



Lag om ändring i marknadsföringslagen (2008:486);

utfärdad den 16 december 2010.

Enligt riksdagens beslut¹ föreskrivs att 1 § marknadsföringslagen (2008:486) ska ha följande lydelse.

1 §² Denna lag har till syfte att främja konsumenternas och näringslivets intressen i samband med marknadsföring av produkter och att motverka marknadsföring som är otillbörlig mot konsumenter och näringsidkare.

Bestämmelser om marknadsföring finns bl.a. i

- lagen (1992:1672) om paketresor,
- tobakslagen (1993:581),
- lagen (1995:1571) om insättningsgaranti,
- lagen (1996:1006) om anmälningsplikt avseende viss finansiell verksamhet,
- lagen (1996:1118) om marknadsföring av kristallglas,
- lagen (1997:218) om konsumentskydd vid avtal om tidsdelat boende,
- lagen (1999:268) om betalningsöverföringar inom Europeiska ekonomiska samarbetsområdet,
- lagen (1999:158) om investerarskydd,
- lagen (2002:562) om elektronisk handel och andra informations-samhällets tjänster,
- lagen (2004:299) om inlåningsverksamhet,
- prisinformationslagen (2004:347),
- distans- och hemförsäljningslagen (2005:59),
- försäkringsavtalslagen (2005:104),
- lagen (2005:405) om försäkringsförmedling,
- lagen (2006:484) om franchisegivares informationsskyldighet,
- lagen (2010:510) om lufttransporter,
- radio- och tv-lagen (2010:696),
- alkohollagen (2010:1622) och
- konsumentkreditlagen (2010:1846).

Denna lag träder i kraft den 1 januari 2011.

¹ Prop. 2009/10:125 och 2009/10:242, bet. 2010/11:CU5 och 2010/11:CU19, rskr. 2010/11:79, 2010/11:80, 2010/11:106 och 2010/11:107.

² Senaste lydelse 2010:1057.

SFS 2010:1911 På regeringens vägnar

JAN BJÖRKLUND

Cecilia Bergman
(Integrations- och
jämställdhetsdepartementet)