



澳門特別行政區立法會
Região Administrativa Especial de Macau
Assembleia Legislativa

(TRADUÇÃO)

INTERPELAÇÃO ORAL

Revisão atempada da lei e aperfeiçoamento do mecanismo de fiscalização, para apoiar o desenvolvimento saudável do sector da publicidade

A actual Lei da actividade publicitária (vulgarmente designada por Lei da publicidade) entrou em vigor em 1989, e com o desenvolvimento económico de Macau, algumas das suas disposições já não conseguem satisfazer as necessidades do desenvolvimento social e a sua aplicação enfrenta obstáculos, o que não é benéfico para o desenvolvimento saudável e a longo prazo do sector em causa.

Segundo o sector da publicidade, devido ao ambiente do mercado e às características históricas de Macau, entre outros factores, o sector tem uma forma de desenvolvimento diferente, pois mais de 90% das empresas de Macau são micro, pequenas e médias, que não conseguem investir muito em publicidade. A publicidade em Macau assenta, principalmente, em três grandes áreas: Administração Pública, sectores do jogo e turismo, e sectores segurador e imobiliário, sendo escassa a procura por parte das PME. Assim sendo, como as fontes de clientes são limitadas, o impacto da epidemia no sector da publicidade foi enorme, só agora é que este começou a recuperar lentamente, mas, na realidade, existem muitos obstáculos. A área da publicidade comercial é um mar azul, mas como a lei limita as operações, os custos indirectos são elevados, o tempo é longo, as restrições são muitas, e a eficiência é baixa, por isso, a fraqueza das marcas e dos produtos de Macau começa logo na fase da publicidade e promoção.



澳門特別行政區立法會
Região Administrativa Especial de Macau
Assembleia Legislativa

(TRADUÇÃO)

Os meios publicitários em Macau continuam a ser os tradicionais, por exemplo, jornais, painéis publicitários ao ar livre, televisão e rádio, autocarros, etc., e os meios mais populares nos últimos anos são as plataformas das redes sociais, como o Facebook, Instagram, Xiaohongshu, TikTok e WeChat. As exigências do mercado em relação à publicidade são cada vez mais elevadas quanto a respostas rápidas, flexibilidade e mutabilidade, portanto, para além de ultrapassar as limitações, o sector necessita de políticas de apoio específicas do Governo, para o apoiar a enfrentar as mudanças e os diversos desafios, e necessita ainda da articulação de vários aspectos, por exemplo, dos talentos e do mercado.

Pelo exposto, interpelo sobre o seguinte:

1. A Lei da publicidade de Macau já está em vigor há mais de 30 anos, por isso, é extremamente necessário revê-la e optimizá-la, e algumas das suas disposições têm de ser actualizadas quanto antes, porque basta a publicidade nos ecrãs LED para a lei já não corresponder à realidade, e também é extremamente necessário melhorar as normas relativas à publicidade nos telemóveis e na *internet*. As autoridades dispõem de algum plano e calendarização para a revisão da Lei da publicidade?
2. As autoridades vão ponderar reorganizar e juntar as orientações de requerimento para os diversos tipos de publicidade, para os requerentes poderem conhecer melhor os procedimentos detalhados e as formalidades?



澳門特別行政區立法會
Região Administrativa Especial de Macau
Assembleia Legislativa

(TRADUÇÃO)

Por exemplo, para requerer uma mascote para andar na rua, que requisitos e formalidades são necessários? Quais são as formalidades para requerer um “roadshow” e para a realização de sorteios e leilões? Além disso, agora há vários serviços responsáveis pelo tratamento dos respectivos requerimentos e declarações, portanto, as autoridades devem ponderar sobre a simplificação das formalidades e que seja só um serviço público a tratar disso, e devem emitir orientações escritas, para facilitar os requerimentos das empresas. Vão fazê-lo?

28 de Fevereiro de 2023

O Deputado à Assembleia Legislativa da RAEM,

Wang Sai Man