

**03.07.2008**

**Entendimento do ISP relativo à utilização de expressões na publicidade que induzem ou são susceptíveis de induzir em erro o consumidor**

I - Uma empresa de seguros que se apresenta como única companhia especializada em determinado sector de actividade e na realidade não o é, induz ou pode induzir em erro o consumidor fazendo-o crer que caso pretenda contratar um seguro na área em questão dispõe unicamente de uma companhia de seguros especialista na matéria.

II - Nesta situação encontra-se violado o princípio da veracidade, imposto pelo artigo 10.º do Código da Publicidade, bem como o artigo 11.º do mesmo diploma que preceitua ser proibida toda a publicidade que seja enganosa nos termos do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de Março, relativo às práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores.

III - Por seu turno, o Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de Março, proíbe no seu artigo 4.º as práticas comerciais desleais, enganosas ou agressivas, nas quais se inclui, de acordo com o disposto na alínea *d*) do artigo 3.º, a publicidade e a promoção comercial.

IV - A identificação da empresa como única especialista em determinado sector, quando não o é, viola o disposto nas alíneas *b*) e *f*) do artigo 7.º do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de Março, na medida em que induz ou é susceptível de induzir em erro o consumidor quanto às características principais do serviço e suas vantagens, bem como quanto à natureza, atributos e direitos da empresa.

V - Trata-se, portanto, de uma publicidade enganosa consubstanciada numa prática comercial desleal proibida.