

AVISO N.º 09/2014

ASSUNTO: PUBLICIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS FINANCEIROS

Havendo necessidade de se estabelecerem os requisitos mínimos de informação que as instituições financeiras devem satisfazer para publicitar os produtos e serviços financeiros que comercializam junto do público.

Considerando que a publicidade é um elemento determinante para o surgimento e a formação da vontade contratual.

Nos termos das disposições constantes da alínea f) do número 1 do artigo 21.º da Lei n.º 16/10 de 15 de Julho, Lei do Banco Nacional de Angola, conjugado com o número 1 do artigo 58.º, o artigo 69.º e a alínea h) do artigo 131.º, todos da Lei n.º 13/05 de 30 de Setembro, Lei das Instituições Financeiras.

DETERMINO:

Artigo 1.º

(Objecto)

1. O presente Aviso estabelece as normas e princípios que regem a publicidade dos produtos e serviços financeiros comercializados pelas instituições financeiras sob a supervisão do Banco Nacional de Angola.
2. Ficam excluídas do objecto do presente Aviso as seguintes actividades publicitárias:

- a) As campanhas corporativas, entendidas como aquelas que são destinadas a dar a conhecer aos consumidores de produtos e serviços financeiros a informação genérica respeitante a instituição financeira ou ao seu objecto social.
- b) Os conteúdos informativos, referentes aos elementos necessários para a adesão a produtos ou serviços, colocados à disposição dos consumidores de produtos e serviços financeiros nos sítios de internet das instituições financeiras ou em outros meios de difusão.

Artigo 2.º
(Âmbito)

O presente diploma aplica-se às instituições financeiras sob a supervisão do Banco Nacional de Angola.

Artigo 3.º
(Princípios)

1. A publicidade de produtos e serviços financeiros deve obedecer aos seguintes princípios:
- a) Princípio da Licidade - a forma, objecto e finalidade da publicidade de produtos e serviços financeiros deve respeitar as regras e normas fundamentais, constitucionalmente consagradas e protegidas por lei;
 - b) Princípio da Identificabilidade - a publicidade de produtos e serviços financeiros deve ser inequivocamente identificada como tal, independentemente da forma ou do meio de difusão utilizado;
 - c) Princípio da Veracidade – a informação contida em mensagens publicitárias relativas a produtos e serviços financeiros deve respeitar a verdade, não deformando os factos, nem induzindo em erro os destinatários da mensagem;
 - d) Respeito pelos Direitos do Consumidor – a publicidade de produtos e serviços financeiros, não deve atentar contra os direitos legalmente conferidos ao consumidor.

2. Viola o disposto na alínea c) do número 1 do presente artigo a divulgação de informação não actualizada, referentes as condições de mercado com impacto nas características dos produtos ou serviços, incluindo taxas, comissões, despesas ou desempenho de um produto financeiro.
3. Á publicidade de produtos e serviços financeiros são também aplicáveis, com as devidas adaptações, os demais princípios gerais estabelecidos na Lei Geral da Publicidade.

Artigo 4.º
(Identificação da Instituição)

1. A publicidade de produtos e serviços financeiros deve identificar inequivocamente a instituição financeira responsável pelos produtos e serviços publicitados.
2. Para efeitos do número anterior é suficiente a utilização de uma versão parcial da designação social da instituição responsável ou uma marca comercial inequivocamente associada a esta.

Artigo 5.º
(Transparência da Informação)

1. Na publicidade de produtos e serviços financeiros não deve ser omissa ou dissimulada informação necessária, em cada caso, para uma correcta avaliação das características que as instituições financeiras destaquem do produto ou serviço financeiro anunciado.
2. Para efeitos do número anterior, devem ser consideradas informações necessárias as seguintes:
 - a) Condições de acesso aos produtos e serviços financeiros, fidelização por um período mínimo ou outros critérios cujo não cumprimento limite aquele acesso;
 - b) Restrições e limitações associadas ao produto ou serviço publicitado;
 - c) Valores monetários, cujas referências devem ser expressas em moeda nacional.

3. Considera-se, ainda, haver falta de transparência de informação na publicidade de produtos ou serviços financeiros quando:

- a) A sua natureza ou finalidade não é clara, sendo no entanto, admissível a utilização da designação «multi-produto» para a melhor identificação da natureza ou da finalidade de um produto ou serviço, sempre que reunir diversas componentes com diferentes finalidades;
- b) Nas mensagens promocionais o período de validade for omissivo ou dissimulado;
- c) Permitir ao consumidor de produtos e serviços financeiros reduzir a prestação devida, omitindo ou dissimulando a forma como essa redução é obtida, designadamente através de carência ou diferimento do capital ou de aumento do prazo do reembolso;
- d) Permitir ao consumidor aceder a produtos, serviços ou benefícios adicionais, com a omissão ou dissimulação de qualquer circunstância relevante para a sua correcta avaliação, com destaque para os seguintes aspectos:
 - i) comissões, taxas ou encargos associados a esses produtos, serviços ou benefícios adicionais;
 - ii) prazo de reembolso e a existência de penalização em caso de mobilização antecipada; ou
 - iii) quaisquer circunstâncias que obriguem o consumidor a devolução desses produtos, serviços ou benefícios adicionais ou a compensar a instituição financeira, nomeadamente aquando do reembolso antecipado de um empréstimo ou da rescisão de um contrato antes de um período mínimo de permanência.

4. Sem prejuízo de eventuais limitações de espaço e tempo do meio de difusão utilizado, considera-se em qualquer caso, que há falta de transparência na apresentação de informação:

- a) Em caracteres de dimensão inferior ao valor mínimo definido no Anexo, que é parte integrante do presente Aviso;

- b) Em linguagem que torne difícil a compreensão das características fundamentais dos produtos ou serviços anunciados; ou
- c) Em violação ao disposto no artigo 7.º do presente Aviso, referente a publicidade televisiva, radiofónica, por internet ou por qualquer outro meio de difusão.

Artigo 6.º

(Equilíbrio da Informação)

As instituições financeiras ao publicitar os produtos e serviços financeiros que comercializam devem conferir às condições de acesso, restrições ou limitações, referidas no número 2 do artigo 5.º, notoriedade similar à atribuída as características principais do produto ou serviço financeiro que visam publicitar.

Artigo 7.º

(Regime Geral para os Meios de Difusão)

1. A publicidade de produtos e serviços financeiros pode envolver campanhas televisivas, radiofónicas, por internet, suportes escritos disponibilizados ao balcão, marketing directo, *outdoors*, cartazes utilizados no interior e exterior das agências, jornais e revistas.
2. A publicidade de produtos e serviços financeiros obedece aos princípios acima estabelecidos e toma, igualmente, em consideração os critérios adicionais, definidos no presente artigo, para os meios de difusão a seguir mencionados:
 - a) Na publicidade televisiva de produtos e serviços financeiros, considera-se dissimulação a apresentação de informação durante um período de tempo insuficiente para permitir uma leitura e audição adequadas;
 - b) Na publicidade radiofónica de produtos e serviços financeiros, considera-se dissimulação a apresentação de informação durante um período insuficiente para permitir uma audição adequada;

- c) A publicidade de produtos e serviços financeiros através da internet está sujeita ao estabelecido nas alíneas a) e b) do presente artigo, sempre que a mesma envolva imagens em movimento ou som, respectivamente.
3. Na publicidade de produtos e serviços financeiros, as instituições financeiras independentemente do meio de difusão utilizado, devem mencionar a seguinte frase: «Informe-se no/a [nome da instituição financeira]» ou outra expressão similar.

Artigo 8.º

(Expressões de Uso Restrito)

Na publicidade de produtos e serviços financeiros, as expressões a seguir indicadas só podem ser utilizadas nas seguintes situações:

- a) A expressão «sem juros», «0% de juros» ou similar, quando não for exigível ao cliente o pagamento de quaisquer juros;
- b) A expressão «sem custos», «sem encargos» ou similar, quando não for exigível ao cliente o pagamento de quaisquer juros, comissões ou outros encargos;
- c) A expressão «sem depósito inicial» ou similar, quando não forem devidos pelo cliente quaisquer pagamentos adiantados para adquirir o produto ou serviço financeiro;
- d) A expressão «aceitação garantida» ou similar, quando a aquisição de um produto ou serviço financeiro não estiver dependente do preenchimento de quaisquer condições relativamente ao perfil de crédito do cliente;
- e) A expressão «oferta», «presente» ou similar, quando não existirem quaisquer condições ou circunstâncias que obriguem o cliente a devolver ou a compensar a referida «oferta»;
- f) A expressão «devolvemos o seu dinheiro» ou similar, quando estiver prevista a devolução integral dos valores pagos pelo cliente;
- g) A expressão «pagamos nós» ou similar, quando a instituição financeira suportar integralmente os custos ou quando estes forem parcialmente suportados, desde que a respectiva parcela seja indicada com igual destaque;

- h) A expressão «novos clientes» sem mais, quando a única condição de acesso a um produto ou serviço for, exclusivamente, não ser cliente da instituição financeira, à data da respectiva aquisição;
- i) As expressões «a(o) mais baixa(o) do mercado», «a(o) mais alta(o) do mercado», «a(o) melhor do mercado» ou similares, quando forem seguidas, com igual destaque, das condições particulares do produto ou serviço financeiro que suportam a afirmação.

Artigo 9.º

(Responsabilidade)

1. As instituições financeiras devem garantir que a publicidade dos seus produtos e serviços financeiros, realizada por agências publicitárias, assim como por outras entidades que exerçam a actividade publicitária, obedece ao estabelecido no presente Aviso.
2. A publicidade divulgada por correspondentes bancários ou outras entidades por intermédio das quais as instituições financeiras comercializam os seus produtos e serviços é da responsabilidade da instituição financeira e deve obedecer ao estabelecido no presente Aviso.

Artigo 10.º

(Supervisão)

1. O Banco Nacional de Angola efectua a supervisão da publicidade de produtos e serviços financeiros, baseada num modelo de avaliação do cumprimento dos princípios e regras previstas pela legislação em vigor, que regulam a publicidade.
2. A avaliação referida no número anterior é efectuada após a divulgação das mensagens publicitárias nos meios de difusão.

Artigo 11.º

(Reporte de Campanhas de Publicidade)

1. Após o lançamento das campanhas de publicidade televisivas, radiofónicas e as que envolvam suportes escritos disponibilizados ao balcão, *marketing* directo, *outdoors*,

cartazes utilizados no interior e exterior das agências, jornais e revistas, as instituições financeiras devem remeter ao Banco Nacional de Angola um exemplar dos mesmos, em suporte electrónico, através da *extranet* do Portal do Consumidor de Produtos e Serviços Financeiros.

2. O reporte requerido nos termos do número anterior deve ser efectuado 5 dias após o lançamento das campanhas de publicidade, acompanhado de correspondência que deverá mencionar, dentre outras informações, o objectivo, o público-alvo e o período de veiculação das campanhas, bem como os contactos para eventuais esclarecimentos.
3. Deve, igualmente, ser enviada a ficha técnica do produto ou serviço financeiro publicitado, acompanhado de outros materiais de suporte, caso existam.

Artigo 12.º

(Infracções)

1. A violação das disposições do presente Aviso é punível, nos termos da Lei das Instituições Financeiras.
2. O Banco Nacional de Angola pode exigir que a instituição financeira reponha a veracidade dos factos publicitados com o mesmo destaque e meios utilizados para a divulgação da publicidade contendo informação não verídica.

Artigo 13.º

(Dúvidas e Omissões)

As dúvidas e omissões resultantes da interpretação e aplicação do presente Aviso são resolvidas pelo Banco Nacional de Angola.

Artigo 14.º

(Norma revogatória)

Ficam revogadas todas as disposições que contrariem o disposto no presente Aviso.

Artigo 15.º
(Entrada em vigor)

O presente Aviso entra em vigor 30 dias após a sua publicação.

PUBLIQUE-SE.

Luanda, 05 de Dezembro de 2014.

O GOVERNADOR

JOSÉ DE LIMA MASSANO