



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 3.862, DE 2004

(Do Sr. Carlos Nader)

"Dispõe sobre a comercialização de produtos combustíveis aos consumidores finais e dá outras providências."

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL-1598/2003.

APRECIAÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões - art. 24, II

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, *caput* - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - A comercialização de produtos combustíveis aos consumidores finais deverá obedecer aos dispositivos desta lei, sujeitando-se os infratores às penalidades estabelecidas, sem prejuízo das demais sanções cíveis e criminais aplicáveis.

Art. 2º - Fica assegurado ao consumidor o direito de obter informações corretas, claras, precisas e ostensivas sobre a natureza, procedência e qualidade dos produtos combustíveis comercializados nos postos revendedores.

Art. 3º - Os postos revendedores ficam obrigados a exibir, ostensivamente e nas bombas de abastecimento existentes, de maneira correta e clara, o nome, a marca e a identificação visual da empresa distribuidora fornecedora dos combustíveis de modo a assegurar ao consumidor o prévio conhecimento sobre a origem e a qualidade do produto adquirido.

Art. 4º - A empresa distribuidora somente poderá fornecer produtos combustíveis a postos revendedores, desde que os mesmos exibam, aos consumidores o seu nome, a sua marca e a sua identificação visual como sendo a empresa distribuidora fornecedora do produto, de modo a evitar que o consumidor seja induzido a erro quanto à origem do produto.

Art. 5º - Os postos revendedores que exibirem a marca ou a identificação visual de determinada empresa distribuidora somente poderão comercializar combustíveis adquiridos dessa distribuidora, de modo a assegurar ao consumidor o perfeito conhecimento sobre a origem e a qualidade do produto adquirido.

§1º - Fica assegurada aos postos revendedores a opção de vincularem-se ou não à(s) empresa (s) distribuidora (s) de combustíveis, conforme dispõe a legislação em vigor.

§2º - O posto revendedor ficará dispensado de atender o disposto no "caput" deste artigo caso retire de seu estabelecimento todos os sinais indicativos da marca e da identificação visual da distribuidora a que estava vinculado.

Art. 6º - As empresas distribuidoras não poderão fornecer produtos combustíveis a postos revendedores que exibam a marca e a identificação visual de outra distribuidora.

Art. 7º - Os postos revendedores que induzirem o consumidor a erro, adquirindo, vendendo, expondo a venda, armazenando, ocultando ou recebendo para o fim de ser vendido, produto combustível sem a identificação da distribuidora fornecedora ou de distribuidora distinta daquela cuja marca ou identificação visual ostenta, ficarão sujeitos a pagamento de multa nos termos do art.57, parágrafo único, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor – Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Parágrafo Único – A multa prevista no "caput" será arbitrada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do infrator e aplicada mediante procedimento administrativo.

Art. 8º - A distribuidora que fornecer produtos combustíveis a postos revendedores que não exibam o seu nome, a sua marca e a identificação visual conforme estabelecido na art.3º desta lei, ficará sujeita ao pagamento de multa, aplicada nos termos do artigo anterior.

Art. 9º - O posto revendedor e/ou a distribuidora de combustíveis que reincidirem na prática de infração prevista na presente lei, insistindo em induzir o consumidor ao erro, terá cassada sua inscrição junto à Secretaria da Fazenda que, para a instauração do competente processo administrativo e aplicação da pena , deverá ser oficialmente comunicada.

Art. 10º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 11º - Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

O Projeto de Lei em questão coaduna-se perfeitamente com os princípios da livre iniciativa e livre concorrência consagrados no artigo 170 da Constituição Federal. É que essas liberdades não podem ser exercidas no interesse particular e comercial das empresas distribuidoras e dos postos revendedores como se ambos estivessem livres para comercializar os combustíveis como bem entendessem, no interesse exclusivo e particular das suas próprias conveniências comerciais.

Ao contrário, estas liberdades constitucionais devem ser exercidas no interesse da coletividade e, sobretudo, para assegurar ao consumidor a informação correta e clara sobre a origem e a qualidade dos combustíveis, direito básico do consumidor consagrado na Constituição Federal e no artigo 6º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor.

Assim, quando o posto revendedor, em seu estabelecimento comercial, divulgar aos consumidores a marca, cores e identificação visual de determinada fornecedora de combustíveis, deverá assegurar que os combustíveis ali comercializados obedecem à origem e à qualidade informada, de modo que, o consumidor ao dirigir-se àquele posto atraído pela marca comercial de determinada fornecedora de combustíveis de sua confiança, deve-se-lhe proporcionar a garantia de estar adquirindo combustíveis exatamente daquela fornecedora informada no estabelecimento comercial, preferida pelo consumidor entre todas as demais, como previsto no artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor.

Se o posto revendedor comercializar combustíveis cuja origem não corresponda à anunciada em seu estabelecimento comercial, estará enganado

o consumidor, assumindo feição de publicidade enganosa, tal como previsto no artigo 37,§1º do Código de Defesa do Consumidor.

Portanto, as liberdades de iniciativas e de concorrência não estarão atendendo aos fins sociais a que elas se destinam e a simples possibilidade de o consumidor ser induzido a erro, já justifica a edição da lei em questão.

Por outro lado, a identificação da empresa distribuidora fornecedora dos combustíveis nos postos revendedores, de maneira clara, correta e ostensiva, também permitirá, em caso de comercialização de combustíveis em condições inadequadas, a pronta e imediata definição da empresa responsável, garantindo uma efetiva reparação dos eventuais danos causados aos consumidores, que também constitui direito estabelecido no artigo 6º, inciso VI, do Código de Defesa do Consumidor.

Diante do aqui exposto, solicito o apoio dos nobres Pares para aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 28 de junho de 2004.

Deputado CARLOS NADER

PFL- RJ

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI**

**CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988**

**TÍTULO VII
DA ORDEM ECONÔMICA E FINANCEIRA**

Capítulo I

DOS PRINCÍPIOS GERAIS DA ATIVIDADE ECONÔMICA

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

- I - soberania nacional;
- II - propriedade privada;
- III - função social da propriedade;
- IV - livre concorrência;
- V - defesa do consumidor;

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação;

** Inciso IV com redação dada pela Emenda Constitucional nº 42, de 19/12/2003.*

VII - redução das desigualdades regionais e sociais;

VIII - busca do pleno emprego;

IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País.

** Inciso IX com redação dada pela Emenda Constitucional nº 6, de 15/08/1995.*

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.

Art. 171. (Revogado pela Emenda Constitucional nº 6, de 15/08/1995)

LEI Nº 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 III

DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciais e administrativos, com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiência;

IX - (Vetado).

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Art. 7º Os direitos previstos neste Código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e eqüidade.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

CAPÍTULO V

DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção II

Da Oferta

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

Seção III

Da Publicidade

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste Código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

§ 4º (Vetado).

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

CAPÍTULO VII **DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

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.

* *Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/05/1993.*

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 acrescentado pela Lei nº 8.703, de 06/09/1993.*

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

FIM DO DOCUMENTO