AUTORIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

CONSELHO REGULADOR

DELIBERAÇÃO N.º 5/CR-ARC/2020 (PUB)

de 22 de janeiro

RELATIVA AO PROCESSO CONTRAORDENACIONAL INSTAURADO À EMPRESA SaLSs – IMPORTAÇÃO E COMÉRCIO, Ld.ª, NA QUALIDADE DE REPRESENTANTE DA MARCA DE CERVEJA *SUPER BOCK* EM CABO VERDE PELA PUBLICIDADE, EM *OUTDOORS*, PROMOVIDA PELA MARCA *SUPER BOCK*, COM O *SLOGAN* "NOVA 0,0% ÁLCOOL, AGORA EM CABO VERDE".

Cidade da Praia, 22 de janeiro de 2020

CONSELHO REGULADOR

DELIBERAÇÃO N.º 5/CR-ARC/2020 (PUB)

de 22 de janeiro

Processo de Contraordenação n.º 6/ARC/2019

Em processo contraordenacional instaurado pela Deliberação n.º 76/CR-ARC/2019, de 15 de novembro, do Conselho Regulador da Autoridade Reguladora para a Comunicação Social (ARC), ao abrigo das competências cometidas à ARC e ao seu Conselho Regulador, na alínea b) do n.º 3 do Artigo 22.º e no n.º 1 do Artigo 62.º dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de dezembro, conjugadas com o Artigo 64.º do Código de Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro (doravante CP) e com os números 1 dos Artigos 50.º e 63.º do Regime Jurídico das Contraordenações (RJCO), aprovado pelo Decreto-Legislativo n.º 9/95, de 27 de outubro, é notificada a Empresa SaLSs – Importação e Comércio, Ld.ª, na qualidade de representante da marca de cerveja *Super Bock* em Cabo Verde, nos termos e com fundamentos seguintes:

I. Enquadramento

1. Deu entrada na Autoridade Reguladora para a Comunicação Social (ARC) no dia 14 de outubro de 2019, uma participação, da parte do senhor Manuel Faustino, Chefe da Casa Civil da Presidência da República, na qualidade de Coordenador Geral da campanha "Menos Álcool Mais Vida", chamando a atenção para a nova campanha publicitária, levada a cabo pela marca de cerveja *Super Bock*, fazendo referência, em *outdoors*, a uma cerveja sem álcool, com o *slogan* "**Nova 0,0% álcool, agora em Cabo Verde**".

2. Na mencionada participação alega-se que a referida publicidade constitui publicidade indireta à marca Super Bock.

3. Mediante a Deliberação n.º 72/CR-ARC/2019, de 29 de outubro, o Conselho Regulador da ARC instaurou um procedimento de averiguação à citada campanha publicitária, em *outdoors*, promovida pela marca Super Bock, com o *slogan* "Nova 0,0% álcool, agora em Cabo Verde", uma vez que a publicidade em causa suscitava fundadas dúvidas de eventual violação do disposto na nova Lei n.º 51/IX/2019, de 8 de abril.

4. O procedimento foi instaurado no âmbito das competências da ARC, estabelecidas na alínea k) do Artigo 7.º, na alínea b) do n.º 3 do Artigo 22.º e no n.º 1 do Artigo 48.º dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de dezembro, bem como no n.º 1 do Artigo 1.º do Código da Publicidade; no n.º 1 do Artigo 42.º e no âmbito do Artigo 47.º da nova Lei n.º 51/IX/2019, que adita o Artigo 19.º-A ao Decreto-lei n.º 46/2007.

5. Para efeitos da apreciação e esclarecimentos que pudessem contribuir para a apreciação do caso, foi notificada a Empresa SaLSs – Importação e Comércio, Ld.ª, na qualidade de suposta representante da marca de cerveja Super Bock em Cabo Verde, dando-lhe conhecimento do processo de averiguação e solicitando-lhe informações sobre a empresa que teria levado a cabo a referida publicidade.

6. Da mesma forma e no âmbito do princípio da colaboração institucional entre as entidades fiscalizadoras da Lei n.º 51/IX/2019, foi dado conhecimento da abertura do processo de averiguação à Inspeção Geral das Atividades Económicas (IGAE), solicitando-lhe colaboração, dentro das suas competências.

7. A IGAE veio, pela nota de referência n.º 309/IGAE/2019, remeter à ARC um auto de notícias acompanhado dos elementos recolhidos no âmbito das diligências que levou a cabo.

8. A SaLSs, em missiva enviada a esta Autoridade, prestou-se a dar os esclarecimentos cabíveis.

9. Esta começou por alegar que a "presente Lei apenas visa bebidas que tenham um teor igual ou superior a 0,5 g/l e não toda e qualquer bebida…".

10. Considerando que "com o devido respeito, a Lei não pode proibir, ninguém, de fazer publicidade à cerveja Super Bock 0,0% álcool, uma vez que esta bebida não se enquadra na Lei em causa.".

11. Defendeu que "a cerveja Super Bock 0,0% álcool é uma bebida como qualquer outra bebida sem álcool…" e que "não se pode considerar que, por ser da mesma marca de uma bebida com álcool a mesma tenha que ser igual ou tenha que ser comparada a esta, para interpretação da Lei.".

12. A empresa sustentou, ainda, que "A utilização das palavras «cerveja» e «Super Bock» é uma vantagem, quer para a nossa empresa quer para todas as empresas revendedoras da marca Super Bock 0,0% álcool, quer para a sociedade do nosso país…".

13. Defendendo que "o consumidor sabe que está a consumir uma bebida do universo de bebidas da marca Super Bock e isso dá-lhe garantia de estar perante uma bebida feita nas melhores condições que o mercado pode oferecer. Ou seja, a chancela da marca Super Bock garante qualidade e prestígio à bebida.".

14. A SaLSs concluiu declarando que está a respeitar as leis vigentes.

15. Termos em que, após a sua análise, o Conselho Regulador deliberou:

- Considerar que a publicidade, em *outdoors*, promovida pela marca Super Bock, com o *slogan* "Nova 0,0% álcool, agora em Cabo Verde", viola o disposto no Artigo 46.º da Lei n.º 51/IX/2019, que altera o Artigo 19.º do Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro, uma vez que constitui publicidade indireta à marca Super Bock, veiculada por uma empresa que, na sua atividade principal, inclui a comercialização de bebidas alcoólicas;

- Instaurar um processo de contraordenação à Empresa SaLSs – Importação e Comércio, Ld.ª, na qualidade de representante da marca de cerveja Super Bock em Cabo Verde, pela divulgação, da publicidade, em *outdoors*, com o *slogan* "Nova 0,0% álcool, agora em Cabo Verde";

- Nomear, como relator, o Conselheiro Dr. Alfredo Pereira e, como instrutora, a Dr.ª Ariana Varela, jurista;

- Notificar a Arguida para, querendo, no prazo de 10 dias apresentar a sua defesa nos termos do n.º 2 do Artigo 42.º do Decreto-Legislativo n.º 9/95, de 27 de outubro, podendo fazer-se representar por um advogado, segundo o Artigo 62.º do mesmo diploma.

II. Do processo contraordenacional

16. Por ofício remetido no dia 19 de novembro de 2019, foi a Arguida notificada da deliberação que manda instaurar o processo contraordenacional, para efeitos de exercício do seu direito de audição e defesa, tendo sido informada do direito que lhe assistia e, em conformidade, convidada a, querendo, apresentar os elementos de defesa que considerasse relevantes para o esclarecimento dos fatos, nos termos do n.º 1 do Artigo 341.º do Código de Processo Penal, conjugado com o n.º 2 do Artigo 42.º do Decreto-Legislativo n.º 9/95, de 27 de outubro, que aprova o Regime Geral das Contraordenações (RGCO), podendo fazer-se representar por um advogado segundo o Artigo 62.º do mesmo diploma.

17. No exercício do direito que lhe assiste, a Arguida veio tempestivamente apresentar defesa junto da ARC. De acordo com elementos constantes da defesa escrita, recebida a 29 de novembro de 2019, a Arguida deduziu em sua defesa os seguintes argumentos.

18. Começou por referir que "não corresponde totalmente à verdade os factos imputados à Arguida".

19. Reafirmou toda a argumentação, produzida anteriormente no processo de averiguação, alegando que "…a presente Lei apenas visa bebidas que tenham um teor igual ou superior a 0,5 g/l e não toda e qualquer bebida…", "assim, e com o devido respeito, a Lei não pode proibir, ninguém, de fazer publicidade à cerveja Super Bock 0,0% álcool, uma vez que esta bebida não se enquadra na Lei em causa".

20. Advogou que "a marca Super Bock aparece apenas como logotipo e sempre com o sinal de 0,0% álcool no mesmo logotipo…" e que "o logotipo usado nos rótulos, é diferente da cerveja com álcool, pois um é prateado (sem álcool) e o outro é preto e dourado (com álcool).

21. Afirmou que" se a Super Bock quisesse induzir os consumidores a beber cerveja com álcool, bastaria aparecer num outdoor com a garrafa de Super Bock e depois em letras muito pequenas a anunciar uma cerveja sem álcool que não é o caso.".

22. Sustentou que "a arguida não interpreta a norma em causa, como se o legislador quisesse proibir, de qualquer forma, a concorrência entre os diversos agentes económicos. Pois, proibir a Super Bock de comercializar uma nova bebida que vai ao encontro da Lei é uma clara e grosseira violação quer da Lei n.º 51/IX/2019, como também do artigo n.º 90 n.º 2 alínea b) da Constituição.".

23. Concluiu, declarando que "a Arguida entende que a utilização da marca Super Bock não é passível de proibição pois não existe nenhuma violação das normas citadas. Sendo que a mesma, não só se encontra a respeitar as leis vigentes, como está a fumentar uma vida mais saudável nos consumidores, o que deveria ser apreciado pelas autoridades públicas."

24. A Arguida requereu, ainda na sua defesa escrita que fosse efetuada prova testemunhal, oferecendo como testemunhas os senhores Jorge Silva Serradas e Cláudia Spencer Lopes (representantes da SaLSs).

III. Diligências

25. Foram notificadas as testemunhas arroladas pela SaLSs para comparecerem nas instalações da ARC para prestarem declarações.

26. Assim, no dia 19 do mês de dezembro compareceu para prestar depoimento como testemunha arrolada pela Arguida, a senhora Cláudia Spencer Lopes, que se fez acompanhar do seu representante legal, o advogado Zilmar Lopes.

27. Em audição a senhora Cláudia Spencer Lopes, para além de reafirmar toda a argumentação aduzida e defendida pela Arguida ao longo do processo, declarou também que "a Empresa SaLSs é apenas um dos importadores da marca (Super Bock) em Cabo Verde, **e que a empresa não tem qualquer intervenção no desenho das campanhas publicitárias e nem na contratação dos meios de comunicação utilizados, para a divulgação das campanhas**.".

28. A mesma testemunha afiançou que a SaLSs é apenas uma empresa importadora dos produtos, relegando a responsabilidade para realização e divulgação da publicidade à Super Bock Group Bebidas S.A. Portugal.

29. Afirmou, ainda, que a SaLSs respondeu a todas as questões colocadas pela ARC, por se considerar parte interessada, aproveitando, assim, para manifestar aquilo que é o entendimento da empresa em relação à nova Lei aprovada, defendendo aquilo que a empresa acha que deveria ser a correta leitura da lei.

30. Assim, ponderada a prova testemunhal, na sequência das declarações prestadas, foram realizadas novas diligências no sentido de comprovar as alegações feitas pela testemunha, e para apurar quem foi o responsável pela elaboração, e divulgação da dita publicidade, uma vez que a Empresa SaLSs nega a autoria da mesma e diz desconhecer quem seja o responsável pela sua divulgação.

31. Deste modo, a Empresa SaLSs, foi notificada para juntar ao processo o contrato/acordo/parceria/protocolo que a vincula ao Super Bock Group Bebidas S.A. Portugal, bem como, para a apresentação da certidão comercial da Empresa.

32. Atempadamente a Arguida veio, no dia 26 de dezembro de 2019, juntar ao processo a certidão comercial da SaLSs e, já no que se refere ao contrato solicitado, declarar que:

a) "**A Super Bock Bebidas S.A., detentora e produtora dos produtos da marca Super Bock, não tem qualquer contrato de distribuição ou de representação com a SALSS, Lda.;".**

b) "**A SALSS, Lda., importa e comercializa vários produtos, de entre eles, os produtos da marca Super Bock**;".

c) "**A estratégia de marketing, desenvolvimento e desenho de campanhas, peças de merchandising, cartazes, etc., é da exclusiva competência da Super Bock G Bebidas S.A. a qual também negoceia diretamente com os meios de comunicação, por esta selecionados para cada campanha**.".

33. Neste ponto, e no âmbito das diligências encetadas por esta autoridade, teve-se conhecimento de que a responsável pela divulgação da referida publicidade, em *outdoors*, foi a empresa Espaços Cabo Verde Unipessoal, S.A.

34. Assim, perante fatos novos e devendo os autos prosseguir separadamente, extraiu-se a competente certidão que deu origem a uma nova deliberação.

IV. Análise e fundamentação

35. A publicidade feita pela marca de cerveja Super Bock, divulgada em suporte *outdoor*, sob o *slogan* de campanha "Nova 0,0% álcool, agora em Cabo Verde", ora em apreço, como anteriormente se concluiu, contraria preceitos legais e éticos.

36. Pela legislação em vigor, nos termos do n.º 1 do Artigo 46.º da Lei n.º 51/IX/2019, que altera o Artigo 19.º do Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro, que aprova o código de publicidade, "é proibida toda e qualquer forma de publicidade a bebidas alcoólicas que instigue o seu consumo, designadamente a publicidade direta, secreta, indireta e subliminal, independentemente do suporte e forma utilizados para a sua difusão designadamente, na televisão e na rádio, *outdoors*, imprensa escrita, media *online*, *internet* e outros.".

37. Nos termos do Artigo 47.º da Lei n.º 51/IX/2019, que adita o Artigo 19.º-A ao Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro, que aprova o código de publicidade, conforme a alínea c) é "publicidade indireta: a que, sem mencionar diretamente os produtos, usa

marcas, símbolos, gráficos ou outros recursos distintivos de tais produtos ou de empresas que, em suas atividades principais ou conhecidas, incluem a produção ou comercialização;".

38. Da referida publicidade destaca-se a utilização do nome, sigla, logótipo e/ou marca e notoriedade da marca Super Bock, marca esta que é sobejamente reconhecida pelos cabo-verdianos pela comercialização de cervejas, com notoriedade no mercado de cervejas com álcool (ainda que, atualmente em Cabo Verde, esteja também a comercializar cerveja sem álcool).

39. Considerando o propósito desta campanha publicitária, a mensagem comercial que utiliza, o exato e específico contexto em que a mesma se insere, é entendimento do Conselho Regulador que, qualquer consumidor médio que tenha realmente conhecido a marca Super Bock, seja consumidor ou não de cerveja, associará esta publicidade à marca original e ao produto pela qual é vulgarmente conhecida e não apenas a este novo produto, e terá a perceção de estar perante uma publicidade indireta da marca Super Bock, nos termos do disposto no Artigo 46.º da Lei n.º 51/IX/2019, que altera o Artigo 19.º do Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro.

40. Ora, atendendo a que o alcoolismo é um problema de saúde pública e a diminuição do consumo do álcool tem sido uma das grandes apostas das autoridades cabo-verdianas, estando refletida, nomeadamente, no compromisso expresso na aprovação e aplicação da Lei n.º 51/IX/2019, com o propósito de alcançar metas como a redução da morbilidade e mortalidade no país.

41. E considerando que, durante o período da *vacatio legis*, de 180 dias, esta lei foi socializada com a sociedade em geral e também com os operadores económicos, responsáveis pela importação, divulgação e comercialização das bebidas alcoólicas.

42. Defende-se que todos os agentes que intervêm, direta ou indiretamente, no processo de execução e na divulgação das publicidades, devem comprometer-se e assumir a sua responsabilidade social assegurando o compromisso de evitar promover bebidas

alcoólicas, por forma a evitar o consumo excessivo do álcool, contribuindo assim para o bem-estar social.

43. Para mais, é a própria Arguida que defende que "a Super Bock pretende criar hábitos de consumo saudáveis nos consumidores", pelo que, é incoerente que poucos dias após a entrada em vigor da Lei n.º 51/IX/2019, a marca Super Bock, promova uma publicidade nos termos da apresentada, não tendo em consideração o edifício jurídico que disciplina a publicidade, e o normativo que acabou de entrar em vigor, promovendo uma interpretação restrita desse normativo jurídico.

V. Conclusão

44. Em face da prova produzida, nomeadamente da apresentação da certidão comercial e atendendo aos esclarecimentos prestados pela Arguida através da prova testemunhal, e pelo surgimento de fatos novos que apontam para uma desresponsabilização da SaLSs, deve-se concluir pela não responsabilidade da Empresa SaLSs – Importação e Comércio, Lda., pela execução e divulgação da publicidade "Nova 0,0% álcool, agora em Cabo Verde".

45. Assim, embora a SaLSs – Importação e Comércio, Lda., tenha intervindo durante todo o processo, como parte, o que determinou a abertura dos autos, tendo-se propiciado ao enquadramento vertido na Acusação, não se consegue demonstrar, de acordo com a prova produzida, que a execução e divulgação da dita publicidade tenha sido da sua autoria e responsabilidade.

46. Posto isto, com base nas provas testemunhal e documental apresentadas, o Conselho Regulador é levado a concluir que a SaLSs – Importação e Comércio, Lda. não é a responsável pela execução e divulgação da publicidade da marca Super Bock com o *slogan* "Nova 0,0% álcool, agora em Cabo Verde".

VI. Deliberação

Tendo concluído a instrução do processo contraordenacional instaurado à Empresa SaLSs – Importação e Comércio, Lda., na qualidade de representante da marca de cerveja *Super Bock* em Cabo Verde, pela divulgação de publicidade, em *outdoors*, promovida pela marca Super Bock, com o *slogan* "Nova 0,0% álcool, agora em Cabo Verde", com fundamento na violação do disposto no n.º 1 do Artigo 46.º e na alínea d) do Artigo 47.º da Lei n.º 51/IX/2019, que altera o Artigo 19.º do Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro, uma vez que constitui publicidade indireta à marca Super Bock, veiculada por uma empresa que, na sua atividade principal inclui a produção e comercialização de bebidas alcoólicas, ao abrigo das competências acometidas à ARC e ao seu Conselho Regulador, prevista, na alínea b) do n.º 3 do Artigo 22.º, na alínea v) do n.º 3 do Artigo 23.º e no n.º 1 do Artigo 62.º dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de dezembro, conjugados com o Artigo 64.º do Código de Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro e, com os artigos 50.º e 63.º do Regime Jurídico das Contraordenações (RJCO), aprovado pelo Decreto-Legislativo n.º 9/95, de 27 de outubro, o Conselho Regulador delibera:

- **Arquivar o processo contraordenacional contra a Empresa SaLSs – Importação e Comércio, Lda.**

Notifique-se nos termos do n.º 2 do Artigo 59.º dos Estatutos da ARC e do n.º 1 do Artigo 42.º do RGCO.

Esta Deliberação foi aprovada na 2.ª reunião ordinária do Conselho Regulador da ARC.

Cidade da Praia, 22 de janeiro de 2020.

O Conselho Regulador,

Arminda Pereira de Barros, Presidente

Maria Augusta Évora Tavares Teixeira

Alfredo Henriques Mendes Dias Pereira

Jacinto José Araújo Estrela

Karine de Carvalho Andrade Ramos