



COMISSÃO DE ECONOMIA, INOVAÇÃO E OBRAS PÚBLICAS

TEXTO FINAL

APRESENTADO PELA COMISSÃO DE ECONOMIA, INOVAÇÃO E OBRAS PÚBLICAS
RELATIVO AOS PROJETOS DE LEI N.º 118/XIII/1.ª (PAN), 120/XIII/1.ª (PS) E
123/XIII/1.ª (PEV)

“Introduz restrições à publicidade dirigida a menores de 16 anos de géneros alimentícios e bebidas que contenham elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados, procedendo à 14.ª alteração ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro”

Artigo 1.º

Objeto

A presente lei estabelece restrições à publicidade a produtos que contenham elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados, procedendo à 14.ª alteração ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro.

Artigo 2.º

Aditamento ao Código da Publicidade

São aditados os artigos 20.º-A e 20.º-B ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, e alterado pelos Decretos-Leis n.ºs 74/93, de 10 de março, 6/95, de 17 de janeiro, e 61/97, de 25 de março, pela Lei n.º 31 -A/98, de 14 de julho, pelos Decretos-Leis n.ºs 275/98, de 9 de setembro, 51/2001, de 15 de fevereiro, e 332/2001, de 24 de dezembro, pela Lei n.º 32/2003, de 22 de agosto, pelo Decreto-Lei n.º 224/2004, de 4 de dezembro, pela Lei n.º 37/2007, de 14 de agosto, pelo Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, e pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, com a seguinte redação:

«Artigo 20.º-A

Restrições a publicidade a produtos que contenham elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados

1 – A publicidade de géneros alimentícios e bebidas que contenham elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados é sujeita às restrições constantes dos números seguintes.

COMISSÃO DE ECONOMIA, INOVAÇÃO E OBRAS PÚBLICAS

2 – É proibida a publicidade a géneros alimentícios e bebidas de elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados:

- a) Em estabelecimentos de ensino pré-escolar, básico e secundário;
- b) Em parques infantis públicos e abertos ao público;
- c) Num raio circundante de 100 metros dos acessos dos locais referidos nas alíneas anteriores, com exceção dos elementos publicitários afixados em estabelecimentos comerciais, nomeadamente através da colocação de marcas em mobiliário de esplanadas, em toldos ou em letreiros integrados no estabelecimento;
- d) Em atividades desportivas, culturais e recreativas organizadas pelas entidades referidas na alínea a).

3 – É ainda proibida a publicidade a géneros alimentícios e bebidas de elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados:

- a) Em serviços de programas televisivos e serviços de comunicação audiovisual a pedido e na rádio nos 30 minutos anteriores e posteriores a programas infantis, e a programas televisivos que tenham um mínimo de 25% de audiência inferior a 16 anos, bem como na inserção de publicidade nas respetivas interrupções.
- b) Em publicidade realizada nas salas de cinema, nos filmes com classificação etária para menores de 16 anos;
- c) Em publicações destinadas a menores de 16 anos;
- d) Na internet, através de sítios páginas ou redes sociais, bem como em aplicações móveis destinadas a dispositivos que utilizem a internet, quando os seus conteúdos tenham como destinatários os menores de 16 anos.

4 – A publicidade a géneros alimentícios e bebidas de elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados deve ser clara e objetiva e não relacionar o consumo do produto a potenciais benefícios para a saúde, abstendo-se, designadamente, de:

- a) Encorajar consumos excessivos;
- b) Menosprezar os não-consumidores;
- c) Criar um sentido de urgência ou necessidade premente no consumo do produto anunciado;
- d) Transmitir a ideia de facilitismo na sua aquisição, minimizando os seus custos;

COMISSÃO DE ECONOMIA, INOVAÇÃO E OBRAS PÚBLICAS

- e) Transmitir a ideia de benefício no seu consumo exclusivo ou exagerado, comprometendo a valorização de uma dieta variada e equilibrada e um estilo de vida saudável;
- f) Associar o consumo do produto à aquisição de estatuto, êxito social, especiais aptidões, popularidade, sucesso ou inteligência;
- g) Utilizar em anúncios publicitários figuras, desenhos, personalidades e mascotes, entre outros, que se encontrem relacionados com programas destinados ao público infantil;
- h) Comunicar características de géneros alimentícios e bebidas de elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados como benéficos para a saúde, omitindo os efeitos nocivos dos referidos teores elevados.

5 – Os agentes económicos destinatários do disposto no presente artigo podem vincular-se a restrições mais exigentes do que as constantes nos números anteriores, através da celebração de acordos de autorregulação e de correção, de adesão e desvinculação livre.

Artigo 20.º-B

Produtos que contenham elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados

1 – Consideram-se géneros alimentícios e bebidas de elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados aqueles que contenham uma quantidade dos referidos elementos que comprometa, de acordo com o conhecimento científico disponível, uma dieta variada, equilibrada e saudável.

2 – Para os efeitos previstos no número anterior, a Direção-Geral da Saúde fixa por despacho, tendo em conta as recomendações da Organização Mundial da Saúde e da União Europeia, os valores que devem ser tidos em conta na identificação de elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados.

Artigo 3.º

Alteração ao Código da Publicidade

São alterados os artigos 34.º e 40.º do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, e alterado pelos Decretos-Leis n.ºs 74/93, de 10 de março, 6/95, de 17 de janeiro, e 61/97, de 25 de março, pela Lei n.º 31 -A/98, de 14 de julho, pelos Decretos-Leis n.ºs 275/98, de 9 de setembro, 51/2001, de 15 de fevereiro, e 332/2001, de 24 de dezembro, pela Lei n.º 32/2003, de 22 de agosto, pelo Decreto-Lei

COMISSÃO DE ECONOMIA, INOVAÇÃO E OBRAS PÚBLICAS

n.º 224/2004, de 4 de dezembro, pela Lei n.º 37/2007, de 14 de agosto, pelo Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, e pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, que passam a ter a seguinte redação:

«Artigo 34.º

[...]

1 – A infração ao disposto no presente diploma constitui contraordenação punível com as seguintes coimas:

- a) De € 1750 a €3750 ou de € 3500 a € 45000, consoante o infrator seja pessoa singular ou coletiva, por violação do preceituado nos artigos 7º, 8º, 9º, 10º, 11º, 12º, 13º, 14º, 16º, 20º, 20.º-A, 22º-B, 23º, 24º, 25º e 25º-A;
- b) [...]
- c) [...]

2 – [...].

Artigo 40º

[...]

1. [...]

2. A fiscalização do cumprimento do disposto no artigo 20.º-A, bem como a instrução dos respetivos processos e a aplicação das respetivas coimas e sanções acessórias, competem à Direcção-Geral do Consumidor.

3. (Anterior n.º 2)

4. (Anterior n.º 3)

5. (Anterior n.º 4)»

Artigo 4.º

Avaliação de impacto

A presente lei deve ser objeto de avaliação de impacto sucessiva periódica, a cada cinco anos, nomeadamente no que respeita à:

- a) Compilação dos indicadores relevantes, no que respeita aos padrões de consumo alimentar dos menores de 16 anos, quanto à caracterização da comunicação alimentar que lhes é dirigida e ao seu estado geral de saúde, através da ação dos membros do Governo responsáveis pelas áreas da Saúde, Educação, Proteção do Consumidor e Alimentação, em colaboração com os representantes dos setores económicos relevantes, nomeadamente o setor agroalimentar e da comunicação e publicidade.



COMISSÃO DE ECONOMIA, INOVAÇÃO E OBRAS PÚBLICAS

- b) Ponderação da implementação das alterações consideradas adequadas para promover a melhoria da saúde e hábitos alimentares dos menores.

Artigo 5.º

Entrada em vigor

A presente lei entra em vigor 60 dias após a sua publicação.

Palácio de São Bento, em 13 de março de 2019

O PRESIDENTE DA COMISSÃO

(Hélder Amaral)



COMISSÃO DE ECONOMIA, INOVAÇÃO E OBRAS PÚBLICAS

PROJETOS DE LEI N.º 118/XIII/1.ª (PAN), 120/XIII/1.ª (PS) E 123/XIII/1.ª (PEV)

“Introduz restrições à publicidade dirigida a menores de 16 anos de géneros alimentícios e bebidas que contenham elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados, procedendo à 14ª alteração ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro”

Relatório de votação

1. Os projetos de lei n.ºs 118/XIII/1.ª (PAN), 120/XIII/1.ª (PS) e 123/XIII/1.ª (PEV) dera, entrada na Assembleia da República em 29 e 30 de janeiro de 2016 e foram discutidos na generalidade, em Plenário, em 5 de fevereiro de 2016 e votados nesse mesmo dia, data em que baixaram à Comissão de Economia, Inovação e Obras Públicas para apreciação na generalidade.
2. Em 16 de março de 2016 a Comissão criou um grupo de trabalho para apreciação destas iniciativas. No decurso dos seus trabalhos, o grupo de trabalho chegou a consenso para a elaboração de um texto resultante das 3 iniciativas.
3. Apresentado o texto à Comissão, para votação, foi aberto período para apresentação de propostas de alteração. Apenas o Grupo Parlamentar do PSD apresentou propostas de alteração.
4. Na sua reunião de 13 de março de 2019, procedeu-se à votação do texto apresentado e das propostas de alteração existentes, estando presentes os Grupos Parlamentares do PSD, PS, BE, CDS-PP, PCP e BE.
5. A discussão e votação procedeu-se nos seguintes termos:

Artigo 2.º do projeto de texto final – “Aditamento ao Código da Publicidade”

- Votação da proposta de alteração, apresentada pelo PSD, das alíneas a), b), c) e d) do n.º 3 do artigo 20.º-A, a aditar ao Código da Publicidade. **Rejeitada.**

	GP PSD	GP PS	GP BE	GP CDS-PP	GP PCP	GP PEV	PAN
Favor	X			X			
Contra		X	X		X	X	
Abstenção							

COMISSÃO DE ECONOMIA, INOVAÇÃO E OBRAS PÚBLICAS

- Votação das alíneas a), b), c) e d) do n.º 3 do artigo 20.º-A, a aditar ao Código da Publicidade. **Aprovadas.**

	GP PSD	GP PS	GP BE	GP CDS-PP	GP PCP	GP PEV	PAN
Favor		X	X		X	X	
Contra	X			X			
Abstenção							

- Votação do n.º 1 do artigo 20.º-A, a aditar ao Código da Publicidade. **Aprovado.**

	GP PSD	GP PS	GP BE	GP CDS-PP	GP PCP	GP PEV	PAN
Favor		X	X		X	X	
Contra	X			X			
Abstenção							

- Votação do restante artigo 20.º-A, a aditar ao Código da Publicidade. **Aprovado.**

	GP PSD	GP PS	GP BE	GP CDS-PP	GP PCP	GP PEV	PAN
Favor		X	X		X	X	
Contra	X			X			
Abstenção							

Restantes projeto de texto final

- Votação da alínea a) do artigo 4.º do projeto de texto final. **Aprovada.**

	GP PSD	GP PS	GP BE	GP CDS-PP	GP PCP	GP PEV	PAN
Favor		X	X		X	X	
Contra	X			X			
Abstenção							

COMISSÃO DE ECONOMIA, INOVAÇÃO E OBRAS PÚBLICAS

- Votação do restante projeto de texto final. **Aprovado por unanimidade.**

	GP PSD	GP PS	GP BE	GP CDS-PP	GP PCP	GP PEV	PAN
Favor	X	X	X	X	X	X	
Contra							
Abstenção							

Proposta de título da lei

- Votação do título da lei que resultar da aprovação deste texto final. **Aprovada.**

	GP PSD	GP PS	GP BE	GP CDS-PP	GP PCP	GP PEV	PAN
Favor		X	X		X	X	
Contra	X						
Abstenção				X			

6. Segue em anexo o texto final resultante desta votação

Palácio de São Bento, em 13 de março de 2019

O PRESIDENTE DA COMISSÃO



(Hélder Amaral)

Discussão dos PROJETOS DE LEI N.º 118/XIII (PAN), 120/XIII (PS) E 123/XII (PEV)

[“Introduz restrições à publicidade dirigida a menores de 14 anos de géneros alimentícios e bebidas que contenham elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados, procedendo à 14ª alteração ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro”]

Proibido

Proposta de Alteração

[REVISÃO DO PROJETO DE TEXTO DE SUBSTITUIÇÃO RELATIVO AOS PROJETOS DE LEI N.º 118/XIII (PAN), 120/XIII (PS) E 123/XII (PEV)]

«Artigo 20.º-A

*F-PSD, CDS-PP
C-PS, BE, PCP,
PEV*

[Restrições a publicidade a produtos que contenham elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados]

1 – [...]

2 – [...]

3 – [...] É ainda proibida a publicidade a géneros alimentícios e bebidas de elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados:

- a) Em serviços de programas televisivos e serviços de comunicação audiovisual a pedido e na rádio nos 30 minutos anteriores e posteriores a programas infantis, e a programas televisivos que tenham um mínimo de 25% de audiência inferior a 14 anos, bem como na inserção de publicidade nas respetivas interrupções.
- b) Em publicidade realizada nas salas de cinema, nos filmes com classificação etária para menores de 14 anos;
- c) Em publicações destinadas a menores de 14 anos;
- d) Na internet, através de sítios páginas ou redes sociais, bem como em aplicações móveis destinadas a dispositivos que utilizem a internet,



ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA

quando os seus conteúdos tenham como destinatários os menores de
14 anos.

4 – [...]

5 – [...]

Os Deputados dos GP-PSD

Emídio Guerreiro

Fátima Ramos

Paulo Rios

Carlos Silva

Palácio de São Bento, 8 de março de 2019