



CASP2022

Atividades coordenadas para
a segurança dos produtos

Reforço da
comunicação



Relatório
final

Índice

Índice	2
Lista de abreviaturas	2
Síntese	3
Parte 1	
1. Síntese da atividade de reforço da comunicação	4
1.1. Introdução e principais objetivos	4
1.2. Apresentação geral das AN participantes	4
2. Principais atividades e resultados	5
2.1. Âmbito da atividade	5
2.2. Abordagem de trabalho	6
2.3. Identificação de soluções e desenvolvimento de ferramentas e produtos	9
3. Conclusões	11
3.1. Comunicação interna	11
3.2. Comunicação externa	11
Parte 2	
1. O que é o CASP?	13
Funções e responsabilidades	
2. Plano de trabalho das Atividades Transversais	14
3. Síntese da abordagem das Atividades Transversais	15

Lista de abreviaturas

ABREVIATURA	DESCRIÇÃO
AEP	Atividade específica por produto
AN	Autoridade nacional
AT	Atividade transversal
CASP	Atividades coordenadas para a segurança dos produtos
CE	Comissão Europeia
DG JUST	Direção-Geral da Justiça e dos Consumidores da Comissão Europeia
EEE	Espaço Económico Europeu (UE27 + Islândia, Listenstaine, Noruega)
OE	Operador económico
UE	União Europeia

Síntese

Objetivos

O projeto no âmbito das atividades coordenadas para a segurança dos produtos (CASP) 2022 visa reforçar a segurança dos produtos no mercado único europeu através da colaboração entre todas as autoridades nacionais na União Europeia e no Espaço Económico Europeu.

A atividade do CASP2022 «Reforço da comunicação» centrou-se em dois objetivos principais:

- Fornecer às autoridades nacionais as ferramentas e orientações para uma comunicação mais eficaz a nível nacional/local, utilizando diferentes tipos de meios de comunicação social;
- Racionalizar e planear uma estratégia comum para uma melhor divulgação e utilização dos materiais de comunicação produzidos para as atividades do CASP.

Resultados

1. Documento de orientação que resume as «Abordagens comuns e as melhores práticas em matéria de comunicação do CASP»;
2. Ateliês e formação sobre o Reforço da comunicação, com os respetivos excertos de vídeo.

Conclusões e recomendações

O objetivo da atividade era melhorar os esforços de comunicação interna e externa das autoridades nacionais relacionados com a segurança dos produtos. A atividade «Reforço da comunicação» identificou necessidades específicas, desafios e boas práticas relacionadas com a utilização de ferramentas e recursos de comunicação, a fim de promover um papel mais ativo das AN em termos da produção e divulgação dos materiais de comunicação.

Comunicação interna

- As autoridades nacionais podem beneficiar muito com a partilha de experiências e materiais relacionados com a comunicação. As autoridades de menor dimensão ou as que não possuem competências específicas em matéria de comunicação podem aprender com a experiência e os recursos de outros colegas para melhorar a eficácia das suas estratégias de comunicação.
- A criação de uma rede europeia de profissionais de comunicação para a segurança dos produtos deve ser o próximo passo para criar mais ligações que permitam a colaboração em temas de comunicação.

Comunicação externa

- Com base na experiência, a abordagem concreta às campanhas de comunicação centrada em categorias de produtos ou em questões de segurança dos produtos demonstrou ser a mais eficaz.
- A fim de garantir que as campanhas de comunicação são mais eficazes e têm impacto nos consumidores de diferentes países, os recursos de comunicação devem incluir opções de associação de marcas ou de localização. De acordo com os resultados do inquérito às AN, foram identificados três potenciais domínios de colaboração:
 1. as autoridades de menor dimensão que não dispõem de um departamento de comunicação podem ser incentivadas a partilhar os recursos criativos do CASP no seu sítio Web e nas redes sociais;
 2. as autoridades de maior dimensão com acesso a um pequeno departamento de comunicação podem ser convidadas a efetuar operações de associação de marcas;
 3. as autoridades de maior dimensão com um departamento de comunicação forte podem ser recetivas a uma oferta de localização completa.

1. Síntese da atividade de reforço da comunicação

1.1. Introdução e principais objetivos

A atividade foi concebida de modo a permitir que as AN - independentemente da sua participação em atividades de comunicação nas respetivas autoridades - debatêssem várias necessidades e desafios de comunicação e partilhassem boas práticas, modelos e orientações sobre campanhas de comunicação bem sucedidas. A atividade centrou-se igualmente na promoção do intercâmbio e da cooperação entre as AN, a fim de criar e manter uma rede de profissionais de comunicação.

Os objetivos específicos da atividade são apresentados a seguir.

- Fornecer às AN as ferramentas e orientações para uma comunicação mais eficaz a nível nacional/local, utilizando diferentes tipos de meios de comunicação social;
- Racionalizar e planejar uma estratégia comum para uma melhor divulgação e utilização dos materiais de comunicação produzidos para as atividades do CASP.

1.2. Apresentação geral das AN participantes

Participaram na atividade «Reforço da comunicação» 17 AN de 13 Estados-Membros diferentes, conforme ilustrado na tabela seguidamente apresentada.

ESTADO	AN
Alemanha	Ministério do Ambiente e Proteção do Consumidor Saarland
	Governo Distrital de Düsseldorf
	Governo Distrital de Detmold
Áustria	Ministério Federal dos Assuntos Sociais, Saúde, Cuidados e Proteção dos Consumidores
Bulgária	Comissão para a Proteção do Consumidor
Chéquia	Ministério da Indústria e Comércio
	Autoridade Checa de Inspeção do Comércio
Chipre	Departamento de Inspeção do Trabalho, Ministério do Trabalho, do Bem-Estar e da Segurança Social
Estónia	Autoridade Reguladora Técnica e de Proteção do Consumidor
Finlândia	Instituto Finlandês do Ambiente
França	Direção-Geral da Política da Concorrência, Consumo e Controlo de Fraudes
	Serviço de Monitorização de Veículos e Motores - Ministério da Transição Ecológica e Coesão Territorial/Ministério da Transição Energética
	Comissão de Concorrência e Proteção do Consumidor
Irlanda	Comissão de Concorrência e Proteção do Consumidor
Letónia	Centro de Proteção dos Direitos dos Consumidores
Lituânia	Autoridade Estatal de Proteção dos Direitos do Consumidor
Luxemburgo	Instituto Luxemburguês de Normalização, Acreditação, Segurança e Qualidade de Bens e Serviços (ILNAS) - Departamento de Vigilância do Mercado
Polónia	Gabinete da Concorrência e Proteção do Consumidor

2. Principais atividades e resultados

2.1. Âmbito da atividade

O âmbito da atividade «Reforço da comunicação» consistiu em fornecer às AN orientações e ferramentas para comunicarem de forma mais eficaz a nível nacional/local e para assumirem um papel mais ativo na produção e divulgação de materiais de comunicação externa. Ao longo da atividade, as AN também salientaram a necessidade de compreender melhor e trocar informações sobre a estrutura institucional e o trabalho dos seus colegas noutros países da UE/EEE. Foi elaborado um inquérito para as AN com o objetivo de fazer um levantamento mais aprofundado das competências das AN e permitir uma melhor interligação e colaboração das mesmas.

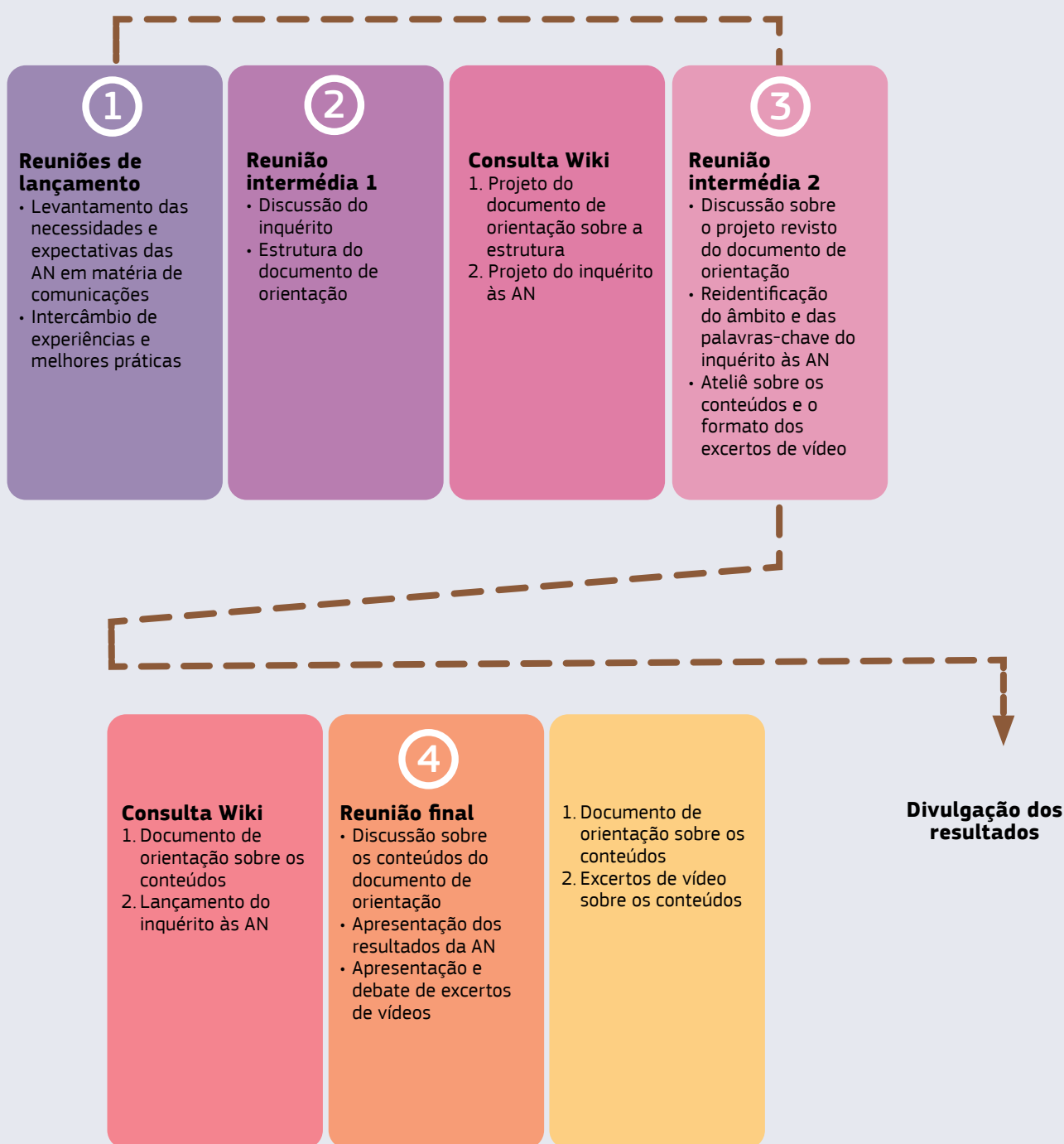
Os resultados do inquérito às AN constituíram um ponto de partida para o desenvolvimento de ferramentas e estratégias a incluir no documento de orientação, ao passo que um ateliê interativo sobre as necessidades de comunicação permitiu às AN dar prioridade a temas para o desenvolvimento de excertos de vídeo destinados a apoiar e reforçar os esforços de comunicação diários das AN.



2.2. Abordagem de trabalho

A elaboração dos excertos de vídeo e do documento de orientação foi levada a cabo em estreita colaboração com as AN para garantir que os debates sobre os desafios e as potenciais soluções estavam em conformidade com as suas prioridades e necessidades.

Figura 1 - Abordagem de trabalho



O trabalho realizado durante a atividade é resumido na tabela seguinte:

Tabela 1 - Resumo da atividade «Reforço da comunicação»

<p>Antes da atividade</p> <ul style="list-style-type: none"> • Foi realizada uma entrevista de definição do âmbito com os responsáveis da Direção-Geral da Justiça e dos Consumidores da Comissão Europeia (DG JUST) • Foi lançado um inquérito preparatório para compreender melhor as expectativas das AN, o seu nível atual de conhecimentos e as abordagens em matéria de comunicação
<p>Reuniões de lançamento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Levantamento das necessidades e expectativas das AN em matéria de comunicações • Intercâmbio de experiências e melhores práticas <ul style="list-style-type: none"> - Mesa redonda sobre oportunidades de colaboração no projeto CASP - Mesa redonda sobre os resultados do projeto (p. ex., excertos de vídeo e documento de orientação)
<p>Reunião intermédia 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Discussão do inquérito • Estrutura do documento de orientação <ul style="list-style-type: none"> - Apresentação de ferramentas para recursos criativos e partilha de experiências - Discussão das opções de localização dos recursos criativos - Apresentação do quadro e dos instrumentos comunitários de fiscalização do mercado e de segurança dos produtos <p>Documento de orientação</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sessões de discussão e feedback sobre o projeto de estrutura do documento de orientação <p>Inquérito às AN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apresentação do projeto de inquérito às AN
<p>Entre a reunião intermédia 1 e a reunião intermédia 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feedback sobre o projeto de inquérito às AN • Discussão do projeto de estrutura do documento de orientação
<p>Reunião intermédia 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Discussão sobre formas de melhorar a produção de recursos de comunicação • Exploração mais aprofundada das formas de melhorar a comunicação interna e externa • Partilha de campanhas anteriores das AN e de recursos de comunicação <p>Documento de orientação</p> <ul style="list-style-type: none"> • Discussão sobre o projeto revisto do documento de orientação <p>Excertos de vídeo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ateliê sobre os conteúdos e o formato dos excertos de vídeo <p>Inquérito às AN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reidentificação do âmbito e das palavras-chave do inquérito às AN

Entre a reunião intermédia 2 e a reunião final

- Lançamento e distribuição do inquérito às AN em toda a UE/EEE
- Continuação do desenvolvimento do documento de orientação com base nos contributos e reações das AN

Reuniões finais

- Sessões de apresentação e discussão/feedback sobre os resultados da atual atividade de reforço da comunicação de 2022
- Debates sobre o futuro formato da rede de reforço da comunicação¹
- Apresentação sobre a abordagem de comunicação do CASP2022

Documento de orientação

- Discussão sobre a versão revista do documento de orientação

Excertos de vídeo

- Apresentação da seleção final de três excertos de vídeo²

Inquérito às AN

- Apresentação dos resultados do inquérito às AN

Após a reunião final

Partilha de boas práticas/campanhas de comunicação entre as AN na plataforma Wiki



¹ Ligação para a nova página Wiki relativa ao reforço da comunicação (é necessário iniciar sessão através do EU Login):

<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/pages/viewpage.action?spaceKey=ProductSafety&title=COMMUNICATION+ACTIVITIES>

² O grupo de trabalho selecionou cinco temas. Os conteúdos dos três primeiros temas foram apresentados e aprovados durante a reunião final. Os restantes dois temas ainda estão a ser trabalhados e serão apresentados mais tarde através da plataforma Wiki do CASP2022.

2.3. Identificação de soluções e desenvolvimento de ferramentas e produtos

Documento de orientação

Ao longo da atividade, foi elaborado, em estreita coordenação com as AN, um documento de orientação que resume as «abordagens comuns e as melhores práticas de comunicação do CASP». O documento tem como objetivo fornecer orientações e ferramentas sobre a forma de reforçar a comunicação interna e externa das AN, bem como incentivar a sua coordenação ativa no desenvolvimento e divulgação de materiais de comunicação.

O documento de orientação identifica as possibilidades de as AN combinarem os seus esforços de comunicação, a fim de reforçar a colaboração entre as AN, bem como entre estas e a DG JUST. Inclui várias formas através das quais as AN a nível nacional e europeu podem melhorar a qualidade e a eficácia das mensagens de comunicação dirigidas aos consumidores e aos OE no mercado único. A criação de uma rede europeia de profissionais de comunicação sobre segurança dos produtos, identificada como a etapa seguinte durante a atividade, permitirá, além disso, que as AN continuem a partilhar experiências e recursos criativos no futuro.

Inquérito às AN

Durante a atividade, as AN manifestaram um forte desejo de compreender melhor e trocar informações sobre a organização, as competências e o trabalho de comunicação dos seus colegas de outros países da UE/EEE. A fim de melhorar a comunicação e a coordenação entre as AN e entre a DG JUST e as AN, foi elaborado e lançado um inquérito junto das AN da UE/EEE. Responderam ao inquérito 69 AN de 23 países da UE/EEE. Os principais resultados deste inquérito encontram-se destacados no documento de orientação para facilitar a interligação e colaboração das AN com os seus homólogos relevantes. Além disso, com base nas respostas ao inquérito, podem ser definidos três níveis de colaboração no que respeita às campanhas de comunicação externa, tal como indicado na *Figura 2*.

Figura 2 - Inquérito às AN - níveis de colaboração

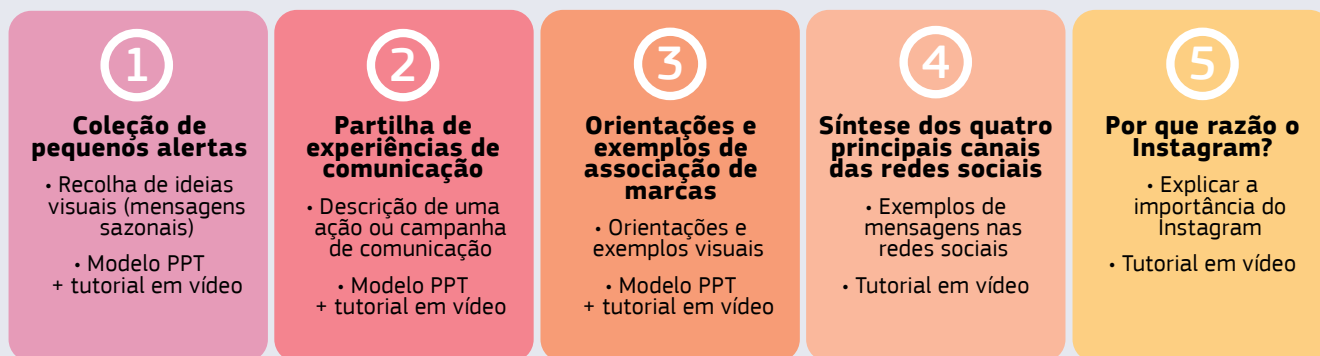


Ateliê sobre excertos de vídeo

Para além do documento de orientação, a atividade visava produzir excertos de vídeo sobre temas de comunicação destinados a ajudar as AN a identificar possibilidades de combinar esforços de comunicação e melhorar a qualidade

e a eficácia dos seus recursos de comunicação. Um ateliê interativo no Mural resultou numa seleção final de cinco tópicos que servirão de foco principal para a criação de consciência de marca e a promoção de materiais de comunicação.

Figura 3 - excertos de vídeo



Foram elaborados um modelo e um tutorial em vídeo sobre a criação de pequenos alertas relativos a temas e ocasiões específicos para permitir que as AN produzissem rapidamente mensagens de comunicação direcionadas quando necessário. Foi produzido outro modelo e um tutorial para permitir que as AN partilhassem a sua experiência e as lições aprendidas com as campanhas, a fim de permitir que outras AN se pudessem inspirar e obter informações a partir dos êxitos e dos fracassos das campanhas.

Em conformidade com o pedido das AN de permitir opções para adaptar os recursos de comunicação às suas próprias campanhas, foi criado um tutorial em vídeo que incluía

orientações para a associação de marcas. Foram igualmente preparados exemplos e um modelo para facilitar a associação de marcas relativamente aos materiais de comunicação do CASP disponíveis.

Por último, dois excertos de vídeo centram-se na utilização das redes sociais para a comunicação, que foi identificada como uma das principais tendências e desafios para as AN ao longo da atividade. Enquanto um tutorial apresenta os principais canais das redes sociais e propõe exemplos de mensagens eficazes comunicadas através das redes sociais, o outro vídeo centra-se no Instagram como um canal importante a incluir nas campanhas de comunicação.



3. Conclusões

3.1. Comunicação interna

Variedade de competências e de conhecimentos de comunicação das AN

A estrutura, a organização e as competências das AN variam muito - o mesmo se aplica aos departamentos de comunicação das AN, de acordo com o levantamento relativo às AN, que resultou nas seguintes conclusões:

- Poucas AN participantes referem ter um grande departamento de comunicação;
- algumas AN participantes dispõem de um pequeno departamento com poucos funcionários;
- outras estão na dependência de um serviço central do ministério a que pertencem;
- metade das AN participantes não dispõe de um serviço de comunicação.

Uma rede europeia de profissionais de comunicação para a segurança dos produtos

As AN podem beneficiar muito com a partilha de experiências e materiais relacionados com a comunicação. As AN de menor dimensão ou as que não possuem competências específicas em matéria de comunicação podem aprender com a experiência e os recursos de outros colegas para melhorar a eficácia das suas estratégias de comunicação. A fim de melhorar a situação atual e de continuar o intercâmbio e a colaboração sobre temas de comunicação no futuro, foi criada uma rede europeia de reforço da comunicação para a segurança dos produtos. Para mais informações, contactar JUST-B4@ec.europa.eu.

- A página Wiki relativa às atividades de comunicação está disponível na seguinte ligação: [ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO - Segurança dos produtos para os consumidores da UE - Extranet Wiki da CE \(europa.eu\)](#) (para aceder, é necessário iniciar sessão através do EU Login).

3.2. Comunicação externa

Abordagem temática centrada em categorias de produtos ou questões de segurança dos produtos

Várias AN sublinham a sua experiência no terreno e afirmam que as ações de comunicação são mais eficazes quando estão relacionadas com questões de uma determinada categoria de produtos. Por exemplo, é mais fácil envolver os pais de bebés falando com eles sobre problemas relacionados com artigos de puericultura ou brinquedos. Eis alguns exemplos desta abordagem temática:

- Na Irlanda, foram destruídas várias toneladas de brinquedos perigosos. A Comissão de Concorrência e Proteção do Consumidor utilizou imagens impressionantes para comunicar sobre a segurança dos brinquedos, o que mereceu uma grande cobertura por parte dos meios de comunicação social locais. Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=AXezLVIQmw0>.
- Na Letónia, na sequência da notícia de que sete crianças tinham sido hospitalizadas após terem ingerido ímanes, o PTAC produziu materiais de comunicação para campanhas de segurança sobre brinquedos com ímanes e pilhas de botão (<https://www.ptac.gov.lv/lv/rotallietu-drosums>).
- Em França, a DGCCRF sensibiliza os consumidores e os meios de comunicação social para os produtos perigosos através de relatórios sobre ensaios de grupos de produtos. Ver (por exemplo): <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/securite-des-objets-electriques-des-taux-de-non-conformite-et-de-dangerosite-trop-elevés>.
- Na Lituânia, quando o VVTAT começou a publicar informações sobre produtos perigosos nas suas redes sociais, o número de seguidores aumentou muito rapidamente, para cerca de 5 000. <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/display/casp2022/2.1.5+Creative+assets+and+communication+material>

Opções de associação de marcas e localização de recursos criativos

A fim de garantir que as campanhas de comunicação são mais eficazes e têm mais impacto junto dos consumidores nacionais, os recursos de comunicação devem incluir opções de associação de marcas ou de localização.

A **associação de marcas** consiste na inclusão do logótipo da AN parceira nos recursos criativos do CASP. Também é possível inserir um apelo à ação específico para a AN parceira (por exemplo, uma ligação para um sítio Web local). Trata-se de uma oportunidade para reforçar a presença da AN parceira, utilizando simultaneamente os recursos criativos do CASP.

A **localização** implica uma colaboração mais intensa. A AN parceira receberá os recursos criativos em partes (imagens, logótipos, modelos de layout, vídeo editável, etc.). A AN parceira poderá então adaptar as mensagens do CASP ao contexto local e ao planeamento local.

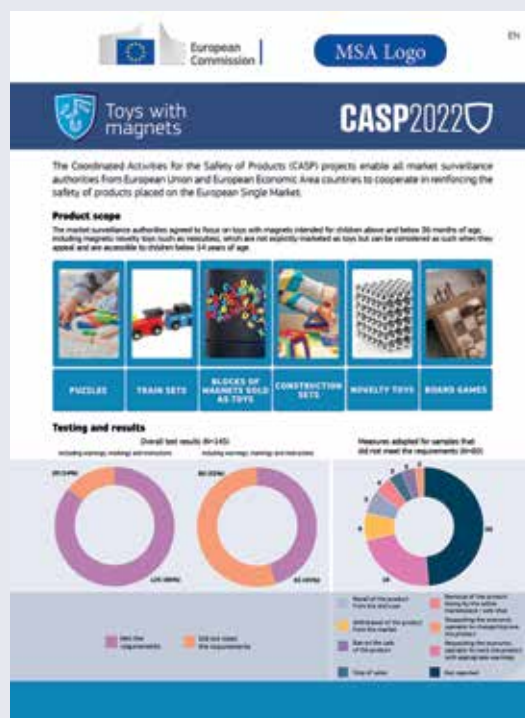
De acordo com os resultados do inquérito às AN, foram identificados três potenciais domínios de colaboração:

1. as AN de menor dimensão que não dispõem de um departamento de comunicação podem ser incentivadas a partilhar os recursos criativos do CASP no seu sítio Web e nas redes sociais;
2. as AN de maior dimensão com acesso a um pequeno departamento de comunicação podem ser convidadas a efetuar operações de associação de marcas;
3. as AN de maior dimensão com um departamento de comunicação forte podem ser recetivas a uma oferta de localização completa.

Exemplo de um programa anterior do CASP



Exemplo de uma ficha informativa com associação de marcas



1. O que é o CASP?

As atividades coordenadas para a segurança dos produtos (CASP) permitem que as autoridades nacionais dos países da União Europeia / Espaço Económico Europeu cooperem e reforcem a segurança dos produtos colocados no mercado único.

As CASP2022 incluem quatro atividades transversais e seis atividades específicas por produto.

As **atividades transversais** são um fórum para as autoridades nacionais trocarem ideias e boas práticas. Sob a orientação de um perito técnico, desenvolvem abordagens, procedimentos e ferramentas práticas comuns para a fiscalização do mercado.



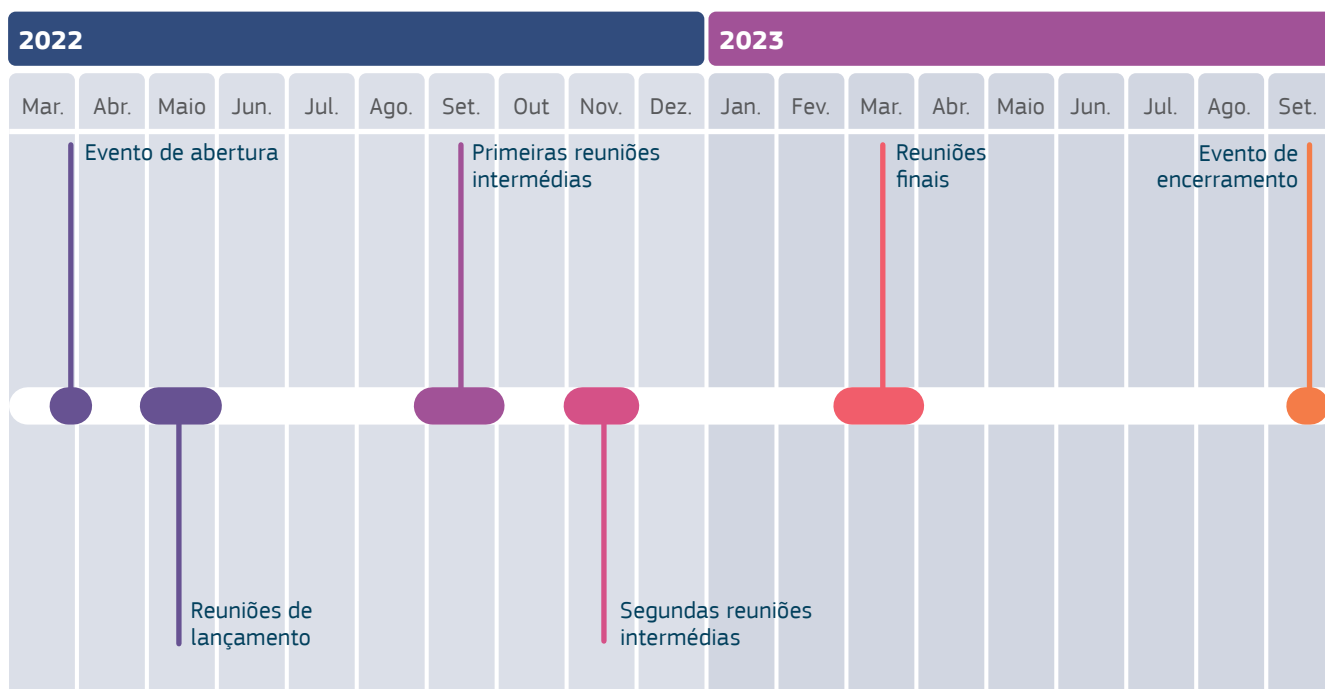
As **atividades específicas por produto** realizam ensaios a diferentes tipos de produtos que possam representar um risco para os consumidores. Os produtos são selecionados e recolhidos pelas autoridades nacionais envolvidas e são examinados através de um plano de ensaios acordado em conjunto.



Funções e responsabilidades



2. Plano de trabalho das Atividades Transversais



Desenvolvimento de plano de comunicação.	Atividades de comunicação (comunicação interna na Wiki, elaboração de materiais de comunicação externa).		
ARRANQUE	TRABALHO NO TERRENO	RELATÓRIOS	COMUNICAÇÕES EXTERNAS
Investigação documental	Investigação adicional sobre os temas definidos durante as reuniões de lançamento	Reuniões finais – apresentação dos resultados finais	Lançamento da campanha de comunicação
Tirar conclusões iniciais	Validação final das abordagens das atividades	Validação e discussão das lições aprendidas	
Aperfeiçoar objetivos	Realização de reuniões intermédias, integrar contributos	Elaboração dos relatórios finais	
Reuniões de lançamento – a refinar abordagens	Finalização de documentos de trabalho/orientação e produção de ferramentas de partilha de conhecimento	Divulgar	Avaliação do impacto



3. Síntese da abordagem das atividades transversais

0

Processo pré-CASP

- A DG JUST realizou um exercício de definição de prioridades para a seleção dos temas de interesse comum das autoridades nacionais.
- As atividades transversais das CASP2022 foram selecionadas através de uma consulta organizada pela DG JUST e refletem o interesse atual em matéria de fiscalização do mercado em linha, metodologias de avaliação dos riscos, reforço da comunicação e mercados de rua.

1

Recolha e análise de dados

- Utilizando várias ferramentas, como pesquisas, entrevistas e investigação documental, a entidade contratante recolheu as informações essenciais necessárias.
- Os resultados foram analisados para identificar necessidades, lacunas e desafios.
- Os objetivos e o plano de trabalho do projeto foram ainda mais aperfeiçoados e partilhados na plataforma interna Wiki, juntamente com os resultados da pesquisa inicial.

2

Reuniões de lançamento

- As autoridades nacionais participantes debateram os objetivos e os resultados durante a reunião de lançamento de cada atividade transversal.
- Com base nos resultados da investigação documental e na recolha de dados, a abordagem foi ainda mais refinada.
- Após a reunião, foram partilhados documentos de trabalho na plataforma Wiki, onde as autoridades nacionais tiveram a possibilidade de trocar opiniões.

3

Reuniões intermédias

- O progresso de cada atividade foi apresentado durante duas reuniões intermédias e as autoridades nacionais avançaram com os vários documentos de orientação com a ajuda do perito do domínio relevante.
- Devido à complexidade do tema, foi realizada uma terceira reunião intermédia para a atividade de fiscalização do mercado em linha.

4

Conclusões, recomendações e relatórios

- Durante as reuniões finais, as autoridades nacionais validaram a versão final dos documentos relevantes, discutiram as lições aprendidas e possíveis conhecimentos de cada atividade transversal.
- São fornecidos documentos de trabalho/orientação e outras ferramentas de partilha de conhecimento a todas as autoridades para ajudar a colocar as aprendizagens em prática.

5

Comunicações externas

As atividades de comunicação externa foram lançadas no evento de encerramento, marcando o início de uma campanha de informação pan-europeia de 2 a 3 semanas.

Ferramentas

Os relatórios finais de cada atividade transversal e do projeto CASP2022 são produzidos como um todo. Estão disponíveis em todas as línguas oficiais da UE, além do norueguês e islandês e foram divulgados a todas as autoridades nacionais.

Canais

O material de comunicação é divulgado utilizando:

- [A página Web EC CASP](#)
- Os canais de comunicação nacionais das autoridades nacionais
- A imprensa relevante e outras partes interessadas

COMISSÃO EUROPEIA

Directorate-General for Justice and Consumers
Directorate Consumers
Unit E.4 Product Safety and Rapid Alert System
Email: JUST-RAPEX@ec.europa.eu

A Comissão Europeia não é responsável, em caso algum, pelas eventuais consequências da reutilização desta publicação.

© União Europeia, 2023

A política de reutilização dos documentos da Comissão Europeia é regida pela Decisão 2011/833/UE da Comissão, de 12 de dezembro de 2011, relativa à reutilização de documentos da Comissão (JO L 330 de 14.12.2011, p. 39). Salvo indicação em contrário, a reutilização do presente documento é autorizada ao abrigo da licença «Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0)» da Creative Commons (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Tal significa que a reutilização é autorizada desde que seja feita uma menção adequada da origem do documento e que sejam indicadas eventuais alterações.

Para qualquer utilização ou reprodução de elementos que não sejam propriedade da União Europeia, pode ser necessário obter autorização diretamente junto dos respetivos titulares dos direitos.

Estão disponíveis informações sobre a União Europeia em todas as línguas oficiais no sítio Europa:
https://europa.eu/european-union/index_pt



Serviço das Publicações
da União Europeia

Luxemburgo: Serviço das Publicações da União Europeia, 2023
PDF ISBN 978-92-68-03820-8 doi: 10.2838/24284 DS-03-23-176-PT-N