

ID: 100270871

20-07-2022

CONVIDADO



**MANUEL MARTINHO
LOPES ROCHA**
Advogado da SRS Advogados

Reduções de preços vs. “reduções” de preços

Qualquer anúncio de redução de preço deve indicar o preço mais baixo anteriormente praticado durante um período não inferior a 30 dias.

E escrever sobre reduções de preços no presente pode parecer estranho. Mas a verdade é que, nas nossas habituais idas às compras, em super e hipermercados, facilmente nos deparamos com anúncios de descontos e campanhas promocionais para variadíssimos produtos. Ou podemos ficar a saber, por meio de um anúncio televisivo, a promoção que certa cadeia está a praticar para determinado produto. Este tipo de informação permite-nos, como consumidores, tomar decisões e melhor gerir o nosso orçamento doméstico.

A forma como estas reduções de preço são anunciadas pelos comerciantes está, desde há bastante tempo, sujeita ao Decreto-Lei n.º 70/2007, de 26 de março. Muito recentemente, foi decidido a nível europeu alterar algumas regras nesta matéria, através da denominada Diretiva “Omnibus”, que se destina a modernizar e melhorar a aplicação das regras europeias de defesa do consumidor.

Entre outras disposições, esta Diretiva vem atuar sobre o mecanismo de construção e apresentação de uma redução de preço. Assim, determina-se que qualquer anúncio de redução de preço, por um comerciante deve indicar o preço mais baixo anteriormente praticado por este, durante um período não inferior a 30 dias (ao in-

vés dos anteriores 90) antes da aplicação da redução do preço. Este preço anteriormente praticado deve corresponder, quer ao preço habitual, quer ao preço do produto em saldo ou promoção (caso tenha ocorrido naquele período) ou qualquer outra redução efetuada. No regime anterior, o anúncio de redução tinha apenas por comparação o preço habitual mais baixo (excluindo o preço de saldo ou promoção). Esta alteração visa proteger o consumidor relativamente a alegadas falsas promoções, evitando oscilações artificiais de preços com vista à posterior apresentação de reduções.

Exemplificando: um comerciante anuncia uma redução do preço de 50%, num produto vendido habitualmente a 100€. Porém, algures nos últimos 30 dias, o preço mais baixo tinha sido 75€, fruto de uma campanha promocional excecional. Por conseguinte, para ser anunciado como uma efetiva redução de preço de 50%, o valor de venda do produto a adquirir pelo consumidor deve ser 37,5€, e não 50€. Não pode também o comerciante recorrer a anúncios como “antes 100€, agora 50€”, uma vez que o preço de referência deverá sempre ser 75€.

Diz-se que estas novas regras terão como efeito a diminuição dos momentos promocionais. E

que os retalhistas passarão a voltar-se com mais frequência para outras formas de comunicação comparativa, que não passem exclusivamente pelo binómio preço novo/preço antigo, como as comparações com preços praticados por outras insígnias do retalho

e/ou com eventuais preços de venda recomendados pelo fabricante, assim como várias outras formas de anunciar o preço praticado por determinado operador.

Mas há um problema: o que não pode acontecer, sob pena de se poder estar perante uma prática comercial desleal proibida por lei, é que um consumidor médio, perante o anúncio publicitário, possa entendê-lo como uma verdadeira redução de preço (como no exemplo anterior), em virtude da forma como se encontra apresentado. Por exemplo, numa situação em que se utiliza o mesmo grafismo para anunciar, para produtos semelhantes, colocados na mesma prateleira, reduções efetivas de preço para uns e, simultaneamente, meras comparações com o preço recomendado do fabricante para outros, que não atribuem qualquer vantagem palpável ao consumidor em matéria de preço.

Vamos ser confrontados, nos próximos tempos, com várias zonas cinzentas no limiar da legalidade, o que gerará dúvidas em muitos dos agentes envolvidos. Sem esquecer o papel da ASAE, entidade responsável pela fiscalização destas matérias, e cujo papel moldará certamente a forma como encararemos o mundo das promoções. ■

Vamos ser confrontados, nos próximos tempos, com várias zonas cinzentas no limiar da legalidade, o que gerará dúvidas em muitos dos agentes envolvidos.