



AHRESP[®]

ASSOCIAÇÃO DA HOTELARIA, RESTAURAÇÃO E SIMILARES DE PORTUGAL

Instituição de Utilidade Pública

ASSUNTO: Proposta de alteração ao Código da Publicidade

DIVISÃO DE APOIO ÀS COMISSÕES	
Comissão de Economia, Inovação e Obras Públicas	
CEIOP	
N.º Único	592.803
Entrada/Nota n.º	60
Data	26/1/2018

I. NA GENERALIDADE

A AHRESP – Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal - Instituição de Utilidade Pública - e não obstante não ter sido diretamente consultada vem, na defesa dos setores que representa, do Alojamento Turístico e da Restauração e Bebidas, pronunciar-se quanto ao Anteprojeto de texto de substituição relativo aos Projeto de Lei n.º 118/XIII (PAN), 120/XIII (PS) e 123/XII (PEV), que vem introduzir restrições à publicidade dirigida a menores de produtos com elevado teor de açúcar, gordura e sal, procedendo à consequente alteração do Código da Publicidade.

As preocupações nesta matéria tem sido um tema recorrente, como recorrente tem sido enveredar-se pelo facilitismo de impor medidas restritivas (e punitivas), aos agentes económicos, ao invés de se apostar em políticas estruturadas de informação, sensibilização e formação dos próprios consumidores, (em especial crianças e jovens, em contexto escolar), sendo que é a estes que caberá sempre a decisão sobre se vão, ou não, consumir determinado produto.

Aliás este tem sido um caminho trilhado pela AHRESP. A AHRESP reconhece a importância da promoção de uma alimentação equilibrada, sem excessos e aliada a uma prática regular de exercício físico para a promoção da saúde. Assim e estando cientes do papel do canal HORECA na alimentação fora de casa, temos através dos nossos meios de comunicação sensibilizado os nossos Associados para as temáticas da alimentação equilibrada. As preocupações de promoção de hábitos alimentares equilibrados fazem já parte do trabalho desenvolvido no setor, nomeadamente através da oferta de menus com opções mais diversificadas, e com diferentes tamanhos de porções, assim como na aplicação de boas práticas nutricionais nos estabelecimentos.

A AHRESP encontra-se neste momento a terminar um Código de Boas Práticas Nutricionais, que fará parte de uma campanha de informação junto das nossas empresas e cujo objetivo será sensibilizar os nossos Associados para a adoção de boas práticas nutricionais no seu estabelecimento. Neste documento serão abordados conselhos práticos de como podem ser aplicados os conceitos e princípios na operacionalização do seu trabalho, com descrição de exemplos específicos.

Porém, não devemos, nem podemos, querer regulamentar cada aspeto da vida de cada um, devendo sim dotar o consumidor do conhecimento necessário para que faça uma escolha consciente e adequada tendo em conta as características de cada indivíduo, sendo certo que o recomendado para uns, pode ser prejudicial para outros, dependendo da condição própria de cada pessoa.

Parecer alt Código Publicidade janeiro 2018

Avenida Duque D'Ávila nº 75
1049-011 Lisboa

Tel: 213 527 060
Fax: 213 549 428

ahresp@ahresp.com
www.ahresp.com



AHRESP[®]

ASSOCIAÇÃO DA HOTELARIA, RESTAURAÇÃO E SIMILARES DE PORTUGAL

Instituição de Utilidade Pública

Relativamente à alteração agora proposta, e como adiante melhor se compreenderá, esta acabará por se refletir negativamente nos negócios dos setores que representamos, sem que daí advinha qualquer mais-valia.

II. NA ESPECIALIDADE

O nº 3 do Artigo 20º-A do anteprojeto de texto de substituição prevê que *“É proibida a publicidade a alimentos e bebidas de elevado teor em açúcar, gordura ou sódio em estabelecimentos de ensino pré-escolar, básico e secundário, em parques infantis e num raio circundante de 100 metros dos referidos locais, bem como em publicações, programas ou atividades destinadas a menores.”*

Ora, desde logo um aspeto prévio relacionado com a implantação dos estabelecimentos de ensino pré-escolar, básico, secundário e parques infantis. Em áreas com muita densidade deste tipo de estabelecimentos irá verificar-se um aumento exponencial do raio circundante de 100 m que muito provavelmente poderá implicar que esta proibição se estenda numa vastíssima área, potencialmente abrangendo cidades inteiras.

Assim, todos os estabelecimentos aí implantados serão confrontados com situações com as quais não estavam à espera, que não existiam e que, como tal, não foram equacionadas no seu plano de negócio.

Desde logo, com esta proibição serão obrigados a retirar todas e quaisquer referências a “produtos com elevados teores de açúcar, gordura ou sal” de todo o mobiliário urbano detêm (mesas, cadeiras, toldos, guarda-sóis, porta-guardanapos, ementas, entre outros), o que implica a inutilização de todo o equipamento. É então legítimo que se questione, caso esta medida seja aprovada, de que forma vão ser compensados os empresários pelo novo investimento que vão ser obrigados a realizar.

Esta disposição vai também implicar que, sempre que um fornecedor aborde o empresário, este detenha conhecimento suficiente sobre cada produto, e se este é considerado pela lei como produto de elevado teor de açúcar, gordura ou sal, para saber se pode, ou não exibir a marca, o que não é razoável exigir-se do empresário.

Por outro lado, a alteração ao Código da Publicidade, tal como prevista, implicará que muitos empresários incorram em incumprimento contratual com os seus fornecedores, considerando que existem casos em que os empresários, através dos contratos de fornecimento celebrados, se comprometem à ostentar as marcas dos seus fornecedores.

Parecer alt Código Publicidade janeiro 2018

Avenida Duque D'Ávila nº 75
1049-011 Lisboa

Tel: 213 527 060
Fax: 213 549 428

ahresp@ahresp.com
www.ahresp.com



AHRESP®

ASSOCIAÇÃO DA HOTELARIA, RESTAURAÇÃO E SIMILARES DE PORTUGAL

Instituição de Utilidade Pública

Não sendo permitida a publicidade, o empresário deixará de cumprir com o contrato que celebrou, o que em alguns casos, levará ao pagamento de indemnizações aos seus fornecedores. Questiona-se aqui também como se irá compensar os empresários ou os seus fornecedores pelas perdas que vão certamente registar.

Não esqueçamos que, a par da imposição, estão elevadas coimas, que podem ascender aos € 45 000.

Perante o exposto, não pode a AHRESP discordar mais desta proposta de alteração que irá impactar gravemente com os empresários dos setores que representa, setores que, paralelamente, são da maior importância para a Economia do país, quer a nível de riqueza produzida, quer em termos de postos de trabalho que assegura.

Assim que restrição irá criar bastante mais prejuízos do que benefícios, sem representar qualquer mais-valia para os objetivos a que se propõe, de redução do consumo destes produtos, pelo que deverá ser eliminado o nº 3 do Artigo 20º-A.

Aliás, questiona-se se foi previamente avaliado o impacto que esta medida pode ter, ao abrigo do “Teste PME” e da “Comporta Regulatória”.

Salientamos que esta nossa pronúncia não se debruça tecnicamente sobre os critérios nutricionais que aqui possam estar em causa, uma vez que isso poderia ser entendido como uma aceitação da nossa parte, no sentido de que tal poderia constituir um referencial para a proibição da publicidade.

Não obstante, e sem conceder adiantamos que, se por mera hipótese se mantiver a previsão constante do nº 2 do Artigo 20º-A, no sentido de caber à Direção-Geral da Saúde fixar os valores que devem ser tidos em conta na identificação de elevado teor em açúcar, gordura ou sódio, não se aceita que isso possa acontecer sem se envolver os representantes destes setores e sem resultar do seu acordo.

Lisboa, 25 de janeiro de 2018

Parecer alt Código Publicidade janeiro 2018

Avenida Duque D'Ávila nº 75
1049-011 Lisboa

Tel: 213 527 060
Fax: 213 549 428

ahresp@ahresp.com
www.ahresp.com