# **Markedsføringsloven (2009)**

# Kap 2.6

Formål: Beskytte forbrukerne mot urimelig markedsføring. § 1

Loven håndheves etter § 32 av:

* Forbrukerombudet (fører *tilsyn* med markedsføring) § 34
* Markedsrådet (kan *forby* markedsføring) § 39

(Forbrukerombudet kan i enkelte tilfeller forby, se § 37)

**Generelle bestemmelser:**

* Markedsføring skal fremstå som markedsføring § 3
* **To overordnede forbudsregler**:

**1. Ikke stride mot god markedsføringsskikk** § 2

Markedsføringen skal ikke:

* + stride mot allmenne etikk- og moraloppfatninger
  + ta i bruk støtende virkemidler
  + stride mot likeverd mellom kjønn
  + fremstå særlig påtrengende

**2. Forbud mot urimelig handelspraksis** (se def. § 5d) § 6

En handelspraksis er urimelig dersom den

* + strider mot god forretningsskikk
  + er villedende (feil eller manglende info) etter §§ 7-8

(se «svartelista» side 96 i boka)

* + er aggressiv etter § 9 (se «svartelista» side 96 i boka)

**Spesielle bestemmelser:**

* Reservering mot markedsføring §§ 12-13
* Elektroniske henvendelser, kunden må samtykke § 15

Unntak: telefon § 15.2 og § 14

* Uadressert reklame, forbudt hvis kunden tilkjennegir det § 17
* Særlig aktsomhet overfor barn §§ 19-21