

Influencermarkedsføring

Hvem er ansvarlig for at reglene holdes?

THOMMESSEN
21. OKTOBER 2020



Innhold

- 1 Hvilke regler gjelder?
- 2 Særlige problemstillinger
- 3 Hvem er ansvarlig?
- 4 Hvordan unngå ansvar?

Hvilke regler gjelder?

- § 1. Loven gjelder **kontroll med markedsføring.**
- § 3. Markedsføring skal utformes og presenteres slik at den **tydelig framstår som markedsføring.**
- § 6. Urimelig handelspraksis er forbudt.
En handelspraksis er alltid urimelig dersom den er **villedende** etter § 7 eller § 8, eller **aggressiv** etter § 9.
- § 19. Når en handelspraksis **rettes mot barn**, eller for øvrig kan ses eller høres av barn, skal det vises **særlig aktsomhet** overfor barns påvirkelighet, manglende erfaring og naturlige godtroenhet.



**NORGES
DOMSTOLER**



EU-RETTE

MARKEDS))) RÅDET



FORBRUKERTILSYNET

VEILEDER FOR
MARKEDSFØRING I
SOSIALE MEDIER



RETNINGSLINJER FOR
INFLUENCERE

Særlige problemstillinger



VALG AV INFLUENCER -
MIKROINFLUENCERE



TIDSBEGRENSET AVTALE



VALG AV PLATTFORM



KONKURRANSER



MERKING



KOMMENTARFELT

Hva er sanksjonene ved brudd?

1. Innledning

Forbrukertilsynet fatter herved forbudsvedtak med tvangsmulkt mot Sports Nutrition AS (heretter 'Sports Nutrition'), org.nr. [984 304 668](https://www.foi.no/fnr/984304668). Vedtaket er hjemlet i markedsføringsloven (mfl.) § 40 jf. § 42.

I vedtaket forbyr Sports Nutrition å markedsføre på sosiale medier ved bruk av påvirkere på samme eller tilsvarende måte som i Bilag 1 og 3, uten at det tydelig fremgår at det er markedsføring, jf. mfl. § 3 sml. §§ 8 og 6.

Ved overtredelse av vedtaket utløses en tvangsmulkt på kr 20 000 per lovstridige innlegg.

Orienterer Tiktokere om gaver og «shoutouts»

21.01.2020 – Påvirkere i sosiale medier tar betalt for å gi følgerne sine «shoutouts» og det arrangeres konkurranser hvor unge følgere oppfordres til å gi påvirkere gaver. Det kan være problematisk ifølge Forbrukertilsynet, som nå orienterer store Tiktokere om regelverket.

Influencermarkedsføring i strid med retningslinjer

3.4.2020 12:00:00 CEST | [Fim – Fagutvalget for influencermarkedsføring](#)



Fagutvalget for influencermarkedsføring har avsagt to fellende vedtak knyttet til influencermarkedsføring av proteintilskudd og energidrikk

Skjermdump: tv2.no



SKJULT MARKEDSFØRING: Forbrukertilsynet drar frem både Sitan Bjenes og Kine Peola. Foto: Skjermdump fra Forbrukertilsynet/Instagram

Historisk straff: – Vi har fått en lærepenge

Aldri før har Forbrukertilsynet bestemt at et norsk selskap må betale 20.000 kroner dersom de bryter loven ved hjelp av influencermarkedsføring.

Toppblogger får oppstrammer etter umerket reklame for ny bokklubb:

Refses av tilsyn

Hvem er ansvarlig?

HVEM ER ANSVARLIG?

Involverte aktører



Hvem er ansvarlig?

GOOD FOR ME-DOMMEN

Toppbloggere innblandet i skjønnhetsstrid

Helsekostselskapet Lab Pharma mener konkurrenten Good For Me bryter markedsføringsloven og kopierer dets reklamekonsept på sosiale medier. I kryssbildet står tre av Norges største bloggere.

© 1 min Publisert: 03.10.17 - 20.27 Oppdatert: 3 år siden



Skjermdump: DN

ANNA RASMUSSEN-VEDTAKET

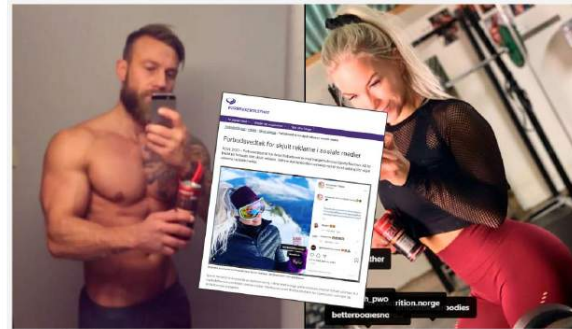


Anna Rasmussen får bot på 100.000 kroner

Anna Rasmussen (22) er den aller første bloggaren i Norge som er ilåst et overtredelsesgebyr

Skjermdump: VG

SPORTS NUTRITION-VEDTAKET



Historisk straff: - Vi har fått en lærepenge

Aldri før har Forbrukertilsynet bestemt at et norsk selskap må betale 20.000 kroner dersom de bryter loven ve

Skjermdump: TV2

KISSIE-DOMMEN



Alexandra "Kissie" Nilsson är en av Sveriges mest kända bloggare. Foto: TT

Bloggaren Kissie fälls för smygreklam

UPPDATERAD 1 FEBRUARI 201

Skjermdump: SVT

Hvordan unngå ansvar?

Tips og råd



GOD KOMMUNIKASJON MED TILSYNSMYNDIGHETER



TYDELIGE OG GODE AVTALER



TA ANSVAR FOR KORREKT MERKING



KONTROLLMEKANISMER OG VEILEDNING



GODKJENNINGSPROSESS TIPLASSET ANNONSEN



HA GOD KONTROLL PÅ FØLGERGRUPPEN

Takk for oss!

Heidi Jorkjend // Senioradvokat
hjo@thommessen.no

Charlotte Høgnæs // Advokatfullmektig
cho@thommessen.no

