



EUROPEAN COMMISSION

Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs

Single Market Enforcement

Notification of Regulatory Barriers

Numer powiadomienia : 2024/9018/NO (Norway)

Proponowane zmiany do norweskiej ustawy o kontroli marketingu - wzmocnienie cyfrowej ochrony konsumentów dziecięcych

Data otrzymania : 07/11/2024

Koniec zawieszenia : 10/02/2025

Message

Wiadomość 901

Informacja od Komisji - TRIS/(2024) 2997

Procedura udzielania informacji WE-EFTA

Powiadomienie: 2024/9018/NO

Notification – Notificación – Notifizierung – Нотификация – Oznámení – Notifikation – Γνωστοποίηση – Notificación –
Teavitamine – Ilmoitus – Obavijest – Bejelentés – Notifica – Pranešimas – Paziņojums – Notifika – Kennisgeving –
Zawiadomienie – Notificação – Notificare – Oznámenie – Obvestilo – Anmälan – Fógra a thabhairt

Does not open the delays - N'ouvre pas de délai - Kein Fristbeginn - Не се предвижда период на прекъсване -
Nezahajuje prodlení - Fristerne indledes ikke - Καμία έναρξη προθεσμίας - No abre el plazo - Viivituste perioodi ei avata -
Määräaika ei ala tästä - Ne otvara razdoblje kašnjenja - Nem nyitja meg a késéset - Non fa decorrere la mora -
Atidējimai nepradedami - Atlikšanas laikposms nesākas - Ma jiftaħ il-perijodi ta' dewmien - Geen termijnbegin - Nie
otwiera opóźnień - Não inicia o prazo - Nu deschide perioadele de stagnare - Nezačína oneskorenia - Ne uvaja zamud -
Inleder ingen frist - Ní osclaíonn sé na moilleanna

MSG: 20242997.PL

1. MSG 901 IND 2024 9018 NO PL 07-11-2024 NO NOTIF

2. Norway

3A. Royal Ministry of Trade, Industry and Fisheries
Departement of Trade Policy
P.O. Box 8090, Dep
NO-0032 Oslo
Norway

3B. Royal Ministry of Children and Families
Department of Consumer, Religious and Life Stance Affairs
P.O Box 8036 Dep
0030 Oslo
Norway

4. 2024/9018/NO - SERV - Usługi społeczeństwa informacyjnego

5. Proponowane zmiany do norweskiej ustawy o kontroli marketingu - wzmocnienie cyfrowej ochrony konsumentów
dziecięcych



EUROPEAN COMMISSION

Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs
Single Market Enforcement
Notification of Regulatory Barriers

6. Wniosek obejmuje wymogi dotyczące marketingu w mediach społecznościowych i grach cyfrowych, np. usługi społeczeństwa informacyjnego.

7.

8. Wniosek zawiera nowy przepis w ustawie o kontroli marketingu, który stanowi, że

„§21 a. 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.”

Wniosek będzie zgodny z ustanowionym systemem ustawy o kontroli marketingu w odniesieniu do jurysdykcji i podmiotów objętych regulacją („przedsiębiorcy”).

Organ ds. konsumentów będzie miał za zadanie ocenić, które produkty są nieodpowiednie dla dzieci zgodnie z wnioskiem. We wniosku określono kryteria oceny, w tym poglądy na temat etyki i moralności populacji ogólnej. Odpowiednie kryteria oceny obejmują zagrożenie dla zdrowia (fizycznego lub psychicznego), bezpieczeństwo, czy produkt może być legalnie sprzedawany dzieciom lub czy jego stosowanie przez dzieci jest odradzane. Zgodnie z wnioskiem przedsiębiorcy będą musieli podjąć odpowiednie środki, aby uniknąć sytuacji, w której dzieci są narażone na marketing takich produktów w mediach społecznościowych i grach, lub powstrzymać się od marketingu takich produktów w tych mediach.

Ponadto proponuje się rozszerzenie kompetencji organu ds. konsumentów w zakresie nakładania kar za naruszenia zgodnie z § 42 ustawy o kontroli marketingu, tak aby uwzględnić proponowany nowy przepis oraz przepisy ustawy o kontroli marketingu dotyczące uczciwych praktyk marketingowych wobec dzieci w § 21 por. § 2 ustawy o kontroli marketingu.

9. Istnieje udokumentowana częstotliwość występowania marketingu, na który narażone są dzieci w przypadku produktów nieodpowiednich dla dzieci, co może mieć wpływ na ich zdrowie psychiczne lub fizyczne. Celem wniosku jest ograniczenie narażenia dzieci na wprowadzanie do obrotu produktów, które nie nadają się dla dzieci zgodnie z przepisami sektorowymi, ogólnymi poglądami na etykę i moralność lub względami zdrowia i bezpieczeństwa, a które mogą być szkodliwe dla ich dobrostanu. Ministerstwo jest zdania, że wniosek jest zgodny z obowiązującym prawodawstwem EOG w dziedzinie marketingu i ochrony konsumentów. W szczególności ministerstwo uważa, że wniosek jest zgodny z dyrektywą o nieuczciwych praktykach handlowych, ponieważ wniosek nie ma na celu ochrony interesów gospodarczych konsumentów, ale ochronę zdrowia i bezpieczeństwa oraz uregulowanie marketingu skierowanego do dzieci zgodnie z dobrym smakiem i przyzwoitością ludności. Zakres geograficzny wniosku jest zgodny z obowiązującą ustawą o kontroli marketingu i kryterium prowadzenia działalności określonym w ustawie o handlu elektronicznym (wdrażającej dyrektywę o handlu elektronicznym). Ministerstwo bierze pod uwagę, że wniosek będzie stanowił ograniczenie w handlu towarami i usługami, ale proponowany środek spełnia wymogi niedyskryminacji, służy uzasadnionym celom i jest proporcjonalny, jak wyjaśniono bardziej szczegółowo w notcie konsultacyjnej w rozdziale 2.5.

10. Odniesienia do tekstów podstawowych: Brak tekstu podstawowego

11. Nie

12.

13. Nie

14. Nie



EUROPEAN COMMISSION

Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs

Single Market Enforcement

Notification of Regulatory Barriers

15. Tak

16.

Aspekty TBT: Nie

Aspekty SPS: Nie

Komisja Europejska

Punkt kontaktowy Dyrektywa (UE) 2015/1535

e-mail: grow-dir2015-1535-central@ec.europa.eu