



Svensk författningssamling

Lag om ändring i marknadsföringslagen (2008:486)

SFS 2022:494

Publicerad
den 26 maj 2022

Utfärdad den 19 maj 2022

Enligt riksdagens beslut¹ föreskrivs att 3 § marknadsföringslagen (2008:486) ska ha följande lydelse.

3 § I denna lag avses med

affärsbeslut: ett beslut som fattas av en konsument eller en näringsidkare om huruvida, hur och under vilka förutsättningar en produkt ska köpas, om hela eller delar av köpesumman ska betalas, om produkten ska behållas eller överlåtas, eller om en avtalsenlig rättighet i samband med produkten ska utnyttjas, oavsett om konsumenten eller näringsidkaren beslutar att handla eller att avstå från att handla,

elektronisk post: ett adresserat eller på något annat sätt individualiserat elektroniskt meddelande i form av text, röst, ljud eller bild som sänds via ett allmänt elektroniskt kommunikationsnät och som kan lagras i nätet eller i mottagarens terminalutrustning tills mottagaren hämtar det,

god marknadsföringssed: god affärssed eller andra vedertagna normer som syftar till att skydda konsumenter och näringsidkare vid marknadsföring av produkter,

konsument: en fysisk person som handlar huvudsakligen för ändamål som faller utanför näringsverksamhet,

marknadsföring: reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till produkter inbegripet en näringsidkares handlande, underlåtenhet eller någon annan åtgärd eller beteende i övrigt före, under eller efter försäljning eller leverans av produkter till konsumenter eller näringsidkare,

näringsidkare: en fysisk eller juridisk person som handlar för ändamål som har samband med den egna näringsverksamheten,

produkter: varor, tjänster, fast egendom, arbetstillfällen och andra nyttigheter.

Denna lag träder i kraft den 3 juni 2022.

På regeringens vägnar

MAX ELGER

Linda Utterberg
(Finansdepartementet)

¹ Prop. 2021/22:136, bet. 2021/22:TU17, rskr. 2021/22:302.