



STORTINGET

Innst. 421 L

(2024–2025)

Innstilling til Stortinget
fra familie- og kulturkomiteen

Prop. 119 L (2024–2025)

Innstilling fra familie- og kulturkomiteen om Endringer i markedsføringsloven mv. (overtredelsesgebyr for brudd på god markedsføringsskikk overfor barn)

Til Stortinget

Sammendrag

Barne- og familiedepartementet legger i proposisjonen frem forslag til endringer i markedsføringsloven for å styrke Forbrukertilsynets muligheter for å slå ned på lovstridig markedsføring overfor barn. Departementet foreslår at brudd på god markedsføringsskikk overfor barn inkluderes i listen over bestemmelser i markedsføringsloven som kan sanksjoneres med overtredelsesgebyr. Lovforslaget følger opp deler av et forslag til endringer i markedsføringsloven for å styrke barns forbrukervern i digitale medier som var på høring fra november 2024 til januar 2025. Departementet vil jobbe videre med et forslag om en ny bestemmelse i markedsføringsloven for å særlig verne barn mot markedsføring i sosiale medier og spill, som var en del av den samme høringen.

I proposisjonens punkt 4 foreslås det endringer i markedsføringsloven § 10 a og godkjenningsloven § 26 som følge av at EU har vedtatt å avvikle den nettbaserte portalen for klagebehandling over landegrensene (ODR-portalen).

Komiteens behandling

Komiteen inviterte til å sende inn skriftlige høringsinnspill i saken og har mottatt seks slike. Alle er publisert på stortinget.no.

Sakens dokumenter er tilgjengelige på sakssiden på stortinget.no

Komiteens merknader

Komiteen, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Åse Kristin Ask Bakke, Mona Nilsen og Torstein Tvedt Solberg, fra Høyre, Turid Kristensen og fung. leder Tage Pettersen, fra Senterpartiet, Åslaug Sem-Jacobsen og Per Olav Tyldum, fra Fremskrittspartiet, Silje Hjemdal, fra Sosialistisk Venstreparti, Kathy Lie, og fra Venstre, Naomi Ichihara Røkkum, viser til Medietilsynets undersøkelse «Barn og medier 2024», som viser at 86 pst. av 9–18 åringer bruker sosiale medier. Barn og unge er særlig sårbare for målrettet markedsføring i digitale medier.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmet fra Fremskrittspartiet, viser til at lovforslaget vil styrke barns forbrukervern på digitale flater, som følge av at barn blir eksponert for mye problematisk reklame, og behøver bedre beskyttelse mot ulovlig markedsføring. Flertallet viser til at det er viktig at regjeringen foreslår strengere sanksjoner ved brudd på markedsføringslovens bestemmelse om god markedsføringsskikk overfor barn.

Et annet flertall, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti, viser til at Forbrukertilsynets bevilgning for 2025 er økt med 2,5 mill. kroner for å styrke tilsynet med barns forbrukervern i digitale medier.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmet fra Fremskrittspartiet, viser til at høringsinnspillene komiteen har mottatt under sin behandling av proposisjonen, er positive til lovforslaget.

Flertallet støtter lovforslaget.

Komiteens medlem fra Fremskrittspartiet er enig i intensjonen i forslaget. Det bør ikke være slik at virksomheter kan bryte forbud ustraffet. Samtidig vil dette medlem presisere at det ikke er eller bør være nødvendig å overregulere og forby alt mulig. De foreslåtte tiltakene kan være nødvendige verktøy for å håndheve allerede godt etablerte regler mot markedsføring rettet mot barn og unge. Dette medlem støtter at barn og unge skal ha et særskilt vern. Dette medlem mener allikevel at gebyrenes størrelse, slik de er foreslått, kan ha for høye maksrammer, og at de i enkelttilfeller derfor kan settes for høyt i forhold til regelbruddet.

Dette medlem vil også vise til at helse- og omsorgskomiteen tidligere har behandlet sak om markedsføring av matvarer, som i noen tilfeller retter seg mot barn og unge, jf. Prop. 125 L (2024–2025) Endringer i matloven (hjemmel for overtredelsesgebyr ved brudd på forskrift) og Innst. 397 L (2024–2025). Der tas grense-dragingsproblematikk opp.

Dette medlem vil derfor ikke anbefale forslaget slik det står nå.

Komiteens tilråding

Komiteens tilråding fremmes av medlemmene i komiteen fra Arbeiderpartiet, Høyre, Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Venstre.

Komiteen har for øvrig ingen merknader, viser til proposisjonen og rår Stortinget til å gjøre følgende

vedtak til lov

om endringer i markedsføringsloven mv. (overtredelsesgebyr for brudd på god markedsføringsskikk overfor barn)

I

I lov 9. januar 2009 nr. 2 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. gjøres følgende endringer:

§ 10 a paragrafoverskriften skal lyde:

§ 10 a *Informasjon om klageorgan mv.*

§ 10 a tredje ledd oppheves.

§ 42 første ledd første punktum skal lyde:

Ved forsettlig eller uaktsom overtredelse av § 2 annet ledd annet punktum, § 6, § 10, § 11, § 12, § 13, § 13 a, § 14 første ledd, § 15, § 16, § 16 a første ledd bokstav a, § 17, § 17 a, § 18, § 20 annet ledd, § 21 jf. § 2 eller § 22 eller av forskrift gitt i medhold av § 6 femte ledd eller § 10, som anses som vesentlig eller har skjedd gjentatte ganger, kan den ansvarlige ilegges et overtredelsesgebyr.

II

I lov 17. juni 2016 nr. 29 om godkjenning av klageorganer for forbrukersaker gjøres følgende endring:

§ 26 oppheves.

III

Loven gjelder fra den tid Kongen bestemmer. Kongen kan sette i kraft de enkelte bestemmelsene til forskjellig tid.

Oslo, i familie- og kulturkomiteen, den 27. mai 2025

Tage Pettersen

fung. leder

Åse Kristin Ask Bakke

ordfører