

Artigo 11.º

Instrução dos processos e aplicação de sanções

1 — Compete à ASAE e à DGAIEC instruir os processos de contra-ordenação previstos no presente decreto-lei, no âmbito das respectivas competências de fiscalização de acordo com o disposto no artigo 8.º

2 — Compete à Comissão para a Aplicação de Coimas em Matéria Económica e Publicidade a aplicação das coimas e sanções acessórias.

3 — A receita das coimas reverte em:

- a) 60% para o Estado;
- b) 30% para a entidade que procede à instrução do processo de contra-ordenação;
- c) 10% para a entidade que acompanha a aplicação global do decreto-lei.

Artigo 12.º

Aplicação global do decreto-lei

Sem prejuízo do disposto nos artigos 8.º e 11.º, o acompanhamento da aplicação global do presente decreto-lei compete ao Instituto do Consumidor, cabendo-lhe elaborar e publicar no final do 3.º ano a contar da data da sua entrada em vigor um relatório sobre a execução do mesmo com base em dados fornecidos pela ASAE e pela DGAIEC.

Artigo 13.º

Norma transitória

Os isqueiros colocados no mercado antes da entrada em vigor do presente decreto-lei e que não cumpram o aqui estabelecido podem ser fornecidos ao utilizador final até 11 de Março de 2008 tendo em vista o esgotamento dos *stocks* existentes.

Artigo 14.º

Entrada em vigor

O presente decreto-lei entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação.

Visto e aprovado em Conselho de Ministros de 15 de Março de 2007. — *José Sócrates Carvalho Pinto de Sousa* — *Luís Filipe Marques Amado* — *Fernando Teixeira dos Santos* — *Alberto Bernardes Costa* — *Fernando Pereira Serrasqueiro*.

Promulgado em 23 de Abril de 2007.

Publique-se.

O Presidente da República, ANÍBAL CAVACO SILVA.

Referendado em 24 de Abril de 2007.

O Primeiro-Ministro, *José Sócrates Carvalho Pinto de Sousa*.

Decreto-Lei n.º 173/2007

de 8 de Maio

O preço dos bens e dos serviços é um factor determinante na formação da vontade de contratar dos consumidores. Pelo carácter essencial da informação que é transmitida, a comunicação sobre o preço de um bem

ou serviço deve estar subordinada a um princípio fundamental de transparência por forma que o consumidor possa avaliar o custo efectivo do bem ou serviço que pretende adquirir e ponderar a sua decisão.

No que se refere à indicação de preços do serviço de transporte aéreo, a prática tem demonstrado que os critérios de indicação do preço não são uniformes entre as transportadoras aéreas ou seus agentes, isto é, agências de viagens e outros operadores turísticos. De facto, constata-se que se existem situações em que o preço anunciado já inclui as taxas que são cobradas aquando da emissão do título de transporte, nomeadamente a taxa de serviço a passageiros e a taxa de segurança, outras situações existem em que o preço anunciado não inclui estas ou outras taxas ou quaisquer encargos que possam resultar de acordos ou de práticas comerciais realizados pelas transportadoras e restantes operadores.

A mensagem publicitária reflecte esta situação. Assim, é frequente a mensagem publicitária ao serviço de transporte aéreo utilizar a tarifa mais baixa praticada como objecto essencial da mensagem, pelo uso de expressões como «desde» e «a partir», criando nos consumidores a convicção de que o valor anunciado é o preço total a pagar e que todos os lugares disponíveis custam aquele valor.

Pelo exposto, o Governo decide legislar no sentido de acautelar os direitos e interesses económicos dos consumidores com o objectivo de garantir uma maior transparência na indicação do preço das tarifas aéreas e uma maior certeza na interpretação da mensagem publicitária.

Deste modo, o presente decreto-lei estabelece que o preço total do transporte aéreo deve incluir, para além do valor das tarifas, todos os impostos, taxas e outros encargos que nele sejam repercutidos, de modo a assegurar ao consumidor uma informação clara, adequada e inequívoca sobre o preço do serviço que lhe permita comparar os preços e as condições de oferta. Determina, ainda, que a mensagem publicitária deve mencionar que a tarifa mais baixa anunciada está limitada ao número de lugares disponíveis devendo, ainda, indicar, de forma bem visível, clara e inequívoca, se a tarifa se refere à viagem de ida ou de volta ou à viagem de ida e volta.

Foi promovida a consulta ao Conselho Nacional do Consumo.

Foi ouvido o Instituto Nacional de Aviação Civil. Assim:

Nos termos da alínea a) do n.º 1 do artigo 198.º da Constituição, o Governo decreta o seguinte:

Artigo 1.º

Objecto

O presente decreto-lei estabelece os termos em que a obrigação de indicação das tarifas do transporte aéreo deve ser cumprida bem como certos requisitos a que deve obedecer a mensagem publicitária a este serviço.

Artigo 2.º

Âmbito

O disposto no presente decreto-lei aplica-se às transportadoras aéreas e aos seus agentes, agências de viagens e outros operadores turísticos.

Artigo 3.º

Forma de indicação das tarifas

1 — As tarifas devem ser apresentadas em caracteres bem visíveis, claros e perfeitamente legíveis, de forma a obter a melhor informação para o consumidor.

2 — As tarifas devem exprimir o preço em euros ou na moeda local, a ser pago pelos passageiros às transportadoras aéreas ou seus agentes pelo respectivo transporte e da sua bagagem por meio de serviços aéreos, bem como todas as condições de aplicação desses preços, incluindo o pagamento e as condições oferecidas às agências e outros serviços auxiliares.

3 — Sem prejuízo do estabelecido no número anterior, as transportadoras aéreas e os seus agentes devem informar os consumidores, de forma clara, sobre o preço total do transporte aéreo, devendo este discriminar de modo inequívoco e detalhado os termos e as condições aplicáveis à tarifa escolhida, assim como sobre quaisquer impostos, taxas ou encargos de serviço aplicáveis.

4 — As transportadoras e os seus agentes devem oferecer ao consumidor a tarifa mais baixa disponível para a data, voo e classe de serviços pretendidos, aplicável a cada caso, através dos seus canais de venda directa, como sejam sistema de reservas pelo telefone, portal na Internet e lojas de vendas.

5 — As transportadoras e os seus agentes devem informar os passageiros de que podem existir diferenças tarifárias nos seus canais de venda referidos no número anterior.

6 — Para além do estabelecido no número anterior, as transportadoras aéreas e os seus agentes devem, ainda, informar se o preço total indicado se refere apenas à viagem de ida ou de volta ou à viagem de ida e volta.

Artigo 4.º

Forma de indicação das taxas, sobretaxas e encargos

Na discriminação das taxas, sobretaxas, impostos e outros encargos, a respectiva identificação é obrigatoriamente apresentada por extenso e na língua portuguesa, de forma clara e detalhada, em caracteres bem visíveis e facilmente interpretados pelos consumidores, sem prejuízo das resoluções e das práticas recomendadas da Associação Internacional das Transportadoras Aéreas (IATA), em matéria de emissão de títulos de transporte aéreo.

Artigo 5.º

Publicidade

1 — A publicidade a serviços de transporte aéreo e serviços conexos obedece às regras e princípios constantes do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro.

2 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, toda a publicidade que faça referência a tarifas de transporte aéreo deve indicar o preço total a pagar pelo consumidor, incluindo as taxas, sobretaxas, impostos e outros encargos, bem como a informação de que a comercialização da tarifa está sujeita ao número de lugares disponíveis.

3 — A publicidade deve ainda indicar, de forma bem visível, clara e inequívoca, se o preço se refere à viagem de ida ou de volta ou à viagem de ida e volta.

Artigo 6.º

Fiscalização

1 — A fiscalização do disposto no presente decreto-lei, bem como a instrução dos respectivos processos de contra-ordenação, compete à Autoridade de Segurança Alimentar e Económica.

2 — Exclui-se do número anterior a fiscalização ao disposto no artigo 5.º, cuja competência e instrução dos respectivos processos é do Instituto do Consumidor.

3 — Compete à Comissão de Aplicação de Coimas em Matéria Económica e de Publicidade (CACMEP) a aplicação das respectivas coimas.

Artigo 7.º

Contra-ordenações

1 — A violação do disposto nos artigos 3.º e 4.º constitui contra-ordenação punível com as seguintes coimas:

- a) De € 500 a € 3500, tratando-se de pessoa singular;
- b) De € 5000 a € 35 000, tratando-se de pessoa colectiva.

2 — A violação do disposto no artigo 5.º constitui contra-ordenação punível nos termos da alínea a) do n.º 1 do artigo 34.º do Código da Publicidade.

Artigo 8.º

Produto das coimas

O produto das coimas decorrente da violação do disposto nos artigos 3.º a 5.º reverte em:

- a) 10% para a CACMEP;
- b) 30% para a entidade fiscalizadora;
- c) 60% para o Estado.

Artigo 9.º

Avaliação da execução do diploma

No final do 1.º ano a contar da data de entrada em vigor do presente decreto-lei, o Instituto do Consumidor elabora e divulga um relatório de avaliação do impacte da aplicação do mesmo.

Artigo 10.º

Entrada em vigor

O presente decreto-lei entra em vigor 30 dias após a data da sua publicação.

Visto e aprovado em Conselho de Ministros de 15 de Março de 2007. — José Sócrates Carvalho Pinto de Sousa — Fernando Teixeira dos Santos — Alberto Bernardes Costa — Fernando Pereira Serrasqueiro — Paulo Jorge Oliveira Ribeiro de Campos.

Promulgado em 23 de Abril de 2007.

Publique-se.

O Presidente da República, ANÍBAL CAVACO SILVA.

Referendado em 24 de Abril de 2007.

O Primeiro-Ministro, José Sócrates Carvalho Pinto de Sousa.