

Fremtidens markedsføringsret

Copenhagen Business School, 14 October 2005

Jan Trzaskowski
Copenhagen Business School

Harmonisering af markedsføringsretten

Vildledende og sammenlignende reklame
(84/450)

Elektronisk handel (00/31)

Persondata i telesektoren (02/58)

Persondata generelt (95/45)

Tobaksreklame (03/33)

Urimelig handelspraksis (05/29)

Salgsfremmende foranstaltninger (forslag)

Direktiv om urimelig handelspraksis

Det Indre Marked

Handelspraksis: enhver handling, udeladelse, adfærd eller fremstilling

Over for forbrugere

Urimelig handelspraksis forbydes

Strider mod erhvervsmæssig diligenspligt

Forvrider den økonomiske adfærd hos den gennemsnitlige forbruger

Som aktiviteten er rettet mod

Vildledende og aggressiv handelspraksis

Bilag 1 aktiviteter (udvalgte eksempler)

Vildledende handlinger (bilag 1)

Vildledende brug af adfærdskodeks

Bait and switch advertising

Anvendelse af kvalitetscertificering o.lign.

Pres ved at angive (ukorrekt) kort udsalgperiode

Sælge ulovlige produkter

Advertorial (medmindre det fremgår tydeligt)

Brug af frygt (risiko ved manglende aftale)

Visse salgsfremmende pyramideordninger

Vildledende brug af 'gratis' mv.

Anvende ophørsudsalg uden reel lukning

Fællesskabsretlige oplysningsforpligtelser

Aggressive handlinger (bilag 1)

Ikke forlade lokalet før underskrift/betaling

Besøg på forbrugerens bopæl (lange/gentagne)

Vedholdende og uønskede henvendelser (fjernkom)

Brug af pester power

Afkræve betaling for uanmodet levering af produkt

Fejlagtig indtryk af at have vundet en præmie

(Chikane, tvang og utilbørlig påvirkning)

Forslag til ny markedsføringslov

Forslag fremsat 6. oktober 2005

Ikrafttræden 1. juli 2006

Væsentligste ændringer

De tre hensyn indskrives i §1

Men ingen implementering af direktivet om urimelig handelspraksis (skal ske senest juni 2007)

Prismærkningsloven indarbejdes

Ny §-nummerering og struktur

Kap. 2 – Generelle regler om adfærd på markedet

Kap. 3 – Forbrugerbeskyttelse

Kap. 4 – Regler vedrørende erhvervsdrivende

Ny markedsføringslov

Nye regler om

- Reklameidentifikation

- Markedsføring rettet mod børn og unge

- Gebyrer

- Oplysning ved salgsfremmende foranstaltninger

Ophævelse af regler (pr. 1. januar 2007) om

- Tilgift

- Mængdebegrænsning

- Rabatmærker

- Lodtrækning og præmiekonkurrencer

Thank you for your attention!

Jan Trzaskowski

Copenhagen Business School (Law Department)

jan@extuto.dk / (+45) 25 37 02 05

www.legalriskmanagement.com / www.cbs.dk