



ICAP

Instituto Civil da Autodisciplina
da Comunicação Comercial

CÓDIGO DE AUTO-REGULAÇÃO DA COMUNICAÇÃO COMERCIAL
EM MATÉRIA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS

- VINHOS E BEBIDAS ESPIRITUOSAS -



REGULAMENTO DO ICAP

NO ÂMBITO DO SISTEMA DO *PRE-CLEARANCE*

- VINHOS E ESPIRITUOSAS -

PREÂMBULO

A publicidade e outras formas de comunicação comercial constituem meios essenciais de comunicação entre os operadores do mercado e os consumidores.

A auto-regulação é um sistema criado pela própria indústria e de adesão voluntária por parte dos seus profissionais - anunciantes, agências e meios, que tem como objectivo último assegurar rápida e eficazmente a observância na comunicação comercial, incluída a publicidade, enquanto disciplina concebida com elevado sentido de responsabilidade social e observadora das regras da leal concorrência, dos princípios da **legalidade**, **decência**, **honestidade** e **veracidade**.

A defesa dos direitos dos consumidores/destinatários e dos agentes é, pois, um objectivo primordial do sistema da auto-regulação, cuja entidade responsável e reconhecida pela sua promoção e implementação cabe ao ICAP.

A confiança na comunicação comercial pode passar pela adesão das entidades aos diversos sistemas que o ICAP lhes coloca à disposição, quais sejam os do *Pre-Clearance*, do Copy-Advice e da Monitorização.

Sem prejuízo, o presente Regulamento serve tão só as entidades que optem pelo *Pre-Clearance*.



ARTIGO 1º

ÂMBITO

1. O presente Regulamento estabelece as normas, condições e procedimentos relativos ao *Pre-Clearance* e à adesão a este sistema.
2. O referido no número anterior cinge-se à publicidade, ou seja, anúncios/spots, consoante os Meios.
3. Os Meios acima aludidos são:
 - Televisão;
 - Rádio;
 - Publicidade Exterior; e
 - Imprensa.

ARTIGO 2º

CONCEITO

O *Pre-Clearance* é um sistema voluntário ao serviço da auto-regulação que faz depender a veiculação da publicidade de uma análise prévia, por parte do ICAP, que ateste a conformidade ético-legal daquela.

ARTIGO 3º

LEGITIMIDADE

Podem aderir ao sistema do *Pre-Clearance*, todas as empresas que expressamente manifestem essa intenção junto do ICAP, desde que associadas do ICAP ou membros das Associações representadas no Instituto.

ARTIGO 4º

OBJECTIVOS DO SISTEMA DO *PRE-CLEARANCE*

1. Reforçar a confiança generalizada do público na publicidade mediante, nomeadamente, o respeito pelos direitos e interesses dos consumidores/destinatários e pela observância da leal concorrência através do sistema de auto-regulação da comunicação comercial.
2. Demonstrar as boas práticas na publicidade.



ICAP

Instituto Civil da Autodisciplina
da Comunicação Comercial

**CÓDIGO DE AUTO-REGULAÇÃO DA COMUNICAÇÃO COMERCIAL
EM MATÉRIA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS**

- VINHOS E BEBIDAS ESPIRITUOSAS -



3. Salvar as empresas, pela boa fé patenteada, de eventuais reclamações oriundas da sociedade civil e/ou da indústria, bem como sustentar a eventual atenuação/desresponsabilização de sanções administrativas ou judiciais.

ARTIGO 5º

SUBMISSÃO DA PUBLICIDADE

1. A Requerente deve remeter ao ICAP toda a publicidade anteriormente à sua veiculação.
2. A publicidade acima referida deve reflectir, tanto quanto possível, a versão final expectável e pretendida.

ARTIGO 6º

TRAMITAÇÃO DO *PRE-CLEARANCE*

Sem prejuízo da tramitação enquadrada no esquema do *Pre-Clearance*, a Requerente deverá considerar o seguinte:

1. Sempre que a análise da publicidade submetida seja pelo ICAP considerada violadora de quaisquer normas ético-legais, o ICAP notifica a Requerente dessa decisão, devidamente fundamentada.
2. Recepcionada a decisão pela Requerente, esta deverá corrigir a publicidade em conformidade e remetê-la ao Instituto.
3. A veiculação da publicidade depende da análise definitiva do ICAP que ateste a conformidade ético-legal daquela.

ARTIGO 7º

COMPETÊNCIA E RESPONSABILIDADE

A organização dos procedimentos previstos no Regulamento é da competência e responsabilidade do ICAP.



ICAP

Instituto Civil da Autodisciplina
da Comunicação Comercial

**CÓDIGO DE AUTO-REGULAÇÃO DA COMUNICAÇÃO COMERCIAL
EM MATÉRIA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS**

- VINHOS E BEBIDAS ESPIRITUOSAS -



ARTIGO 8º

REGIME SANCIONATÓRIO

A violação das disposições do presente Regulamento acarreta:

1. *Sanção Simples*

Alerta por escrito na primeira e segunda violação ético-legal verificada no mesmo Meio.

2. *Sanção Grave*

Aviso por escrito com inserção em área específica do *Pre-Clearance* no site do ICAP à terceira violação ético-legal verificada no mesmo Meio;

3. *Sanção Muito Grave*

Suspensão do sistema do *Pre-Clearance* por um período de seis meses e com inserção em área específica do *Pre-Clearance* no site do ICAP à quarta violação ético-legal no mesmo Meio.

ARTIGO 9º

COMPETÊNCIA

O previsto no artigo anterior é da exclusiva competência da Direcção do ICAP.

ARTIGO 10º

CERTIFICADO

1. A Requerente poderá, querendo, solicitar ao ICAP um Certificado de Conformidade Ético-Legal que ateste que aquela não foi objecto de qualquer sanção durante um período de 12 meses consecutivos.
2. O Certificado só poderá ser usado para fins estritamente informativos.

ARTIGO 11º

REVISÃO

Compete à Direcção do ICAP, com o acordo das Partes, rever o Regulamento e respectivos Anexos, a qualquer momento.



ICAP

Instituto Civil da Autodisciplina
da Comunicação Comercial

**CÓDIGO DE AUTO-REGULAÇÃO DA COMUNICAÇÃO COMERCIAL
EM MATÉRIA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS**

- VINHOS E BEBIDAS ESPIRITUOSAS -



**ARTIGO 12º
DISPOSIÇÕES FINAIS**

1. As entidades previstas no art. 3º que pretendam aderir ao sistema do *Pre-Clearance* deverão preencher a “Ficha de Adesão” e a “Ficha de Submissão e Análise da Publicidade” que se encontra no Anexo 1.
2. Para melhor entendimento da tramitação do *Pre-Clearance*, deverão as entidades verificar o Anexo 2.