

## LAGRÅDET

Utdrag ur protokoll vid sammanträde 2016-04-12

**Närvarande:** F.d. justitieråden Severin Blomstrand och Annika Brickman samt justitierådet Agneta Bäcklund.

### **Stärkta sanktionsmöjligheter för Konsumentombudsmannen**

Enligt en lagrådsremiss den 17 mars 2016 (Finansdepartementet) har regeringen beslutat inhämta Lagrådets yttrande över förslag till

1. lag om ändring i marknadsföringslagen (2008:486), och
2. lag om ändring i lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden.

Förslagen har inför Lagrådet föredragits av rättssakkunnige Mikael Pauli.

Förslagen föranleder följande yttrande av Lagrådet:

## Förslaget till lag om ändring i marknadsföringslagen

### 29 a och 32 §§

Paragraferna innehåller föreskrifter om när en marknadsstörningsavgift ska påföras (29 a §) och hur avgiftens storlek ska bestämmas (32 §).

Enligt den nu gällande regleringen ska ingen avgift krävas ut i ringa fall. I remissförslaget har den begränsningen tagits bort. Av författningsskomentaren framgår att det liksom tidigare ska förutsättas att en överträdelse är av visst allvar för att den ska leda till marknadsstörningsavgift. Vid föredragningen har upplysts att det i dag bara är de allvarigaste överträdelserna som föranleder att en avgift påförs och att avsikten med den föreslagna bestämmelsen är att fler allvarliga överträdelser ska sanktioneras. Ringa fall och överträdelser av normalgraden ska emellertid fortfarande vara undantagna. Lagrådet ifrågasätter att förslaget tillgodoser det angivna syftet. Detta uppnås bättre om lagtexten anger de fall som ska omfattas av sanktionen. Lagrådet förordar att regleringen utformas på ett sätt som tydligt anger att marknadsföringsavgift ska påföras vid allvarliga överträdelser.

Enligt 29 a § första stycket ska, vid prövningen av om marknadsstörningsavgift ska åläggas, särskilt överträdelsens art, varaktighet, omfattning och spridning beaktas. När avgiftens storlek fastställs ska enligt 32 § särskild hänsyn tas till hur allvarlig överträdelsen är och hur länge den har pågått.

Under föredragningen har upplysts att det är samma kriterier som avses i båda bestämmelserna. Om det är avsikten, bör samma ord användas på båda ställena; om inte, måste skillnaderna förklaras.

Vad som avses med de omständigheter – ”art, varaktighet, omfattning och spridning” – som ska beaktas vid bedömningen av om en avgift ska påföras har belysts tämligen knapphändigt och motsägelsefullt i författningskommentaren. Där nämns att, om näringsidkaren handlat med uppsåt eller upprepat ett förfarande som har lett till påföljd, ska det påverka om avgift ska tas ut. Sådana omständigheter kan knappast hänföras till förfarandets art och framgår inte på annat sätt av lagtexten. Det kan för övrigt ifrågasättas om inte dessa omständigheter också borde påverka avgiftens storlek.

Enligt författningskommentaren till 31 § ska lämplig hänsyn tas till företagets storlek när avgiften bestäms. Under föredragningen har lämnats skiftande besked om hur detta uttalande ska förstås. Lagrådet förutsätter att uttalandet förklaras. Om avsikten är att företagets storlek ska beaktas när avgiften fastställs bör det framgå av 32 §.

Avsikten med remissförslaget är, som redovisats i det föregående, att överträdelsens allvarlighetsgrad ska avgöra om avgift ska påföras och att praxis i denna del ska bli strängare. Vidare har beloppsintervallet för avgiften höjts, enligt uppgift i författningskommentaren för att möjliggöra en nyanserad bedömning inom ramen för ett större intervall. Mot den bakgrunden är det nödvändigt att det finns en tillräckligt tydlig beskrivning av hur de föreskrivna bedömningsgrunderna ska förstås och hur de förhåller sig till varandra. Lagrådet förutsätter att förslaget kompletteras i denna del under den fortsatta beredningen.

Enligt 29 a § andra stycket får avgiften efterges om det finns synnerliga skäl för detta. Eftersom eftergift bara blir aktuell om det finns förutsättningar för att påföra avgift förordar Lagrådet att denna bestämmelse flyttas till 32 §.

## 53 §

Enligt paragrafen hindrar en dom eller ett beslut ”där frågan om förbud eller åläggande enligt 23, 24 eller 25 § har prövats” att sådana frågor prövas på nytt med anledning av marknadsföringen. Eftersom 23 § inte innehåller någon föreskrift om ålägganden och 24 och 25 §§ inte innehåller någon förbuds föreskrift förordar Lagrådet att paragrafens nuvarande lydelse behålls i denna del.

## 64 §

Lagrådet hänvisar till vad Lagrådet har anfört i anslutning till 53 §. Påpekandet gör sig gällande även i fråga om paragrafer som inte aktualiseras i remissen.

Förslaget till lag om ändring i lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållanden

Lagrådet lämnar förslaget utan erinran.