

Les règles linguistiques dans le droit de la publicité

Ana Amorim
le 29 janvier 2020 ISCAP

P.PORTO

INSTITUTO
SUPERIOR
DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO
DO PORTO

Intensive Programme
*Legal Systems and the Evolution of the
Profession: Translating and interpreting
in diversity*

20.-31.1.2020, ISCAP, P.PORTO



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union





Seja Responsável. Beba com Moderação. www.bebacomcabeca.pt

1. Cadre général du droit de la publicité
2. Règles linguistiques
 1. Première exception
 2. Seconde exception
 3. Règle générale
3. Mécanismes de sanction
4. Principe de proportionnalité
5. Droit comparé
6. Cas pratiques

1. Cadre général du droit de la publicité

2. Règles linguistiques

1. Première exception

2. Seconde exception

3. Règle générale

3. Mécanismes de sanction

4. Principe de proportionnalité

5. Droit comparé

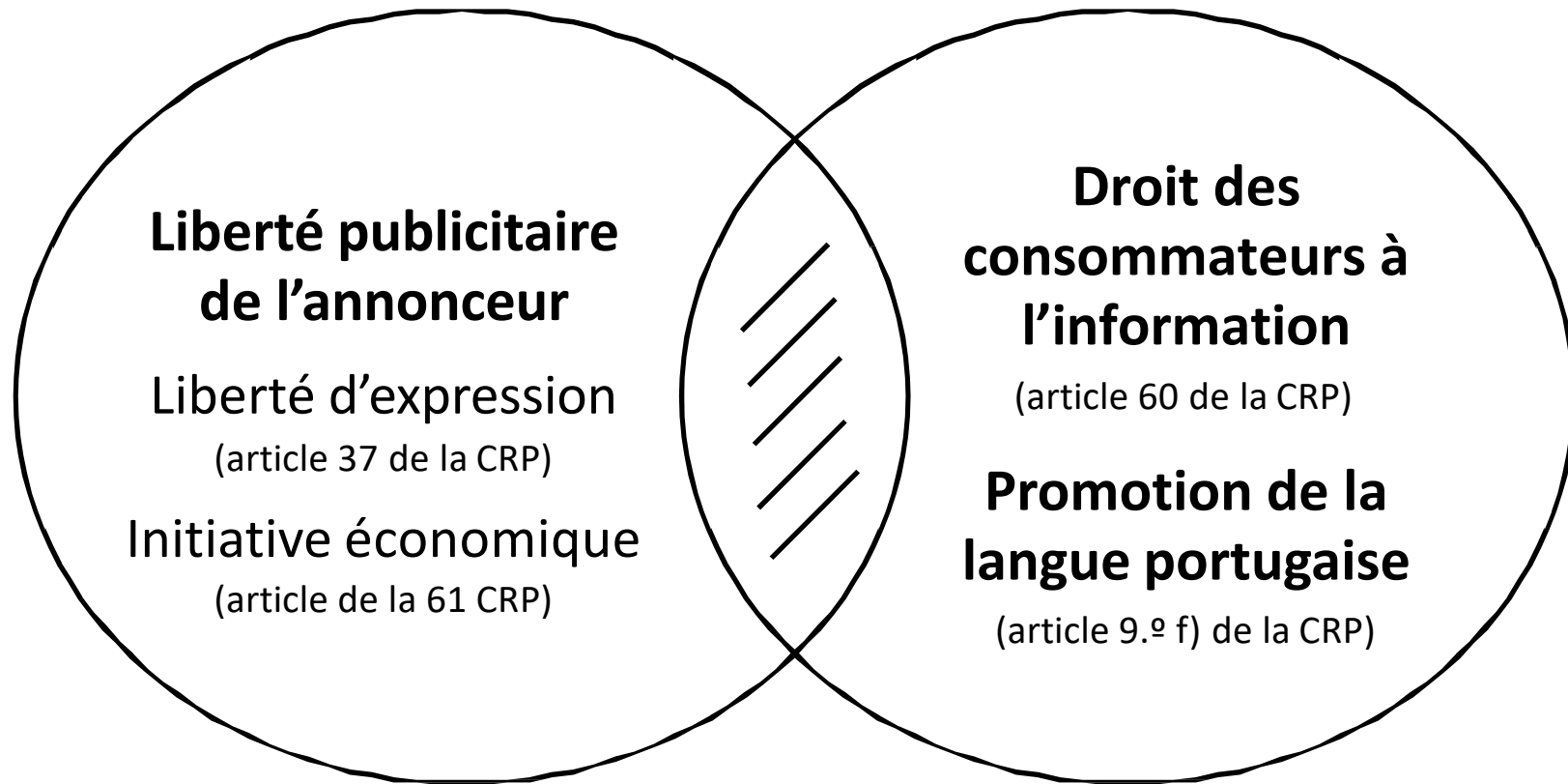
6. Cas pratiques

Article 3 du Code de la Publicité

1 - Aux fins du présent diplôme, on entend par publicité toute forme de communication effectuée par des entités à caractère public ou privé, dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, ayant pour objectif direct ou indirect de:

- a) Promouvoir, en vue de leur vente ou fourniture, tout bien ou service;
- b) Promouvoir des idées, des principes, des initiatives ou des institutions.

- supports traditionnaux: communication de masse
- marketing direct, relations publiques, parrainage
 - produit: emballage
 - Internet



**Liberté publicitaire
de l'annonceur**

Liberté d'expression
(article 37 de la CRP)

Initiative économique
(article de la 61 CRP)

**Droit des
consommateurs à
l'information**

(article 60 de la CRP)

**Promotion de la
langue portugaise**

(article 9.º f) de la CRP)

Article 6 du Code de la Publicité

La publicité est régie par les principes de légalité,
identifiabilité, véracité et respect des droits des
consommateurs.

Article 7 du Code de la Publicité

3- L'emploi de langues d'autres pays dans la publicité, même si associé à la langue portugaise, n'est autorisé que lorsque le message a des étrangers comme destinataires exclusifs ou principaux, sans préjudice des dispositions du paragraphe suivant.

4- L'emploi exceptionnel de mots ou expressions dans les langues d'autres pays est autorisé lorsque cela est nécessaire pour obtenir l'effet recherché dans la conception du message.

emploi de la langue portugaise

le message a des
étrangers comme
destinataires
exclusifs ou
principaux

la langue étrangère
est nécessaire pour
obtenir l'effet
recherché dans la
conception du
message

1. Cadre général du droit de la publicité
2. Règles linguistiques
 1. Première exception
 2. Seconde exception
 3. Règle générale
3. Mécanismes de sanction
4. Principe de proportionnalité
5. Droit comparé
6. Cas pratiques

le message a des
étrangers comme
destinataires
exclusifs ou
principaux

selon le support

- affiches à l'aéroport
- magazines de
compagnies aériennes

...

JCDcaux

SHOP-IN BEFORE YOU TAKE OFF

FAÇA O SHOP-IN ANTES DE EMBARCAR



70
SHOPS



40
RESTAURANTS

You still have time for some great shopping before boarding.

Ainda tem tempo para grandes compras antes de embarcar.

ZNZ Aeroportos de Portugal

VINCI 



BACARDÍ®

PERSONALISE YOUR GIFT

IN STORE TODAY*

**DUTY FREE
STORE**
The shopping destination

Valid until April 2nd 2019

*Personalize o seu presente hoje em loja (oferta válida até 02/04/2019)
SEJA RESPONSÁVEL BEBA COM MODERAÇÃO | PLEASE DRINK RESPONSIBLY
www.bebacomcabeca.pt



Muito mais do que vinho

SEJA RESPONSÁVEL. BEBA COM MODERAÇÃO.

A REMARKABLE MOMENT FOR YOUR NEXT TRIP

Vineyards with more
than a century of
history

TAPADA DO CHAVES



FUNDAÇÃO
EUGÉNIO
DE ALMEIDA



+351 245 201 973



geral@tapadadochaves.pt



@tapadadochaves



Tapada do Chaves, Frangoneiro, Portalegre, Portugal

* Todas as viagens precisam de uma história. As nossas vinhas centenárias são as histórias de que precisamos. Muito mais!

le message a des
étrangers comme
destinataires
exclusifs ou
principaux

selon l'objet

- tourisme
- bureau de change
- location de voitures
- langues

...



CAN'T SKIP US



visit Portugal

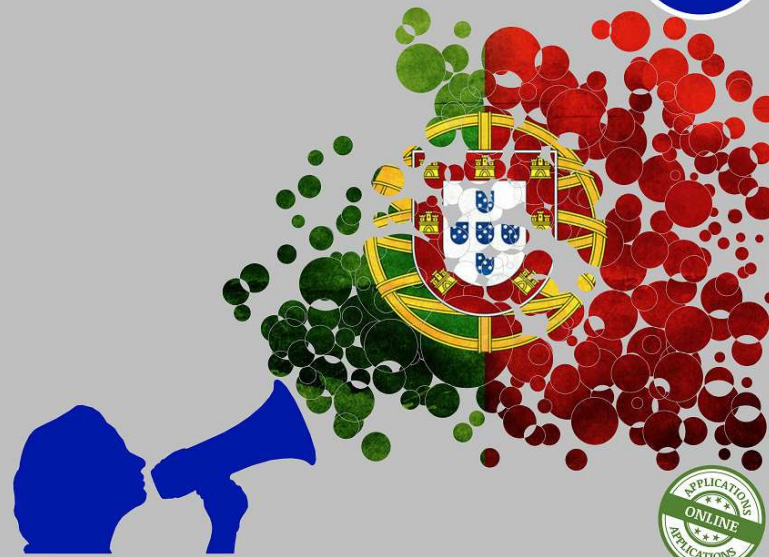
The advertisement features a scenic view of the Tower Bridge in London, with the sun casting a warm glow over the scene. In the foreground, a stack of international banknotes, including 20 Euro and 20 US Dollar bills, is prominently displayed. Below the stack is a blue UNICÂMBIO credit card with a globe graphic. The card displays the number 9234 5678 9876 5432, the name JOAO SILVA, and the UNICÂMBIO logo. To the right of the card, the text "LONDON CALLING" is written in a large, bold, black, hand-drawn font. At the bottom center, the UNICÂMBIO logo and name are enclosed in a black rectangular box.

LONDON
CALLING

UNICÂMBIO

CONTINUING TRAINING COURSE

FLUP



Portuguese for Foreigners

Courses: Intensive, Semester,
Annual and Summer

[#portuguese](#) [#course](#) [#flup](#)

UPORTO
FLUP FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE DO PORTO

Unidade de Educação Continua
uec@letras.up.pt

INSTAGRAM: comunicação gráfica de conhecimento - FLUP - 2018

Exemple - CACMEP - le 26 novembre 1997



1. Cadre général du droit de la publicité

2. Règles linguistiques

1. Première exception

2. **Seconde exception**

3. Règle générale

3. Mécanismes de sanction

4. Principe de proportionnalité

5. Droit comparé

6. Cas pratiques

dimension subjective

(introduite par le Décret-Loi n.º 275/98,
du 9 septembre 1998)

- usage d'emprunts
- jeux de mots
- plan phonétique

la langue étrangère
est nécessaire pour
obtenir l'effet
recherché dans la
conception du
message

Segunda-feira



LOADING



SUNLOVER
DRINK & SHINE



MATEUS
ROSÉ

QUANDO O CÉU
FICA ROSÉ,
QUAL GINÁSIO,
QUAL QUÊ.

drink it easy



* Beba-se facilmente

ORIGINAL WINE SOGRAPE

WINE MODERATION

Seja responsável. Beba com moderação.

A inspiração bebe-se.



cartuxa.pt

SEJA RESPONSÁVEL. BEBA COM MODERAÇÃO.



Exemple - ICAP - le 9 avril 2017



1. Cadre général du droit de la publicité

2. Règles linguistiques

1. Première exception

2. Seconde exception

3. Règle générale

3. Mécanismes de sanction

4. Principe de proportionnalité

5. Droit comparé

6. Cas pratiques

emploi de la langue portugaise

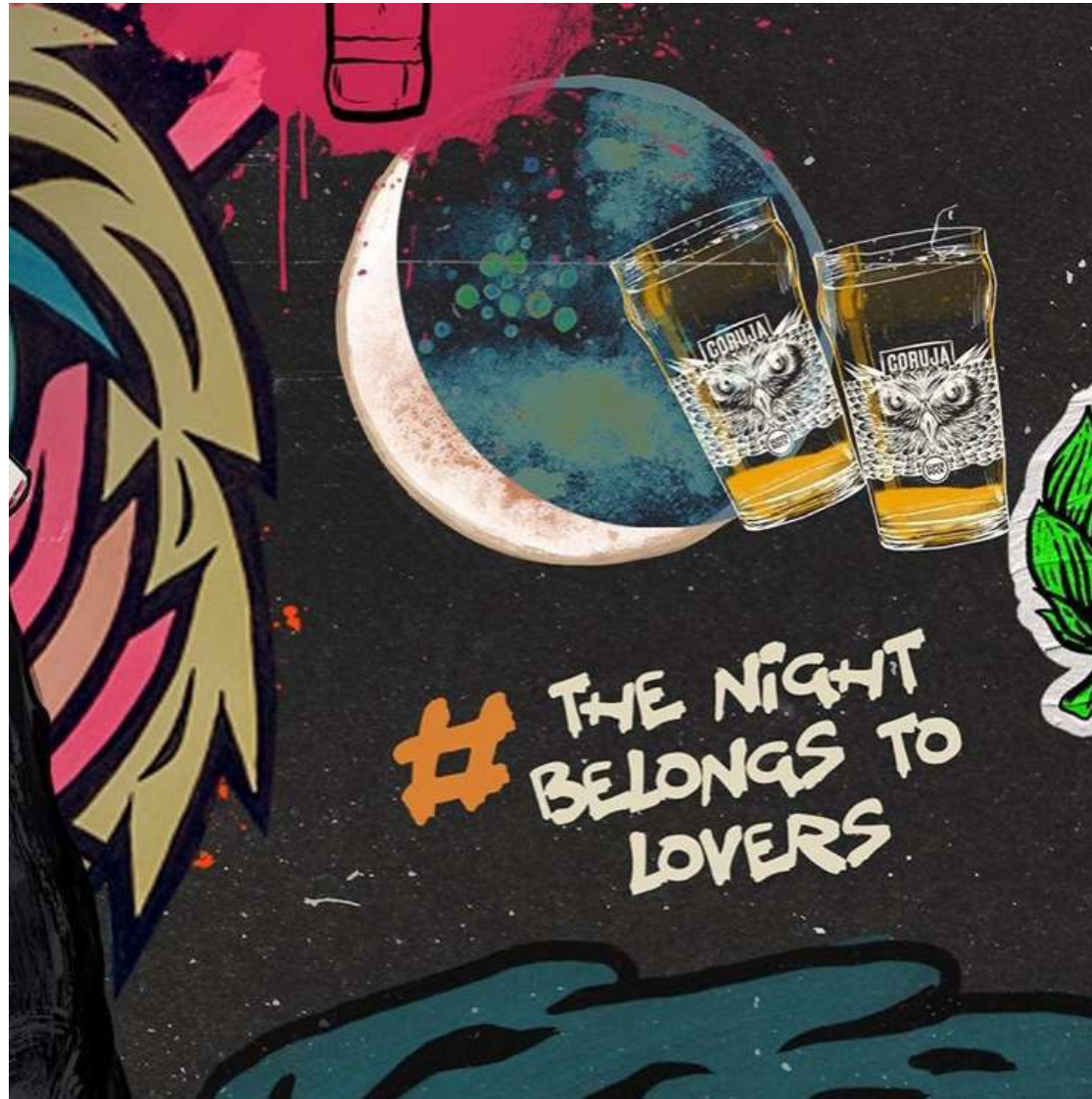
- internationalisation de l'activité économique
- pertinence du slogan dans la construction de la marque
- dimension émotionnelle et symbolique de la publicité
 - exigences de la traduction?

JAMESON
IRISH WHISKEY



**TRIPLE
DISTILLED.
TWICE AS
SMOOTH.
WHY?
TASTE,
THAT'S WHY.***

*TRIPLAMENTE DESTILADO, DUPLAMENTE SUAVE, PORQUÊ? O SABOR, É ESSA A RAZÃO.
SEJA RESPONSÁVEL, BEBA COM MODERAÇÃO, WWW.BEBACOMCABECA_PT



1. Cadre général du droit de la publicité
2. Règles linguistiques
 1. Première exception
 2. Seconde exception
 3. Règle générale
- 3. Mécanismes de sanction**
4. Principe de proportionnalité
5. Droit comparé
6. Cas pratiques

Article 34 du Code de la Publicité

1 - La violation des dispositions de cette loi constitue une infraction passible des amendes suivantes:

a) De 1750 € à 3750 € ou de 3500 € à 45 000 €, selon que l'auteur de l'infraction est une personne physique ou morale, pour violation des dispositions des articles 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 20, 20-A, 22-B, 23, 24, 25 e 25-A.

Article 36 du Code de la Publicité

L'annonceur, le professionnel, l'agence de publicité ou toute autre entité exerçant l'activité publicitaire, le titulaire du support publicitaire ou le concessionnaire respectif, ainsi que toute autre partie intervenante dans l'émission du message publicitaire, sont sanctionnés en tant qu'agents des infractions prévues au présent diplôme.

1. Cadre général du droit de la publicité
2. Règles linguistiques
 1. Première exception
 2. Seconde exception
 3. Règle générale
3. Mécanismes de sanction
- 4. Principe de proportionnalité**
5. Droit comparé
6. Cas pratiques

Article 18 Constitution de la République Portugaise

2 - La loi ne peut restreindre les droits, libertés et garanties que dans les cas expressément prévus dans la Constitution, et les restrictions devraient être limitées à ce qui est nécessaire pour sauvegarder d'autres droits ou intérêts protégés par la Constitution.



1. Cadre général du droit de la publicité
2. Règles linguistiques
 1. Première exception
 2. Seconde exception
 3. Règle générale
3. Mécanismes de sanction
4. Principe de proportionnalité
- 5. Droit comparé**
6. Cas pratiques

Loi n.º 94-665, du 4 août 1994 (France)

Article 2

Dans la désignation, l'offre, la présentation, le mode d'emploi ou d'utilisation, la description de l'étendue et des conditions de garantie d'un bien, d'un produit ou d'un service, l'emploi de la langue française est obligatoire.

Les mêmes dispositions s'appliquent à toute publicité écrite, parlée ou audiovisuelle.

Article 3

Toute inscription ou annonce apposée ou faite sur la voie publique, dans un lieu ouvert au public ou dans un moyen de transport en commun et destinée à l'information du public doit être formulée en langue française.

Loi n.º 94-665, du 4 août 1994 (France)

Article 4

Dans tous les cas où les mentions, annonces et inscriptions prévues aux articles 2 et 3 sont complétées d'une ou plusieurs traductions, la présentation en français doit être aussi lisible, audible ou intelligible que la présentation en langues étrangères.



c'est tout ce que j'aime™

i'm lovin' it™

Loi n.º 29/2005, du 29 décembre (Espagne)

Article 9

Dans les campagnes institutionnelles, l'espagnol sera utilisé et, en plus, en tenant compte de la portée territoriale de la diffusion, les langues co-officielles des communautés autonomes, en respectant la législation de la communauté autonome respective sur l'utilisation des langues officielles.

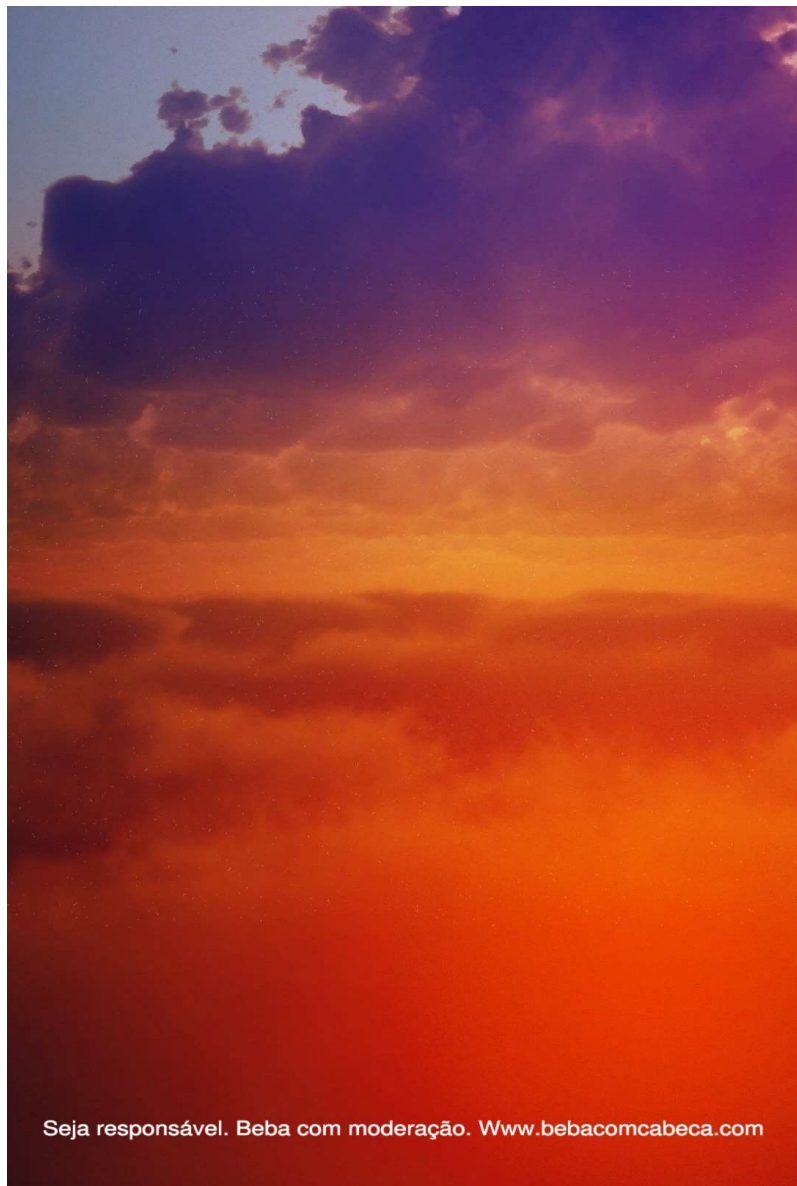
Si nécessaire, en raison de la finalité de ces activités ou de leur portée de diffusion, des langues étrangères peuvent être utilisées.

1. Cadre général du droit de la publicité
2. Règles linguistiques
 1. Première exception
 2. Seconde exception
 3. Règle générale
3. Mécanismes de sanction
4. Principe de proportionnalité
5. Droit comparé
6. Cas pratiques

emploi de la langue portugaise

le message a des
étrangers comme
destinataires
exclusifs ou
principaux

la langue étrangère
est nécessaire pour
obtenir l'effet
recherché dans la
conception du
message



Seja responsável. Beba com moderação. www.bebacomcabeca.com



MADlobos

Rent a Car



Drive with us
in Portugal!

✓ No credit card required

✓ Rates include full insurance

✓ Airport delivery & pick up possible

Address: Rua de Santa Catarina 672 - 4000-445 Porto

Tel. (00351) 93 7304126
porto@madloboscarhire.com

Please visit our website...
www.madloboscarhire.com

BPIFamily

OS SEUS PROJETOS MAIS APPY.



BPI App

Saiba mais



Grupo  CaixaBank

Merci!

aamorim@upt.pt