Mensagem 103

Comunicação da Comissão - TRIS/(2024) 1067

Directiva (UE) 2015/1535

Notificação: 2024/0032/BE

Retransmissão das observações feitas por um Estado-membro (Portugal) (número 2, artigo 5º, da Directiva (UE) 2015/1535). Estas observações não prolongam o período de statu quo.

MSG: 20241067.PT

1. MSG 103 IND 2024 0032 BE PT 22-07-2024 22-04-2024 PT COMMS 5.2 22-07-2024

2. Portugal

3A. Economia
Instituto Português da Qualidade, I.P.
Rua António Gião, n.º 2
2829-513 Caparica
Telefone: + 351 21 294 81 00
Fax: + 351 21 294 82 23
Correio eletrónico: not1535@ipq.pt
site: www.ipq.pt

3B. Ministério da Economia

4. 2024/0032/BE - C50A - Géneros alimentícios

5. número 2, artigo 5º, da Directiva (UE) 2015/1535

6. Observações à notificação 2024/0032/BE (Bélgica), de 19 de janeiro de 2024, atinente ao projeto de decreto real relativo à publicidade de bebidas que contenham álcool nos meios de comunicação destinados principalmente a menores, suscitada pelo Governo da Bélgica à Comissão Europeia, na base de dados TRIS.

No seguimento da notificação aos Estados-Membros da União Europeia pelo Governo da Bélgica, do despacho que tem por base um projeto de decreto real relativo à proibição de publicidade de bebidas que contenham álcool nos meios de comunicação destinados principalmente a menores, Portugal vem pelas presentes Observações expressar a sua preocupação quanto ao impacto da referida medida, no que respeita ao bom funcionamento do Mercado Único Europeu. A definição de “Publicidade” expressa no artigo 1.º do projeto de decreto real como “qualquer comunicação, independentemente da localização, meios ou técnicas utilizados, com o objetivo direto ou indireto de promover o conhecimento da marca ou a venda de bebidas que contenham álcool. Para efeitos do presente decreto, a afixação de uma marca ou logótipo é igualmente considerada publicidade.” afigura-se indefinida e abrangente, podendo desse modo provocar insegurança jurídica, indefinição e instabilidade no mercado, nomeadamente ao considerar a afixação de uma marca ou logótipo na própria definição de publicidade.

De salientar que a definição de publicidade do projeto de decreto real não corresponde à definição constante na alínea i) do artigo 1.º da Diretiva de Serviços de Comunicação Social Audiovisual (DIRETIVA 2010/13/UE DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO. de 10 de março de 2010, na sua redação atual), alargando o respetivo objetivo à promoção do conhecimento da marca e não apenas à comercialização do produto.

Acresce que, ao considerar como publicidade a marca e/ou o logótipo e, assim, por exemplo, obrigar à adaptação ao mercado belga de todo o merchandising associado a uma marca, a proposta do decreto real belga terá forçosamente impacto negativo na livre circulação de mercadorias, uma das pedras angulares do mercado interno da UE. Com efeito, a criação de obstáculos injustificados ao comércio entre os Estados-Membros, equivalente às restrições quantitativas à importação, contraria o disposto no artigo 34.º do Tratado de Funcionamento da União Europeia (TFUE),

Portugal considera que é importante que o Governo da Bélgica assegure o cumprimento da legislação existente, assim como da harmonização normativa, tendo em consideração as regras existentes nos restantes Estados-Membros e a implicação que uma definição ampla de publicidade representa nos termos do artigo 34.º do TFUE, que proíbe “as restrições quantitativas à importação, bem como todas as medidas de efeito equivalente” entre Estados-Membros.

Neste contexto, assinala-se que o Governo da Bélgica deverá rever a definição ampla de “publicidade” constante no artigo 1.º do projeto de decreto real, de modo a evitar futuros litígios e práticas consideradas como restritivas à importação, em violação do artigo 34.º do TFUE.

****

Comissão Europeia
Contacto para obter informações de carácter general Directiva (UE) 2015/1535
email: grow-dir2015-1535-central@ec.europa.eu