

# Lov om tilsyn med handelspraksis og markedsføring nr. 57/2005 med senere ændringer

## Kapitel I Generelle bestemmelser

**§ 1.** Loven finder anvendelse på hvilken som helst erhvervsvirksomhed, sådan som fremstilling, omsætning og tjenesteydelser, uden hensyn til hvorvidt den drives af privatpersoner, selskaber, offentlige virksomheder eller andre.

*Stk. 2.* Løn eller andre ansættelsesvilkår ifølge kollektive lønoverenskomster er ikke omfattet af denne lov.

**§ 2.** Loven omfatter aftaler, vilkår eller handlinger som har eller er beregnet til at have virkning her i landet.

*Stk. 2.* Loven omfatter ikke aftaler, vilkår eller handlinger som kun er beregnet til at have virkning uden for landet.

**§ 3.** Betydningen af ord i denne lov bør forstås på følgende måde:

1. Med *erhvervsdrivende* forstås hvilken som helst erhvervsdrivende, uanset ejerforhold og uanset de varer, tjenesteydelser eller andre rettigheder, som er genstand for salg eller omsætning mod vederlag.
2. Med *virksomhed* forstås privatpersoner, selskaber, offentlige myndigheder og andre som er erhvervsdrivende.
3. Med *forbruger* forstås privatpersoner som køber varer eller tjenesteydelser mod vederlag, for så vidt købet ikke er foretaget i erhvervsøjemed.
4. Med *varer* forstås fast ejendom og løsøre, herunder skibe, luftfartøjer, luftarter, elektricitet og andre energikilder.
5. Med *pris* forstås vederlag for varer og tjenesteydelser med moms samt andre relevante offentlige afgifter, d.v.s. hvilket som helst vederlag uden hensyn til hvilken betegnelse benyttes, s.s. gebyr, løn, godtgørelse, fragt, befodringsafgift, takst, leje eller noget lignende.
6. Med *handelspraksis* forstås erhvervsdrivendes markedsføring, andre handlinger, undladelser eller adfærd, som er knyttet til præsentation af varer eller tjenesteydelser,

7. Med *tjenesteydelse* forstås hvilken som helst service, arbejde eller tjeneste mod vederlag, undtagen lønnet arbejde i tjenesten hos andre.

**§ 4.** Forbrugermyndigheden administrerer tilsynet ifølge denne lov på vegne af handelsministerens som håndhæver loven.

*Stk. 2.* Forbrugermyndigheden har følgende opgaver:

- a. at håndhæve lovens forbud og påbud.
- b. at træffe foranstaltninger mod urimelig handelspraksis,
- c. at fremme større gennemsigtighed af markedet.

*Stk. 3.* Ved behandling af opgaver ifølge denne lov er Forbrugermyndigheden berettiget til at prioritere sager.

*Stk. 4.* Afgørelser som Forbrugermyndigheden træffer på grundlag af denne lov kan indbringes for ankenævnet for forbrugersager, som udøver sit hverv i medfør af § 4 i loven om Forbrugermyndigheden og Forbrugerombudsmanden.

## **Kapitel II**

### **Forbud mod urimelig handelspraksis**

**§ 5.** Urimeleg handelspraksis er forbudt. Dette forbud gælder inden, imedens og efter at transaktion med varer finder sted eller tjeneste ydes. I kapitler III-V er nærmere anført hvad forstås ved urimeleg handelspraksis.

**§ 6.** Reklamer skal klart kunne identificeres som sådanne. De skal klart adskille sig fra andet stof i massemedierne.

*Stk. 2.* Reklamer og andre transaktionsmetoder må ikke være utilbørlige over for konkurrenterne eller forbrugerne på grund af deres form eller fordi de angår uvedkommende forhold.

*Stk. 3.* Reklamer der henvender sig mod islandske forbrugere skal være affattet på islandsk.

*Stk. 4.* Rigtigheden af påstande som angives i reklamer eller på anden vis skal kunne dokumenteres.

**§ 7.** Reklamer som henvender sig til til mindreårige må ikke udformes på en sådan måde at de vil kunne skade dem psykisk eller moralsk.

*Stk. 2.* Reklamer må ikke udformes på en sådan måde, at de udnytter mindreåriges naturlige godtroenhed og påvirkethed.

*Stk. 3.* Såfremt børn medvirker i reklamer skal det påses at de ikke vises i farlige situationer som kan opfordre eller tilskynde mindreårige til at bringe sig i farlige situationer eller til at foretage sig noget som de ikke må.

## **Kapitel III**

### **Beskyttelse af forbrugernes økonomiske interesser**

**§ 8.** Handelspraksis er urimelig hvis den er i strid med handelspraksis overfor forbrugerne eller i væsentlig grad forvrider eller kan forventes væsentlig at forvride den økonomiske adfærd hos forbrugerne. Handelspraksis som strider mod dette kapitels bestemmelser er altid urimelig.

*Stk. 2.* Handelsministeren kan fastsætte regler om handelspraksis, som anses under alle omstændigheder for at være urimelig.

**§ 9.** Handelspraksis betragtes for at være vildledende hvis den er egnet til at vildlede forbrugerne eller er fremstillet på en sådan måde at den giver forbrugeren urigtige oplysninger i den hensigt at påvirke deres beslutning om transaktion. Herved forstås urigtige oplysninger om følgende elementer:

- a. varens eller tjenesteydelsens art eller eksistens,
- b. de væsentligste egenskaber ved varen eller tjenesteydelsen, f. eks. anvendelse, sammensætning eller de resultater som kan forventes opnået ved brugen,
- c. eftersalgsservice, klagebehandling, måde og tidspunkt for fremstilling,
- d. prisen for varen eller tjenesteydelsen eller den måde, hvorpå prisen beregnes, eller en særlig prismæssig fordel og hvorvidt der er knyttet vilkår hertil,
- e. behov for eftersyn, reservedele, udskiftninger eller reparationer,
- f. forhold der vedrører den erhvervsdrivendes eller dennes agents egenskaber og rettigheder, såsom hans kvalifikationer, status på markedet, pligter, varemærker og andre immaterielle rettigheder.
- g. forbrugernes rettigheder ifølge lovgivningen.

*Stk. 2.* Handelspraksis betragtes som vildledende, hvis den udelader eller holder skjult væsentlige oplysninger og dette er egnet til at påvirke forbrugeren i hans transaktionsbeslutning.

**§ 10.** Hvis en erhvervsdrivende agter at reklamere eller bruge anden lignende adfærd med henblik på at præsentere i kommerciel hensigt bestemte varer eller tjenesteydelser, skal ved opfordringen til køb gives følgende oplysninger om handelspraksis, alt efter omstændighederne og ud fra hvilket medie anvendes:

- a. varens eller tjenesteydelsens vigtigste karakteristika,
- b. den erhvervsdrivendes navn og adresse,
- c. forhold vedrørende betaling, levering og gennemførelse af en aftale, hvis de afviger fra hvad der er sædvanligt i branchen,
- d. virksomhedens klagebehandlingspolitik, i det omfang den afviger fra, hvad er der sædvanligt i branchen,
- e. fortrydelsesret, afbestillingsret eller returret, hvis forbrugeren har en sådan ret, såfremt dette afviger fra hvad der er sædvanligt i branchen.
- f. den endelige pris, inklusive moms og andre offentlige afgifter.

*Stk. 2.* Hvis varens eller tjenesteydelsens art gør at prisen ikke med rimelighed kan udregnes på forhånd, bør den måde oplyses hvorpå prisen beregnes. Hvor det er relevant skal oplysninger gives om omkostninger ved fragt, levering eller porto, men hvis denne ikke med rimelighed kan beregnes, skal det oplyses at der forekommer sådanne yderligere omkostninger i tillæg til prisen.

**§ 11.** Udsalg eller andet salg hvor der sælges til nedsatte priser, må kun reklameres og kundgøres såfremt der er tale om faktisk prisnedsættelse. Det bør påses at varens oprindelige pris tydeligt fremhæves med prismærkning.

**§ 12.** En handelspraksis betragtes som aggressiv hvis den ved utilbørlig påvirkning, f.eks. tvang eller trusler, i væsentlig grad indskrænker eller kan forventes at indskrænke forbrugernes valgfrihed eller handlefrihed i forbindelse med varen, og derved foranlediger ham eller kan forventes at foranledige ham til at træffe en transaktionsbeslutning som han ellers ville ikke have truffet.

## **Kapitel IV**

### **Beskyttelse af forbrugernes øvrige interesser**

**§ 13.** Erhvervsdrivende må ikke foretage sig noget som helst som strider mod god handelspraksis, sådan som den udøves eller som virker utilbørlig i forhold til forbrugernes interesser.

*Stk. 2.* Stk. 1 gælder for den handelspraksis som kapitel III finder ikke anvendelse på.

## **Kapitel V**

### **Konkurrenters adfærd**

**§ 14.** Det er forbudt at anvende urigtige, mangelfulde eller vildledende angivelser i reklamer eller anvende sådanne metoder i markedsføringen som bærer præg af disse, overfor konkurrenterne, for så vidt disse reklamer og handelspraksis er egnede til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer, faste ejendomme, tjenesteydelser eller noget andet som udbydes af erhvervsdrivende som denne lov omfatter.

**§ 15.** Sammenlignende reklame omfatter enhver reklame, som direkte eller indirekte henviser til en konkurrent eller til varer eller tjenesteydelser, som udbydes af en konkurrent.

*Stk. 2.* Sammenlignende reklamer er tilladt, for så vidt angår sammenligningen, når følgende betingelser er opfyldt:

- a. de ikke er vildledende,
- b. de angår varer eller tjenesteydelser, der opfylder samme behov eller tjener samme formål,
- c. de er objektive og sammenligner en eller flere konkrete og relevante egenskaber, der kan dokumenteres, og som er repræsentative for disse varer eller tjenesteydelser, herunder prisen.
- d. de ikke skaber forveksling på markedet mellem annoncøren og en konkurrent eller mellem annoncørens og en konkurrents varemærker, firmanavne, andre karakteristiske kendetegn, varer eller tjenesteydelser,
- e. de ikke miskrediterer eller nedvurderer en konkurrents varemærker, firmanavne, andre karakteristiske kendetegn, varer eller tjenesteydelser, aktiviteter eller øvrige forhold,

- f. de for varer med oprindelsesbetegnelse i hvert enkelt tilfælde vedrører varer med samme betegnelse,
- g. de ikke drager utilbørlig fordel af den anseelse, der er knyttet til en konkurrents varemærke, firmanavn eller andre karakteristiske kendetegn, eller af konkurrerende varers oprindelsesbetegnelser,
- h. de ikke fremstiller en vare eller tjenesteydelse som en imitation eller en kopi af en vare eller tjenesteydelse, der er dækket af et beskyttet varemærke eller firmanavn.

*Stk. 3.* I enhver sammenlignende reklame, som indeholder særtilbud, skal det klart fremgå, hvornår tilbuddet ophører eller efter omstændighederne, at tilbuddet kun gælder, så længe de pågældende varer og tjenesteydelser er til rådighed. Gælder særtilbud endnu ikke, skal det tillige oplyses, hvornår perioden for den særlige pris eller for andre særlige betingelser begynder.

*Stk. 4.* Denne bestemmelse finder også anvendelse på anden lignende reklame- og markedsføring.

**§ 15 a.** Erhvervsdrivende må ikke benytte firmanavn, forretningskendetegn eller lignende, der ikke tilkommer ham, eller drive erhverv under et navn som giver vildledende oplysninger om ejerforholdet eller den erhvervsdrivendes ansvar. Han må heller ikke benytte egne kendetegn, som han er berettiget til, på en måde, der er egnet til at fremkalde forveksling med andre kendetegn som benyttes med fuld ret.

## **Kapitel VI**

### **Garantierklæringer, fortrolighedsforhold m.v.**

**§ 16.** Ved tilbuds afgivelse, ved indgåelse af aftale eller efter omstændighederne på leveringstidspunktet af vare eller tjenesteydelser som er omfattet af denne lov, skal der efter dettes art gives forsvarlig skriftlig vejledning, når denne er af betydning for bedømmelsen af godets eller ydelsens kartakter eller egenskaber, som f.eks. brugsegenskaber og holdbarhed, samt farlighed og vedligeholdelsesmulighed.

*Stk. 2.* Vejledningen skal være affattet på islandsk eller et nordisk sprog, dog ikke finsk, eller engelsk, og skal tage sigte af arten og typen af den vare, tjenesteydelse eller andet som leveres.

*Stk. 3.* De generelle vilkår hos tjenestevirksomheder, som yder forbrugere her i landet tjeneste, skal være affattet på det islandske sprog.

**§ 16 a.** Over for forbrugere må erklæring kun afgives, såfremt erklæringen giver modtageren en væsentlig bedre retsstilling end den modtageren har efter den gældende lovgivning.

*Stk. 2.* Garantierklæringen skal være bindende ifølge loven for garanten på grundlag af de vilkår som fremgår af garantivilkårene og hans reklamer.

**§ 16 b.** Hvis garantierklæring afgives skal sælgeren af varen eller tjenesteydelsen på klar og tydelig måde informere forbrugeren om garantiens indhold og give de oplysninger, der er nødvendige for at gøre garantien gældende. Endvidere skal

sælgeren på en klar og tydelig måde oplyse, at forbrugerens ufravigelige rettigheder efter lovgivningen ikke berøres af garantien. Efter forbrugerens anmodning skal sælgeren udlevere garantien skriftligt eller i en anden varig form som er tilgængelig for forbrugeren.

**§ 16 c.** Det er forbudt for enhver i erhvervsvirksomhed som er omfattet af denne lov at skaffe sig eller forsøge at skaffe sig på utilbørlig måde kendskab til eller rådighed over virksomhedens erhvervshemmeligheder.

*Stk. 2.* Har den pågældende fået kendskab til eller fået rådighed over virksomhedens erhvervshemmeligheder på retmæssig måde under sit arbejde for en anden eller i samarbejde med en anden jf stk. 1, må han ikke ubeføjet videregive eller benytte sådanne hemmeligheder. Forbudet vedvarer i 3 år efter arbejdets eller hvervets ophør.

*Stk. 3.* Den der i anledning af udførelse af arbejde eller i øvrigt i erhvervsøjemed er blevet betroet tekniske tegninger, beskrivelser, opskrifter, modeller eller lignende, må ikke ubeføjet benytte sådant materiale eller sætte andre i stand dertil.

*Stk. 4.* Såfremt kendskab til eller rådighed over erhvervshemmelighed er opnået i strid med bestemmelserne i stk. 1 – 3, må den skyldige eller den som har fået videregivet oplysninger fra denne, ikke benytte sig af disse.

**§ 16 d.** Det er forbudt at sælge eller udbyde varer som selv er mærket med varebetegnelser eller symboler, eller er forsynet med etiket eller emballage eller på tilsvarende måde, som er forbeholdt international plejehjælpsorganisation eller humanitær organisation, samt ubeføjet at benytte sådanne mærker, kendetegn eller navne ved skiltning, i reklamer, fakturaer, varelistor eller andre forretningsdokumenter.

*Stk. 2.* Ved udbud af varer, tjenesteydelser eller andet som udbydes, og som er omfattet af denne lov, er det forbudt at benytte det islandske rigsvåben uden tilladelse og det er endvidere forbudt at benytte islandske bygdevåben uden tilladelse samt fremmede rigs- og bygdevåben.

## Kapitel VII

### Tilsyn med markedets gennemsigtighed

**§ 17.** Virksomheder som sælger varer eller yder tjeneste til forbrugere, skal ved mærkning eller skiltning oplyse om varens eller tjenesteydelsens pris på en klar og tydelig måde på salgsstedet, således at forbrugerne nemt kan se den. Forbrugermyndigheden kan fastsætte nærmere regler om mærkning og skiltning af priser ved offentlig kundgørelse.

**§ 18.** Forbrugermyndigheden kan give virksomheder særligt påbud om foranstaltninger som kan gøre det nemmere for forbrugerne at bedømme priser og kvalitet. Påbudet kan indebære pligt til angivelse af pris, forretningsvilkår, kvalitet samt andre egenskaber, og hvorledes varen skal måles, vejes eller sorteres.

Forbrugermyndigheden kan fastsætte nærmere regler herom ved offentlig kundgørelse.

**§ 19.** For at oplyse forbrugerne om forbrugerforhold og påvirke deres prisbevidsthed indsamler Forbrugermyndigheden oplysninger om priser, prisdannelse og andre forretningsvilkår og offentliggør sine resultater i den grad det findes fornødent. Forbrugermyndigheden fastsætter vejledende regler om tilvejebringelsen af sådanne oplysninger, bearbejdelsen af disse samt offentliggørelse af dem.

## **Kapitel VIII**

### **Oplysningspligt**

**§ 20.** Forbrugermyndigheden kan kræve meddelt fra dem som er omfattet af denne lov oplysninger som den finder nødvendige for undersøgelsen af enkeltstående sager. Oplysningerne kan kræves meddelt mundtligt eller skriftligt og de skal gives indenfor en passende frist som myndigheden fastsætter.

*Stk. 2.* Forbrugermyndigheden kan i sin virksomhed på samme måde som er anført i stk. 1 kræve at få dokumenter udleveret til undersøgelse. De skal udleveres inden for en passende frist som myndigheden fastsætter.

*Stk. 3.* Forbrugermyndigheden kan i sin virksomhed kræve at få oplysninger og dokumentation fra offentlige myndigheder, herunder skatte- og toldmyndigheder, uanset deres tavshedspligt.

*Stk. 4.* Forbrugermyndigheden kan pålægge dem som er anført i stk. 1, pligt til regelmæssigt at indberette til myndigheden om forhold som findes at være af betydning for administreringen af denne lov. Forbrugermyndigheden kan fastsætte sådanne instrukser ved offentlig kundgørelse.

**§ 20 a.** Forbrugermyndigheden kan når en sag undersøges, foretage fornødne kontrolundersøgelser af forretningsstederne hos dem som er omfattet af denne lov og beslaglægge materiale og dokumenter når der er rimelig grund til at antage at denne lov eller Forbrugermyndighedens afgørelser er blevet overtrådt.

*Stk. 2.* Ved gennemførelsen af indgrebene finder reglerne i strafferetsplejeloven om ransagning og beslaglæggelse anvendelse.

**§ 21.** De som på myndighedernes vegne er beskæftiget med administreringen af denne lov må ikke uden hjemmel røbe noget om forhold som de får kendskab til under deres arbejde og som skal være fortrolige. Tavshedspligten gælder også efter ophør af ansættelsesforholdet.

**§ 21 a.** Forbrugermyndigheden kan videregive dokumenter og oplysninger til andre staters myndigheder som skønnes nødvendige for lovens gennemførelse i overensstemmelse med Islands forpligtelser i henhold til internationale konventioner.

*Stk. 2.* Ved videregivelse af oplysninger og dokumenter bør der stilles følgende betingelser om at:

1. oplysningerne og dokumenterne bliver behandlet som fortrolige af dem som modtager dem,
2. oplysningerne og dokumenterne kun bliver brugt til det formål som er aftalt i den pågældende internationale konvention,
3. oplysningerne og dokumenterne kun bliver videregivet til andre såfremt Forbrugermyndigheden giver sit samtykke og til det formål som samtykket indebærer.

## **Kapitel IX**

### **Sanktioner m.v.**

**§ 21 b.** Forbrugermyndigheden kan fastsætte nærmere regler med henblik på at forhindre at der gives vildledende eller utilbørlige oplysninger til forbrugerne, samt generelle regler om anvendelsen af bestemmelserne i kap. II-V. Forbrugermyndigheden skal så vidt muligt ved forhandling med de relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer søge at påvirke de erhvervsdrivendes adfærd inden sådanne regler udarbejdes.

*Stk. 2.* Forbrugermyndigheden kan gribe ind over for adfærd som er i strid med bestemmelserne i kap. II – VI og bestemmelserne i kap. VII og VIII.. Forbrugermyndighedens indgreb kan bestå i forbud, påbud og meddelelse af tilladelser med bestemte begrænsninger.

**§ 22.** Forbrugermyndigheden kan pålægge administrative bøder på virksomheder som overtræder:

- a. denne lovs bestemmelser og regler som er udstedt i medfør af den angående forbud mod urimelig handelspraksis, jf kap. II – V,
- b. administrative forskrifter og Forbrugermyndighedens afgørelser mod adfærd som strider mod bestemmelser i kap. II – VIII og Forbrugermyndighedens påbud, jf § 21 b,
- c. retningslinjer og påbud fra Forbrugermyndigheden angående tiltag som skal gøre det nemmere for forbrugerne at bedømme pris og kvalitet, jf § 18.

*Stk. 2.* Der kan pålægges bøder, efter stk. 1, op til 10 mio. kroner.

**§ 23.** Såfremt en afgørelse ikke efterkommes som er blevet truffet i medfør af denne lov, kan Forbrugermyndigheden træffe afgørelse om at den eller de som afgørelsen er rettet mod, skal betale dagbøder indtil de retter sig efter den. Beslutning om dagbøder skal meddeles skriftligt på en bevislig måde til den som den er rettet mod.

**§ 24.** Afgørelse om dagbøder kan indbringes for ankenævnet for forbrugersager indenfor fjorten dage efter at den blev meddelt den pågældende. Dagbøder begynder først at løbe efter at fristen er udløbet. Indbringes en afgørelse for



ankenævnet for forbrugersager har den opsættende virkning på dagbøder indtil dettes kendelse foreligger.

**§ 25.** Forbrugermyndighedens afgørelser kan ikke indbringes for domstolene før end efter at afgørelse fra ankenævnet for forbrugersager foreligger.

*Stk. 2.* Såfremt parten ikke modtager ankenævnets kendelse kan han anlægge sag ved retten med henblik på at få den ophævet. Sagen skal anlægges inden seks måneder fra det tidspunkt da parten fik kendskab til ankenævnets kendelse. Sagsanlæg har ikke opsættende virkning for kendelsens ikrafttræden eller hjemmel til udpantning.

**§ 26.** Overtrædelse af denne lovs bestemmelser, regler og forskrifter som er udstedt i medfør af loven, straffes med bøde eller fængsel indtil seks måneder under skærpende omstændigheder. Frakendelse af rettigheder efter straffelovens § 68 kan pådømmes samtidig med bødestraf og fængselsstraf såfremt betingelser i straffelovens § 49 foreligger.

*Stk. 2.* Den som afgiver urigtige erklæringer til dem som administrerer denne lov, skal straffes i henhold til straffelovens kap. XV.

*Stk. 3.* Bøder ifølge denne lov kan pålægges juridiske personer såvel som privatpersoner. En juridisk person kan pålægges bøde uden hensyn til hvorvidt dennes medarbejders skyld bliver bevist. Hvis den juridiske persons medarbejder har overtrådt denne lov eller regler som er udstedt i medfør af loven, kan også den juridiske person straffes med bøde samt frakendelse af erhvervsrettigheder, hvis overtrædelsen er begået til gunst for den juridiske person eller denne har nydt udbytte af overtrædelsen. Den juridiske person er ansvarlig for betaling af bøder som dennes medarbejder er blevet dømt til at betale for overtrædelse af denne lov, for så vidt overtrædelsen er knyttet til dennes arbejde hos den juridiske person.

*Stk. 4.* Der kan frakendes rettigheder efter straffelovens § 68 samt konfiskation efter samme lovs § 69 i en sag som er rejst for overtrædelse af denne lov eller regler som er udstedt i medfør af den.

**§ 27.** Forbrugermyndighedens afgørelser om at pålægge administrative bøder eller dagbøder kan inddrives med udpantning, samt sagsomkostningerne.

*Stk. 2.* Indbringelse for ankenævnet for forbrugersager har opsættende virkning.

*Stk. 3.* Ved udpantning skal Forbrugermyndigheden indkalde rekvisitus for Herredsretten hvor sagen behandles i henhold til kap. 13 i loven om tvangsfuldbyrdelse og udpantning.

**§ 28.** Loven træder straks i kraft.