

Proposta de regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho relativo às promoções de vendas no mercado interno

(2002/C 75 E/02)

(Texto relevante para efeitos do EEE)

COM(2001) 546 final — 2001/0227(COD)

(Apresentada pela Comissão em 4 de Outubro de 2001)

O PARLAMENTO EUROPEU E O CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA,

Tendo em conta o Tratado que institui a Comunidade Europeia e, nomeadamente, o n.º 1 do seu artigo 95.º,

Tendo em conta a proposta da Comissão,

Tendo em conta o parecer do Comité Económico e Social,

Tendo em conta o parecer do Comité das Regiões,

Considerando o seguinte:

- (1) Em conformidade com o n.º 2 do artigo 14.º do Tratado CE, o mercado interno compreende um espaço sem fronteiras internas no qual a livre circulação das mercadorias e dos serviços e a liberdade de estabelecimento são asseguradas; o desenvolvimento da utilização e a comunicação comercial das promoções de vendas dentro do espaço sem fronteiras internas é vital para promover o desenvolvimento das actividades transfronteiras;
- (2) A utilização e a comunicação das promoções de vendas são essenciais para o crescimento e desenvolvimento de todas as empresas da Comunidade, sendo particularmente importantes para as pequenas e médias empresas, que contam com práticas abordáveis como essas para incentivar com os correspondentes estímulos e respostas o desenvolvimento das suas actividades transfronteiras. Por conseguinte, essas promoções estimulam a competitividade da economia europeia, permitindo assim aos consumidores dispor de um leque de escolhas mais alargado e de preços mais competitivos;
- (3) O direito comunitário e as características da ordem jurídica comunitária são fundamentais para permitir aos cidadãos e operadores europeus tirar plenamente partido, sem consideração de fronteiras, das oportunidades oferecidas pela utilização e comunicação das promoções de vendas. Assim, o presente regulamento tem por objectivo assegurar um nível elevado de integração jurídica comunitária, por forma a estabelecer um espaço real sem fronteiras internas para a utilização e comunicação das promoções de vendas;
- (4) A utilização e a comunicação das promoções de vendas na Comunidade são prejudicadas por vários obstáculos jurídicos, já identificados⁽¹⁾, ao bom funcionamento do mercado interno; esses obstáculos tornam menos atractivo o exercício da liberdade de estabelecimento e da livre

prestação de serviços e decorrem das divergências na legislação e da incerteza jurídica dos regimes nacionais aplicáveis à utilização e comunicação das promoções de vendas. A definição relativamente estrita de um conjunto de regras sobre as promoções de vendas está a criar uma multiplicidade de barreiras ao mercado interno que afectam um vasto número de empresas. A remoção destas barreiras virá facilitar a livre circulação de mercadorias associadas com as promoções de vendas;

- (5) Na ausência de regras uniformes à escala comunitária, os obstáculos aos serviços e aos produtos transfronteiras ou à liberdade de estabelecimento poderão justificar-se à luz da jurisprudência do Tribunal de Justiça, desde que pretendam proteger objectivos reconhecidos de interesse público e sejam proporcionais aos mesmos. À luz dos objectivos comunitários, das medidas definidas no Tratado relativamente a livre circulação, do direito derivado comunitário, e em conformidade com a política da Comissão em matéria de comunicação comercial⁽²⁾, esses obstáculos apenas podem ser eliminados através da criação de regras uniformes a nível comunitário e da clarificação de certos conceitos jurídicos igualmente a nível comunitário, na medida necessária ao bom funcionamento do mercado interno. Foram identificadas certas restrições que precisam de ser substituídas por outras menos limitativas; as restantes restrições referentes à utilização e comunicação das promoções de vendas deverão ser submetidas ao princípio do reconhecimento mútuo da legislação nacional;
- (6) Dada a natureza específica dos problemas a resolver, nomeadamente a necessidade de abordar, de forma muito orientada, um pequeno número de questões que afectam uma ampla variedade de serviços, verifica-se a necessidade de definir, por meio de um regulamento, alguns requisitos comunitários precisos, incondicionais e uniformes. A utilização de um regulamento reforça a segurança jurídica, em especial para os clientes e para as pequenas e médias empresas;
- (7) O presente regulamento abrange concursos ou jogos promocionais cujo objectivo é encorajar a venda de produtos ou serviços, com excepção das actividades relacionadas com jogos a dinheiro, e em que qualquer eventual pagamento serve apenas para adquirir os produtos ou serviços promovidos. Por conseguinte, as actividades relacionadas com os jogos a dinheiro, tais como os jogos de azar, as lotarias e as transacções que envolvam apostas, que implicam arriscar uma quantia em dinheiro, são excluídos do seu âmbito de aplicação;

⁽¹⁾ Livro Verde sobre «Comunicação comercial no Mercado Interno»: COM(96) 192 final de 18 de Maio de 1996.

⁽²⁾ «Seguimento do Livro Verde sobre a Comunicação Comercial no Mercado Interno» — Comunicação da Comissão COM(1998) 121 final de 4 de Março de 1998 (não existe versão portuguesa).

- (8) Ao tratar destas questões específicas identificadas, que suscitem problemas no âmbito do mercado interno, o presente regulamento é inteiramente coerente com a necessidade de respeitar o princípio da subsidiariedade, conforme definido no artigo 5.º do Tratado. Em conformidade com o princípio da proporcionalidade e com a política da Comissão em matéria de comunicação comercial — a qual, através do trabalho do grupo de peritos em comunicação comercial, tentou aplicar este princípio de forma tão transparente e precisa quanto possível —, as medidas previstas no presente regulamento estão estritamente limitadas ao mínimo necessário para alcançar o objectivo do bom funcionamento do mercado interno; sempre que sejam necessárias medidas a nível comunitário, e por forma a garantir a existência de um espaço verdadeiramente sem fronteiras internas para as promoções de vendas, o regulamento deve assegurar um elevado nível de protecção dos objectivos de interesse geral, nomeadamente a protecção dos menores, a defesa do consumidor e, nesse contexto, garantir práticas comerciais leais e a protecção da saúde pública;
- (9) O presente regulamento complementa o acervo comunitário aplicável à utilização e comunicação das promoções de vendas, que abrange, nomeadamente, a Directiva 84/450/CEE do Conselho relativa à aproximação das disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros em matéria de publicidade enganosa⁽¹⁾; a Directiva 89/552/CEE do Conselho relativa ao exercício de actividades de radiodifusão televisiva⁽²⁾; a Directiva 92/59/CEE do Conselho relativa à segurança geral dos produtos⁽³⁾; a Directiva 95/46/CE do Parlamento Europeu e do Conselho relativa à protecção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados⁽⁴⁾; a Directiva 97/66/CE do Parlamento Europeu e do Conselho relativa ao tratamento de dados pessoais e à protecção da privacidade no sector das telecomunicações⁽⁵⁾; a Directiva 98/6/CE do Parlamento Europeu e do Conselho relativa à defesa dos consumidores em matéria de indicações dos preços dos produtos oferecidos aos consumidores⁽⁶⁾; a Directiva 98/27/CE do Parlamento Europeu e do Conselho relativa às acções inibitórias em matéria de protecção dos interesses dos consumidores⁽⁷⁾; a Directiva 92/28/CEE do Conselho relativa à publicidade dos medicamentos para uso humano⁽⁸⁾; a Directiva 1999/44/CE do Parlamento Europeu e do Conselho relativa a certos aspectos da venda de bens de consumo e das garantias a ela relativas⁽⁹⁾; a Recomendação do Conselho «Consumo de álcool por crianças e adolescentes»⁽¹⁰⁾; e a Directiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho relativa ao comércio electrónico⁽¹¹⁾;
- (10) Para efeitos de aplicação, o presente regulamento está directa e complementarmente ligado à Directiva 84/450/CEE do Conselho; o não cumprimento dos requisitos de informação do presente regulamento será considerado como uma violação da proibição de publicidade enganosa estabelecida pela Directiva 84/450/CEE do Conselho;
- (11) O presente regulamento prevê um elevado nível de defesa do consumidor, a fim de aumentar a confiança no mercado interno em matéria de promoções de vendas, estabelecendo um certo número de requisitos de informação; estas disposições garantem que as comunicações comerciais relativas às promoções de vendas são transparentes e que um indivíduo interessado numa promoção de vendas comunicada poderá facilmente obter toda a informação pertinente anunciada nessa comunicação. Em virtude da necessidade de proteger os menores e a saúde pública, submete igualmente a utilização e a comunicação comercial das promoções de vendas a algumas proibições orientadas harmonizadas e a restrições específicas;
- (12) A protecção acrescida proporcionada pelo regulamento graças ao estabelecimento destas regras uniformes possibilita a eliminação de certas proibições ou restrições nacionais, necessária para suprimir as barreiras ao estabelecimento e à exportação de serviços, assim como das substanciais distorções da concorrência daí decorrentes; outras barreiras transfronteiras à utilização e comunicação comercial das promoções de vendas ficam sujeitas à aplicação do princípio do reconhecimento mútuo da legislação nacional. A nível nacional, apenas estão sujeitos ao reconhecimento mútuo os requisitos relativos à utilização das promoções de vendas ou as referências a estas nas comunicações comerciais, e não os requisitos gerais relativos à publicidade, como os que se relacionam com alegações em matéria de saúde e de ética, publicidade a certos produtos e serviços e outras práticas de marketing;
- (13) A fim de proteger a saúde física das crianças e de acordo com a Directiva 92/59/CEE, o presente regulamento não permite que os promotores das ofertas gratuitas ou brindes enviem produtos promocionais a crianças sem consentimento prévio verificável, a menos que aqueles possam garantir que, em virtude das respectivas qualidades intrínsecas ou da embalagem (nomeadamente por esta não representar perigo para as crianças) os produtos enviados não são prejudiciais para a saúde física das crianças;
- ⁽¹⁾ JO L 250 de 19.9.1984, p. 17. Directiva alterada pela Directiva 97/55/CE do Parlamento Europeu e do Conselho (JO L 290 de 23.10.1997, p. 18).
- ⁽²⁾ JO L 298 de 17.10.1989, p. 23. Directiva alterada pela Directiva 97/36/CE (JO L 202 de 30.7.1997, p. 60).
- ⁽³⁾ JO L 228 de 11.8.1992, p. 24.
- ⁽⁴⁾ JO L 281 de 23.11.1995, p. 31.
- ⁽⁵⁾ JO L 24 de 30.1.1998, p. 1.
- ⁽⁶⁾ JO L 80 de 18.3.1998, p. 27.
- ⁽⁷⁾ JO L 166 de 11.6.1998, p. 51. Directiva alterada pela Directiva 2000/31/CE (JO L 178 de 17.2.2000, p. 1).
- ⁽⁸⁾ JO L 113 de 30.4.1992, p. 13.
- ⁽⁹⁾ JO L 171 de 7.7.1999, p. 12.
- ⁽¹⁰⁾ COM(2000) 736 final.
- ⁽¹¹⁾ JO L 178 de 17.7.2000, p. 1.

(14) Em virtude de ser reconhecidamente necessário, por razões de saúde pública, evitar incitar as crianças e os adolescentes a consumir bebidas alcoólicas; dado o objectivo que subjaz à utilização das promoções de vendas — incentivar o consumo dos produtos e serviços promovidos —, o presente regulamento proíbe a oferta de bebidas alcoólicas gratuitas enquanto ofertas promocionais a menores;

(15) A comunicação comercial das promoções de vendas relativamente aos produtos do tabaco e as respectivas restrições são contempladas na proposta de directiva em matéria de publicidade e patrocínio aos produtos do tabaco ⁽¹⁾;

(16) O presente regulamento impõe certas obrigações aos promotores para garantir que, caso estes violem as obrigações em matéria de utilização e comunicação das promoções de vendas, os queixosos possam identificar o promotor e ter acesso facilitado a mecanismos internos de resolução de litígios; as disposições do presente regulamento visam igualmente incentivar as melhores práticas no domínio dos sistemas internos de tratamento de queixas dos clientes e promover e facilitar o acesso a mecanismos extrajudiciais abordáveis de resolução de litígios,

ADOPTARAM O PRESENTE REGULAMENTO:

Artigo 1.º

Objecto

O presente regulamento estabelece regras relativas à utilização e comunicação comercial das promoções de vendas, com o propósito de garantir o bom funcionamento do mercado interno.

Artigo 2.º

Definições

Para efeitos do presente regulamento, entende-se por:

- a) «comunicação comercial»: qualquer forma de comunicação concebida para promover, directa ou indirectamente, os produtos, os serviços ou a imagem de uma empresa, organização ou pessoa que desenvolva uma actividade comercial, industrial ou artesanal ou que exerça uma profissão regulamentada. Não constituem comunicações comerciais:
 - as informações que permitam um acesso directo à actividade da empresa, organização ou pessoa, nomeadamente um nome de domínio ou endereço de correio electrónico; e
 - as comunicações relativas aos produtos, serviços ou à imagem da empresa, organização ou pessoa compiladas de forma independente, particularmente quando essa compilação for desprovida de considerações financeiras;
- b) «promoção de vendas»: um desconto, uma oferta gratuita, um brinde ou uma oportunidade de participar num concurso ou jogo promocional;
- c) «promotor»: o utilizador de uma promoção de vendas, ou seja, a empresa, organização ou pessoa por quem ou em nome de quem uma promoção de vendas é empreendida;
- d) «cliente»: a empresa, organização ou pessoa que adquire o produto ou serviço promovido pelo promotor;
- e) «desconto»: a oferta temporária de:
 - uma redução de preço;
 - uma quantidade adicional do mesmo produto ou serviço adquirido que é oferecida sem qualquer custo adicional para o comprador;
 - um cupão ou voucher que permite ao comprador de um produto ou serviço obter uma redução no preço de um produto ou serviço idêntico numa compra posterior;
- f) «oferta gratuita»: a oferta temporária do fornecimento ou prestação gratuitos de um produto ou serviço sem obrigação de compra de um produto ou serviço do mesmo tipo;
- g) «brinde»: a oferta temporária do fornecimento ou prestação de um produto ou serviço de tipo não idêntico ao produto ou serviço com o qual é oferecido para compra;
- h) «concurso promocional»: a oferta temporária para participar num concurso que pode estar sujeita à obrigação de compra prévia de um produto ou serviço, no qual o vencedor é determinado principalmente pela sua capacidade;
- i) «jogo promocional»: a oferta temporária para participar num jogo no qual o vencedor é determinado principalmente pelo acaso, não sendo exigido qualquer pagamento para participar e no qual a participação pode estar sujeita a uma obrigação de compra prévia. Tais jogos promocionais não poderão incluir actividades relacionadas com jogos a dinheiro, que impliquem uma aposta com valor monetário em jogos de azar, incluindo lotarias e outras transacções que envolvam apostas.
- j) «criança»: indivíduo de idade inferior a 14 anos;
- k) «bebidas alcoólicas»: bebidas alcoólicas na acepção dos artigos 2.º, 8.º, 12.º, 17.º e 19.º da Directiva 92/83/CEE;

⁽¹⁾ COM(2001) 283 final.

- l) «proibição geral da utilização e comunicação comercial de uma promoção de vendas»: uma proibição que não é específica a um tipo particular de produto ou serviço promovidos;
- m) «organismo regulador não-público»: uma organização ou associação não governada pelo direito público, que exerce a sua autonomia jurídica para regular de forma colectiva actividades económicas; e
- n) «venda abaixo do custo»: um desconto que consiste na venda de um produto ou serviço a um preço inferior ao preço líquido facturado, incluindo transporte, seguros ou outros custos de entrega, bem como impostos.

Artigo 3.º

Utilização e comunicação comercial das promoções de vendas

1. Os Estados-Membros ou organismos reguladores não-públicos não imporão:
 - proibições gerais à utilização ou comunicação comercial de uma promoção de vendas, a menos que tal seja exigido pelo direito comunitário;
 - limites ao valor de uma promoção de vendas, à excepção dos descontos em livros;
 - proibições a descontos que precedam os saldos sazonais;
 - a obtenção de uma autorização prévia, ou qualquer exigência com efeito equivalente, para a utilização ou comunicação comercial de uma promoção de vendas.
2. Os Estados-Membros ou organismos reguladores não-públicos não restringirão a livre prestação de serviços nem a livre circulação de mercadorias que beneficiem da utilização das promoções de vendas, por motivos da utilização das promoções de vendas e referências a estas em comunicações comerciais.

Artigo 4.º

Informações a fornecer relativamente às promoções de vendas

Para além de outros requisitos em matéria de informação que derivam do direito comunitário, o promotor deverá assegurar-se de que a comunicação comercial de uma promoção de vendas cumpre os requisitos definidos no anexo do presente regulamento. Todas os requisitos em matéria de informação expostos no anexo serão fornecidos de forma clara e inequívoca. A informação que o promotor é obrigado a conceder ao cliente se assim lhe for solicitado, deve estar disponível na altura do lançamento da promoção de vendas em questão.

Artigo 5.º

Protecção das crianças e adolescentes

1. O promotor que efectue uma promoção de vendas não recolherá dados pessoais de uma criança sem o consentimento

prévio verificável da pessoa a quem incumbe a guarda legal dessa criança.

2. O promotor não pode fornecer directamente a uma criança uma oferta gratuita ou um brinde, se com isso puder prejudicar a saúde física da mesma.

3. O promotor não pode fornecer ofertas gratuitas que consistam em bebidas alcoólicas a pessoas de idade inferior a 18 anos.

Artigo 6.º

Resolução de litígios

1. O promotor fornecerá, a pedido de um tribunal ou autoridade administrativa, provas da exactidão da informação referida no artigo 4.º
2. O promotor fornecerá, gratuitamente, um endereço para o qual as queixas lhe possam ser enviadas. Sempre que o promotor disponibilizar um serviço de consulta telefónico associado a uma determinada promoção de vendas, deve certificar-se de que é facultado gratuitamente e beneficia de recursos adequados ao seu funcionamento.
3. O promotor responderá a uma queixa inicial relacionada com uma promoção de vendas no prazo de seis semanas após a recepção dessa queixa. A queixa inicial e a respectiva resposta serão apresentadas por escrito, incluindo por meios electrónicos. A resposta deverá ser redigida na língua em que a comunicação comercial da promoção de vendas estiver redigida.
4. O promotor deve:
 - indicar na comunicação comercial relativa à promoção de vendas qualquer mecanismo extrajudicial de resolução de litígios ou código de conduta que tenha aceite; e
 - disponibilizar, se tal lhe for solicitado, informação referente a esse mecanismo de resolução de litígios ou código de conduta.

Artigo 7.º

Cláusula de revisão

Antes do final de [...], a Comissão apresentará ao Parlamento Europeu e ao Conselho um relatório pormenorizado sobre a aplicação do regulamento, acompanhado, se necessário, de uma proposta para a sua revisão.

Artigo 8.º

O presente regulamento entra em vigor no [...] dia seguinte ao da sua publicação no *Jornal Oficial das Comunidades Europeias*.

O presente regulamento é obrigatório em todos os seus elementos e directamente aplicável em todos os Estados-Membros.

ANEXO

INFORMAÇÕES A FORNECER RELATIVAMENTE À UTILIZAÇÃO E COMUNICAÇÃO COMERCIAL DAS PROMOÇÕES DE VENDAS**1. TODAS AS PROMOÇÕES DE VENDAS****1.1. Informações a fornecer na comunicação comercial:**

- indicação do desconto, oferta gratuita, brinde, concurso promocional ou jogo promocional;
- preço (incluindo impostos) do produto ou serviço promovido e quaisquer custos adicionais associados a transporte, entrega ou porte;
- identidade do promotor;
- duração da oferta, compreendendo as datas de início e de fim; e
- nos casos em que a oferta estiver sujeita a condições, indicação do local onde essas condições ou qualquer outra informação podem ser obtidas.

1.2. Informações a disponibilizar, mediante pedido, não dependentes da compra do produto ou serviço em promoção:

- o nome e o endereço geográfico do promotor; e
- as condições relevantes para a promoção de vendas.

2. DESCONTOS**2.1. Informações a fornecer na comunicação comercial:**

- o montante exacto do desconto, representado percentualmente ou como custo unitário; e
- uma indicação de uma venda abaixo do custo.

2.2. Informações a disponibilizar, mediante pedido, não dependentes da compra do produto ou serviço em promoção:

- quaisquer condições ou restrições aplicáveis ao desconto; e
- o preço anterior do produto ou serviço promovido e o período (incluindo datas) durante o qual foi aplicado.

2.3. Informações a fornecer num cupão ou voucher:

- o valor em dinheiro do cupão ou voucher;
- quaisquer restrições à sua utilização, incluindo o prazo de validade; e
- os produtos ou serviços contra os quais o cupão ou voucher pode ser trocado.

2.4. Informações a disponibilizar, mediante pedido, por um fabricante ou prestador de serviços a quem tenham sido adquiridos produtos ou serviços:

- informações relativas a uma venda abaixo do custo, em conformidade com acordos contratuais prévios.

3. OFERTAS GRATUITAS E BRINDES**3.1. Informações a fornecer na comunicação comercial:**

- o valor real da oferta gratuita ou brinde; e
- quaisquer custos associados à obtenção da oferta gratuita ou brinde.

3.2. Informações a disponibilizar, mediante pedido, não dependentes da compra do produto ou serviço em promoção:

- quaisquer condições ou restrições aplicáveis à oferta gratuita ou brinde.

4. CONCURSOS PROMOCIONAIS E JOGOS PROMOCIONAIS

4.1. **Informações a fornecer na comunicação comercial:**

- valor e natureza do prémio;
- data-limite para a recepção de candidaturas;
- quaisquer restrições geográficas ou pessoais, como localização ou idade;
- quaisquer exigências de apresentação de prova de compra;
- necessidade de obter a autorização de um adulto ou empregador para participar;
- quaisquer custos associados à participação no concurso promocional ou jogo promocional, para além da compra do produto ou serviço em promoção, e
- no caso de um jogo promocional, as possibilidades reais ou estimadas de ganhar o prémio.

4.2. **Informações a disponibilizar, mediante pedido, não dependentes da compra do produto ou serviço em promoção:**

- quaisquer condições aplicáveis ao concurso ou jogo promocional, incluindo quaisquer restrições às candidaturas ou prémios;
 - o número de prémios que pode ser ganho e o número de prémios de qualquer tipo, se estiver em jogo mais do que um tipo de prémio;
 - as regras de participação e de atribuição dos prémios;
 - se há possibilidade de substituir os prémios por dinheiro;
 - os critérios de avaliação das candidaturas;
 - o processo de selecção para a atribuição dos prémios e a composição do júri, se a selecção for efectuada desta forma;
 - a data dos resultados e a forma na qual serão anunciados;
 - os meios pelos quais os prémios podem ser entregues ou levantados e quaisquer custos associados;
 - o prazo para o levantamento dos prémios;
 - quaisquer intenções de utilizar os vencedores em publicidade posterior e respectivas condições; e
 - recolha de dados relativos às candidaturas que ganharam prémios sujeita ao consentimento dos vencedores, e regras em matéria de protecção de dados.
-