



C00590821A

CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 4.758, DE 2016

(Da Sra. Clarissa Garotinho)

Proíbe a utilização de selo verde em produtos, a menos que seja por meio de certificação oficial.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-3899/2012.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art.1º Esta Lei inibe a prática de “maquiagem verde” nos rótulos dos produtos e proíbe a utilização de selo verde sem a devida certificação.

Parágrafo Único: Entende-se por “maquiagem verde” a utilização de práticas publicitárias com o intuito de passar ao consumidor a impressão de que o produto está supostamente adequado a práticas ambientalmente corretas.

Art. 2º A Maquiagem Verde pode ser observada a partir das seguintes práticas:

I – Quando o rótulo dá importância a uma ou algumas qualidades “verdes” do produto e esconde outras características que podem representar uma perda ambiental maior. Neste caso, o malefício não-anunciado é maior que o benefício anunciado.

II – Quando o fabricante não apresenta dados que confirmem que o produto é correto ambientalmente e as informações não são acessíveis nem na embalagem, no local de compra e na internet.

III - Quando o consumidor não entende a informação passada sendo levado a confundir significados.

IV – Quando o fabricante utiliza símbolos ligados a natureza para transmitir a impressão errada de que o produto tem um selo confiável.

V - Quando é dado destaque para informações que não são importantes ou úteis na busca do consumidor. Incorre na mesma prática o fabricante que exalta características obrigatórias por lei.

VI - O benefício ambiental do produto pode até ser verdadeiro, mas esconde o impacto da sua indústria como um todo.

VII – Quando a embalagem apresenta informação falsa.

Art. 3º Fica proibido aos fabricantes a utilização de selos próprios para atestar que a fabricação de determinado produto segue normas de proteção ao meio ambiente.

Parágrafo único: as embalagens dos produtos só poderão trazer selos de que trata o caput quando atestado por certificadoras credenciadas.

Art.4º As características obrigatórias a todos os produtos do gênero, seja por força de lei ou por ausência de outra matéria prima não poderá ser destacada como ambientalmente correto.

Art.5º A embalagem que identificar o produto como sendo oriundo de processo de reciclagem, deverá conter no rótulo a informação sobre o tipo de reciclagem utilizado.

Parágrafo Único: a informação deverá também deixar claro se todo o produto passou por processo de reciclagem ou apenas a sua embalagem.

Art.6º Todo produto que destacar qualquer característica de benefício ambiental deverá explica-lo.

Parágrafo Único: A explicação de que trata o caput deverá conter o método utilizado para se chegar ao benefício e o seu resultado prático para o meio ambiente.

Art. 7º Preferencialmente, o nome fantasia dos produtos só deverá induzir o consumidor a práticas ecologicamente corretas quando o fabricante a comprovar.

Art. 8º Todas as informações de que trata esta Lei devem estar dispostas no rótulo dos produtos.

Parágrafo Único: Os fabricantes poderão substituir as informações de que trata o caput, incluindo-as na internet, devendo o mesmo fazer menção no rótulo dos produtos.

Art. 9º A prática da maquiagem verde sujeita as pessoas físicas e jurídicas por ela responsáveis às sanções previstas no art. 56 da Lei nº 8078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 10 Esta lei entra em vigor 180 dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

À medida que as questões ambientais adquirem importância, cresce a consciência ecológica da sociedade quanto à preservação do meio ambiente.

Essa mudança de consciência afeta significativamente a indústria e o comércio que diante de um consumidor cada dia mais preocupado com o meio ambiente e sua sustentabilidade começa a se interessar nos produtos e serviços

ditos “verdes”. Com isso é possível identificar em diversos produtos embalagens que portam algum tipo de selo verde.

Ocorre que tais selos em geral nada significam por se tratarem de selos próprios, desenvolvidos pelos fabricantes, o que vem sendo chamado de maquiagem verde.

Em levantamento realizado pela empresa Market Analysis coordenada pelo responsável pela maior série de pesquisas sobre maquiagem verde, o especialista Fabian Enchegarai concluiu que em apenas 4 anos a quantidade de produtos flagrados com informações falsas nos rótulos subiu de 408 no ano de 2010 para 2358 em 2014. Um aumento de quase 500%

Nestes produtos com maquiagem verde foram identificados mais de 3089 apelos ambientais. Apenas 15% dos produtos analisados traziam selos credenciados. Cerca de 8 em cada 10 produtos verdes encontrados no mercado cometem algum tipo de erro na sua divulgação.

Já o gerente de certificação de sistemas da ABNT, Guy Ladvocat afirmou que mais da metade dos produtos que se dizem ecológicos no Brasil não merecem credibilidade.

Segundo KOHLRAUSCH, A. K. **A Rotulagem Ambiental no Auxílio à Formação de Consumidores Conscientes:** “o mercado verde torna-se cada vez mais solidificado devido a crescente busca por produtos que não agridam o meio ambiente. Porém, surge em paralelo a esse crescimento, muitas atribuições ecológicas que são duvidosas e enganosas, acabando por mascarar a verdade sobre o produto e a confundir o consumidor. Verifica-se então, um considerável aumento de produtos portando em suas embalagens alegações como “Biodegradável”, “Ecologicamente Correto”, entre outras, sem aparente verificação e validação quanto aos critérios que normatizam tais atributos.”

Como pesquisa realizada pela PROTESTE, associação de defesa do consumidor, os produtos com rótulo ecológico possuem maior valor agregado.

PRODUTO ECOLÓGICO	PREÇO	PRODUTO CONVENCIONAL	PREÇO
Bom Bril ECO 	RS 2,69	Bom Bril 	RS 1,99
Corretivo BIC Ecolutions 	RS 4,27	Corretivo BIC Base Água 	RS 2,68
Achocolatado Native 	RS 11,76	Achocolatado Nescau 	RS 5,21
Barrinha de cereal Gran Pure 	RS 4,91 (pacote com três unidades)	Barrinha de cereal Nutry 	RS 3,63 (pacote com três unidades)
Açúcar Cristal Orgânico Native 	RS 4,80	Açúcar Cristal União 	RS 2,02

Não é justo que empresas apresentem produtos ao mercado com maior valor agregado sem qualquer embasamento científico ou justificativa ao consumidor.

O Objetivo da proposta que ora apresento é impedir que essa maquiagem ocorra e os fabricantes que quiserem dar publicidade a produtos verdes deverão fazê-lo através das seguintes regras:

1 – Fica proibido que fabricantes criem seus próprios selos de certificação.

A certificação ambiental somente é concedida ao produto que, após testes em laboratório credenciado, atinge o mínimo de qualidade exigido por uma norma vigente em questões relativas ao seu uso. Assim, o “selo verde” oficial é o grau mais alto de conformidade. Além de atestar a conformidade, atesta também que o produto não impacta ou impacta minimamente o ambiente.

O selo verde é atribuído tanto a produtos quanto a processos, nos diversos e em vários níveis de adequação ambiental. A certificação ambiental é caracterizada pelos seguintes pontos básicos:

- É voluntária e independente, pois é aplicada por terceiros a quem se disponha a integrar o sistema;
- É aplicada, conforme critérios bem definidos, a produtos, família de produtos e processos;

- É positivo, ou seja, representa premiação, e, como tal, torna-se um instrumento de marketing da empresa;
- É um mecanismo de informação ao consumidor

2 – Os produtos que possuem mesmas características específicas por força de legislação ou por ausência de outra matéria prima não poderão divulgar esta informação como sendo de relevância ambiental. Por exemplo: Todo guardanapo de papel é feito com 100% das fibras naturais. Não tem por que apresentar esta característica como diferencial.

3 - A embalagem que identificar o produto como sendo oriundo de processo de reciclagem, deverá conter no rótulo a informação sobre o tipo de reciclagem utilizado. Nem todo tipo de reciclagem é ecologicamente correto. Possuem determinados processos que gastam uma enorme quantidade de água ou energia.

Com relação a reciclagem o projeto ainda determina que seja informado ao consumidor se todo o produto passou pelo processo de reciclagem ou apenas a sua embalagem.

4 - Todo produto que destaca qualquer característica de benefício ambiental deverá explicá-lo. Não adianta informar ao consumidor que o produto é ecologicamente correto sem explicar o motivo. A explicação deverá conter o método utilizado para se chegar ao benefício e o seu resultado prático para o meio ambiente.

5 – O projeto ainda solicita que, preferencialmente, o nome fantasia dos produtos só deverá induzir o consumidor a práticas ecologicamente corretas quando o fabricante a comprovar. Existem novos produtos que estão chegando ao mercado por exemplo com o prefixo “ECO” dando a entender que o mesmo é ecologicamente correto.

Com a adoção destas práticas acreditamos que o consumidor passará a obter informações mais claras sobre as características de produtos considerados “ecologicamente corretos” e poderão fazer a sua escolha de maneira mais consciente. Por todo exposto peço o apoio para a aprovar esta proposta.

Sala de sessões, 16 de março de 2016.

Deputada CLARISSA GAROTINHO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI N° 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

.....
TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR
.....

.....
CAPÍTULO VII
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
.....

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 2º (VETADO).

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993*)

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. (*Parágrafo único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993*)

.....

FIM DO DOCUMENTO
