

Aviso Público da Direção-Geral do Consumidor Utilização de Selos distintivos nas Comunicações Comerciais

A Direção-Geral do Consumidor, enquanto entidade pública competente para assegurar a proteção dos direitos e interesses dos consumidores e no âmbito das suas competências de fiscalização e acompanhamento da publicidade comercial e institucional, chama a atenção dos consumidores para os aspetos seguintes:

- Os Selos distintivos são um símbolo ou logótipo que salientam uma característica ou aspeto considerado relevante para quem os exhibe;
- São mecanismos de comunicação comercial (publicidade), utilizados por marcas, produtos ou serviços;
- A mera aposição de um Selo não significa necessariamente maior qualidade nem especiais características do produto, da marca ou do serviço face aos demais;
- Os critérios utilizados para a criação de um Selo e a sua posterior aposição em produtos, marcas ou serviços são variados, correspondendo à preferência de grupos de consumidores, à escolha de uma comissão ou júri, à seleção de empresas de estudos de mercado, ou ainda do cumprimento voluntário de determinadas obrigações e de compromissos por parte de empresas de determinados sectores de atividade.

É, pois, indispensável conhecer os critérios e a representatividade subjacente à atribuição de Selos distintivos quando se depare com publicidade que utiliza as menções distintivas (Selos) para promover produtos, serviços ou marcas.

###

Em 2014, a Direção-Geral do Consumidor efetuou um levantamento sobre os Selos distintivos e o seu significado, em colaboração com o ICAP - Instituto Civil da Autodisciplina da Comunicação Comercial, com vista a conhecer melhor esta realidade. No entanto, esse trabalho, disponível para consulta no Portal do Consumidor em www.consumidor.pt e no site do ICAP em www.icap.pt, não valida nem revê os Selos distintivos referenciados, cujo conteúdo é única e exclusivamente da responsabilidade das empresas que os atribuem ou gerem.



Portal do Consumidor - www.consumidor.pt