



Barne- og likestillingsdepartementet  
postmottak@bld.dep.no

Vår dato 28.11.2016  
Deres dato  
Vår referanse

## Høring – endringer i markedsføringslovens håndhevingsregler

NHO viser til Barne- og likestillingsdepartementets høring av forslag til endringer i markedsføringslovens håndhevelsesregler.

Saken berører NHO i stor grad. NHO representerer mer enn 24.000 medlemsbedrifter fordelt på alle sektorer innen norsk næringsliv. En betydelig andel av disse bedriftene markedsfører og selger varer og tjenester til forbrukere, og Forbrukerombudets og Markedsrådets roller og kompetanser i håndhevingen av markedsføringsloven er derfor av stor betydning for våre medlemmer.

NHO går imot departementets hovedforslag om å gi Forbrukerombudet vedtakskompetanse i alle saker.

I det følgende knytter vi noen særskilte kommentarer til enkelte deler av departementets forslag.

### Forbrukerombudet vedtakskompetanse

Departementet foreslår i høringsnotatets punkt 4.2 at Forbrukerombudet skal gis vedtakskompetanse i alle saker.

Markedsføringsloven håndheves i dag av Forbrukerombudet og Markedsrådet. Hovedregelen er i dag at Forbrukerombudet forsøker å få de næringsdrivende til å innrette seg etter loven gjennom dialog og forhandlinger, og at saken bringes inn for Markedsrådet dersom det er nødvendig å treffe vedtak overfor næringsdrivende.

NHO er opptatt av et velfungerende håndhevingsapparat som vil komme alle seriøse aktører til gode. Vi mener likevel at det ikke er grunnlag for å styrke Forbrukerombudets tilsynsrolle gjennom økt kompetanse til å fatte vedtak.

Forbrukerombudet og Markedsrådet er godt etablerte organer med lang erfaring og særlig kompetanse til å håndheve markedsføringsloven. Vår oppfatning er generelt at dagens håndhevingsapparat fungerer godt og balanserer forbrukerens beskyttelsesbehov og næringslivets behov for fornuftig spillerom på en rimelig god måte.

Vi er videre av den oppfatning at Forbrukerombudet, til tross for en mulig navneendring, trolig vil videreføre sin pådriverrolle (mer om dette nedenfor). Dette er en rolle som ikke lett kan kombineres med primær vedtakskompetanse. Videre ser vi en fare i at Forbrukerombudet ved en utvidet vedtakskompetanse vil legge mindre vekt på forhandlinger enn i dag. Det er dessuten vår

oppfatning at Markedsrådet er mer nøytralt og har en større legitimitet enn Forbrukerombudet. Dagens ordning og kompetansedeling mellom Forbrukerombudet og Markedsrådet bør derfor videreføres.

### **Kravet til "frivillig ordning"**

Departementet foreslår å fjerne kravet om at Forbrukerombudet må forsøke å komme til frivillig ordning med den næringsdrivende før det fattes vedtak. Forhandlingsmodellen skal imidlertid beholdes som en *arbeidsform*.

NHO mener at departementets forslag om å fjerne kravet til "frivillig ordning" er svært uheldig. Vår erfaring er at den lovfestede forhandlingsmodellen fungerer godt. Dette underbygges også grundig i høringsnotatet. Departementet viser i sitt notat til at omtrent 400 saker blir realitetsbehandlet av Forbrukerombudet hvert år. I de aller fleste saker kommer Forbrukerombudet og den næringsdrivende til enighet om hvordan praksis skal endres. Kun i et forsvinnende lite antall saker (8-10), dvs i om lag 2 pst. av sakene, ser ombudet det som nødvendig å fatte vedtak eller bringe saken inn for Markedsrådet. NHO mener at det uten en bedre begrunnelse blir galt å avvikle en velfungerende og god modell, og som i utstrakt grad realiserer det ønskede målet om enighet.

At forhandlingsmodellen foreslås beholdt som en *arbeidsform*, er på papiret en grei løsning. En enighet mellom partene må fremdeles være den store målsetningen. Vi mener imidlertid at en "nedgradering" av en lovbestemt plikt til kun en arbeidsform vil endre styrkeforholdet mellom ombudet og den næringsdrivende i den konkrete sak. Partene vil ha en helt annen inngang og opptreden i forhandlingene dersom begge vet at ombudet når som helst kan velge å fatte vedtak og dermed sette en stopper for videre forhandlinger. Vi legger til grunn at det til tross for de beste hensikter fra ombudets side vil være vanskelig å disiplinere seg til å gjennomføre like gode og reelle forhandlinger som i dag. I praksis vil dermed den foreslåtte endringen føre til langt flere vedtak enn i dag uten at det i seg selv har vært målsettingen for endringen. NHO mener derfor at man bør opprettholde den lovbestemte plikten for ombudet til å forsøke å finne frem til en frivillig ordning før vedtak fattes eller saken sendes videre til Markedsrådet.

### **Endring av navn**

Departementet foreslår at Forbrukerombudet skal endre navn til Forbrukertilsynet, eventuelt Markedsføringsstilsynet. Vi mener at et navnebytte i seg selv har gode grunner for seg. En organisasjons navn bør speile den virksomhet organisasjonen driver. Næringslivet nedlegger dessuten ikke ubetydelig ressurser i å måtte manøvrere mellom og forholde seg til ulike aktører på forbrukerområdet som i hvert fall utad synes å ha overlappende oppgaver og funksjoner. Særlig har våre medlemmer vanskeligheter med å skille mellom Forbrukerrådet og Forbrukerombudet. For næringslivet vil det derfor ha en verdi og en oppklarende effekt om Forbrukerombudet kunne få et navn som tydeligere indikerer det ansvar man har og de oppgaver man utfører, og som tydeligere setter et skille mot Forbrukerrådet.

Vi ser det imidlertid som et problem om Forbrukerombudet etter et eventuelt navnebytte fremdeles skal innta den pådriverrollen som til dels utøves i dag, eksempelvis gjennom bruk av media. Forbrukerombudet bruker media mer aktivt enn de fleste tilsyn i dag, ikke bare til faglige funderte utspill, men også mer tabloide og upresise politiserte utspill. Ved et eventuelt navnebytte til Forbrukertilsynet bør det samtidig foretas en gjennomgang av ombudets portefølje og praksis slik at denne i utgangspunktet renses for pådriverfunksjoner. Uten en slik ryddejobb er det vår oppfatning at et statlig forbrukertilsyn vil stå i fare for å miste den nødvendige legitimiteten og troverdigheten hos omverdenen.



**Markedsrådets sammensetning**

Av høringsnotatet fremgår at Markedsrådet i dag består av hele ni medlemmer, og alle vedtak treffes som regel av samtlige. Dette gjøre Markedsrådsbehandlingen svært ressurskrevende. Departementet foreslår derfor å redusere antall medlemmer som fatter vedtak til tre.

Vi er enige i at et Markedstilsyn bestående av ni personer i dag anses lite hensiktsmessig. Vi ser imidlertid et poeng i at kollegiet gjenspeiler bredde i erfaring. Markedsrådet befatter seg med regelverk som fremdeles består av skjønnsmessige bestemmelser, og variert og bred erfaring er da nyttig. Vi er kjent med at det sjeldent er problematisk å beramme møter i Markedsrådet, og sakstilfanger er som kjent begrenset. Vi har fått opplyst at vervet som medlem i Markedsrådet ikke oppleves som belastende. NHO vil på denne bakgrunn oppfordre departementet til å vurdere å redusere antall medlemmer i Markedsrådet som treffer avgjørelser til fem.

**Markedsrådets behandling av FOs nedprioriteringer**

Markedsrådet behandler i dag klager over Forbrukerombudets nedprioriteringer av saker. Vi deler departementets erfaring om at det svært sjeldent skjer at Markedsrådet går imot Forbrukerombudets nedprioriteringer. Vi vil derfor foreslå at disse sakene ikke lenger trengs behandles av Markedsrådet.

**FOs mulighet til å angripe Markedsrådets vedtak**

Vi støtter departementets forslag om ikke å gi Forbrukerombudet kompetanse til å bringe Markedsrådets vedtak inn for domstolene, og slutter oss for øvrig til de vurderinger departementet gjør i høringsnotatet.

Med vennlig hilsen

NÆRINGSLIVETS HOVEDORGANISASJON

Avdeling for Samfunnsøkonomi, næringsjus og offentlig sektor



Ingebjørg Harto

Næringspolitisk direktør

