

RISKFEATURES

Responsabilidade Civil Geral: 22 – Controles de Publicidade de Responsabilidade Civil
Maio 2013

CONTROLES DE PUBLICIDADE DE RESPONSABILIDADE CIVIL

Controles de publicidade são os processos postos em prática para gerenciar as atividades do segurado no que se refere a publicidade. Controles típicos para gerenciar exposições de publicidade de responsabilidade civil incluem uma revisão legal documentada de todos os materiais de publicidade, Investigação sobre eventuais infracções aos direitos de propriedade intelectual (IP), treinamento de conscientização de exposições relativas aos direitos de autor / violação de marca registrada, calúnia, difamação, seleção de renomados fornecedores para publicidade.

O QUE PROCURAMOS?

Exposições

- Falta de controle editorial e procedimentos de revisão judicial.
- Nenhum ou baixo controle sistemático para prevenir violação de direitos autorais ou marcas registradas.
- Prática de proteção de dados fraca.

Controles

- Revisão legal de todo material publicado / produzido.
- Política formal rigorosa sobre as questões de direitos autorais.
- Monitoramento do e-mail, e controles do conteúdo de TI.
- Treinamento de conscientização para riscos de responsabilidade civil em mídia eletrônica.

IDEIAS PARA MELHORIA DO RISCO

- Desenvolver um programa de conscientização para identificar prováveis exposições e suas respectivas precauções.
- Processo de seleção de empresas terceiras deve incluir uma avaliação de publicidade dos fornecedores e revisão legal de material.

FONTES

Fontes Úteis

- Advertising Standards Authority, UK: <http://www.asa.org.uk/>
- Advertising Standards Bureau, Australia: <http://www.advertisingstandardsbureau.com.au/>
- U.S. Federal Trade Commission: <http://www.ftc.gov/>

Normas

- British Code of Advertising, Sales Promotion & Direct Sales Marketing 2003 (CAP Code).

Zurich Insurance Group Ltd.
Mythenquai 2 CH-8022 Zurich – Switzerland
www.zurich.com

A informação constante do presente documento foi recolhida e compilada a partir de fontes tidas como credíveis e fidedignas. Não obstante, o Zurich Insurance Group Ltd. ou as suas subsidiárias (doravante designados de “Zurich”) não assumem, explícita ou implicitamente, qualquer tipo de responsabilidade relativamente à sua precisão, rigor e completude. Alguma da informação constante no presente poderá, no momento da consulta, estar desatualizada pelo que não dispensa a consulta da literatura mais recente sobre a matéria.

A informação constante deste documento encontra-se relacionada com serviços de avaliação de risco / análise de risco e pretende dar uma visão geral do tipo de serviços disponíveis para determinados Clientes. Este documento não pretende resumir coberturas, serviços ou programas de seguros, tal como não procede à revisão ou alteração de qualquer contrato, oferta, cotação ou qualquer outra documentação relativa a contrato pré-existent.

A Zurich e os seus Colaboradores não assumem qualquer tipo de responsabilidade decorrente da utilização ou confiança depositada na informação ou procedimentos contidos no presente documento. A Zurich e os seus Colaboradores não garantem qualquer tipo de resultado porquanto podem existir circunstâncias nas instalações ou organização do Cliente a que a Zurich não tenha tido acesso. O Cliente detém o poder de decisão no que toca à mitigação do risco do seu negócio, porquanto conhece melhor do que ninguém o seu negócio e a sua organização. A Zurich pretende assisti-lo disponibilizando informação e instrumentos aptos a avaliar o seu ambiente de risco, que se encontra em constante evolução.

Nos Estados Unidos da América, os serviços de avaliação de riscos são disponibilizados pela Zurich Services Corporation e no Canadá pela Zurich Risk Services, noutros países do mundo os serviços de avaliação de risco são prestados pela respetiva subsidiária do Zurich Insurance Group, nos termos da respetiva autorização para o exercício da atividade.

