

Projekt zmian do ustawy o kontroli marketingu

Art. 21a ustawy o kontroli marketingu otrzymuje brzmienie:

Artykuł 21a. Marketing w mediach społecznościowych itp.

Marketing, którego dzieci mogą się spodziewać w mediach społecznościowych i grach, nie może zawierać wzmianki o produktach nieodpowiednich dla dzieci, filmów, obrazów ani odniesień do takich produktów.

Ministerstwo może w drodze rozporządzenia określić, które produkty i kryteria oceny są objęte akapitem pierwszym.

W art. 42 ustawy o kontroli marketingu proponuje się następujące zmiany:

akapit pierwszy zdanie pierwsze otrzymuje brzmienie:

W przypadku umyślnego lub nieumyślnego naruszenia art. 2 akapit drugi zdanie drugie, art. 6, 10, 11, 12, 13, 13a, art. 14 akapit pierwszy, art. 15, 16, art. 16a akapit pierwszy lit. a), 17, 17a, art. 18, art. 20 akapit drugi, *art. 21 w związku z art. 2, 21a* lub 22 lub przepisów wydanych zgodnie z art. 6 akapit piąty lub art. 10, które jest uważane za istotne lub występowało wielokrotnie, na osobę odpowiedzialną może zostać nałożona kara pieniężna za naruszenie.