Flesland
Direktør

Audun Skeidsvoll
Forbrukerpolitisk direktør

Dette dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ikke signatur.