



Lag om ändring i marknadsföringslagen (2008:486);

utfärdad den 2 december 2010.

Enligt riksdagens beslut¹ föreskrivs att 29 § marknadsföringslagen (2008:486) ska ha följande lydelse.

29 §² En näringsidkare får åläggas att betala en särskild avgift (marknadsstörningsavgift) om näringsidkaren, eller någon som handlar på näringsidkarens vägnar, uppsåtligen eller av oaktsamhet har brutit mot

- 7 §,
- 8 § och någon av bestämmelserna i 9, 10, 12–17 §§,
- 18 §,
- 20 §, eller
- någon av bestämmelserna i bilaga I till direktiv 2005/29/EG.

Detsamma gäller om en näringsidkare uppsåtligen eller av oaktsamhet bryter mot någon av bestämmelserna i

– 14 § första stycket 2 eller 3 eller 14 a § första stycket 2 eller 3 tobakslagen (1993:581),

– 7 kap. 3 § alkohollagen (2010:1622),

– 8 kap. 7 § första stycket, 8, 9 eller 14 § första eller andra stycket samt 15 kap. 4 § radio- och tv-lagen (2010:696),

– 11 § lagen (1995:1571) om insättningsgaranti eller 8 § lagen (2004:299) om inlåningsverksamhet när det gäller ett erbjudande som inte är riktat bara till andra än konsumenter.

Vad som sägs i första och andra styckena gäller också en näringsidkare som uppsåtligen eller av oaktsamhet väsentligt har bidragit till överträdelsen.

Avgiften tillfaller staten.

Denna lag träder i kraft den 1 januari 2011.

På regeringens vägnar

BIRGITTA OHLSSON

Cecilia Bergman
(Integrations- och
jämställdhetsdepartementet)

¹ Prop. 2009/10:125, bet. 2010/11:SoU4, rskr. 2010/11:36.

² Senaste lydelse 2010:719.

