



## FÓRUM NACIONAL ÁLCOOL E SAÚDE

### FORMULÁRIO DE SUBMISSÃO

TÍTULO DO CAMPO	
Data de submissão	14-03-2014
NOME DA ORGANIZAÇÃO AUTORA DO COMPROMISSO	ACIBEV – Associação de Vinhos e Espirituosas de Portugal
TÍTULO DO COMPROMISSO	Vinho Com Moderação by ACIBEV
SUMÁRIO DO COMPROMISSO	<p>O programa Vinho com Moderação by ACIBEV, pretende contribuir para a implementação em Portugal do programa europeu “Wine in Moderation, Art de Vivre” do Sector Europeu do Vinho, considerado um dos melhores programas apresentados no Fórum Europeu Álcool e Saúde.</p> <p>O Programa trabalha para promover o consumo responsável como uma norma cultural/social, de modo a prevenir e reduzir o abuso e os malefícios relacionados com o álcool. O objectivo é educar jovens e adultos, ajudando-os a tomar decisões responsáveis acerca do consumo, em cooperação com as autoridades competentes e outros interessados. Ao mesmo tempo pretende-se preservar o lugar cultural, ambiental e económico do vinho na sociedade europeia.</p> <p>O WIM tem por base a divulgação de uma mensagem equilibrada sobre os benefícios de um consumo moderado de vinho e os riscos do abuso. Através deste programa o sector de vinho pretende informar e educar os consumidores de vinho provocando uma mudança cultural e assegurando o legítimo futuro do vinho</p>
PONTO DE CONTACTO PARA O COMPROMISSO*	
Último nome / Primeiro nome	ALVES, Ana Isabel
Função na organização	Secretária Geral
Endereço/ Número /Código Postal/ Cidade	Largo do Carmo, 15-1º, 1200-092 Lisboa
E-mail	aialves@acibev.pt
INFORMAÇÃO RESPEITANTE AO CO-RESPONSÁVEL DO COMPROMISSO NO FÓRUM - assinalar com (X) as que não forem membros do Fórum	
Nome da(s) Instituição(ões) :	
INFORMAÇÃO SOBRE O COMPROMISSO*	
Data de início	01-05-2014
Data do final	01-05-2015
Data prevista para o relatório intermédio	31-12-2014
Data prevista para o relatório final	30-06-2015
Atividades do compromisso	<p><b>Atividade 1:</b> Campanhas publicitárias na TV - exibição do filme de 30 segundos do Wine In Moderation (<a href="http://www.youtube.com/watch?v=HuGUZ_QmjZA">http://www.youtube.com/watch?v=HuGUZ_QmjZA</a>) nas televisões portuguesas nos períodos do Natal/Ano Novo e Páscoa</p> <p><b>Atividade 2:</b> Conferência “Vinho com Moderação” que irá decorrer no âmbito da realização da 12ª edição do ESSÊNCIA DO VINHO – PORTO, no Palácio da Bolsa, previsto em Fevereiro de 2015</p>

	<b>Atividade 3:</b> Conferência “Vinho com Moderação” que irá decorrer no âmbito da realização do 15º Encontro com o Vinho e Sabores promovido pela Revista de Vinhos, no Centro de Congressos de Lisboa, previsto em Novembro 2014.	
<b>Tipo de atividades do compromisso:</b>	- Informação ao consumidor	X
	- Atividades no âmbito dos <i>media</i>	X
	- Sessões de Sensibilização	X
	- Programas de Intervenção Continuada	<input type="checkbox"/>
	- Formação	<input type="checkbox"/>
	- Investigação/Produção Científica	<input type="checkbox"/>
	- Comunicação comercial	X
	- Aconselhamento	<input type="checkbox"/>
	- Tratamento	<input type="checkbox"/>
	- Fiscalização	<input type="checkbox"/>
- Outros	<input type="checkbox"/>	
<b>Grupo Alvo</b> (colocar uma cruz no grupo alvo e clarificar as ações que lhe são dirigidas colocando o numero das mesmas à frente do grupo)		Atividades
	Sem Grupo Alvo definido	
	Mulheres Gravidas	
	Crianças até aos 9 anos	
	Pré-adolescência e Adolescência	
	Jovens entre os 18 e os 25 anos	x 1
	Adultos 25 e os 64	X 1
	Adultos acima dos 65	
Trabalhadores (contexto laboral)		
Técnicos (profissionais de diferentes áreas)	X 2 e 3	
Pessoas com PLA		
Outros. Quais?		
<b>Contexto de Intervenção</b>	Ambiental	
	Comercial	X
	Comunitário	
	Desportivo	
	Escolar	
	Familiar	
	Laboral	
	Recreativo	
	Rodoviário	
	Saúde	
	Universitário	
	Virtual	
Outro. Qual _____		
<b>Âmbito do compromisso *</b>	Internacional / Nacional	

INFORMAÇÃO E MONITORIZAÇÃO*		
<b>Objetivos *</b>	Metas a atingir: - Atingir um número de GPRS equivalente a 2013 - Aumentar o número de aderentes ao Programa WIM em 10% - Mobilizar os profissionais do vinho e “stakeholders” de relevo diretamente relacionados com os objectivos do Programa Vinho com Moderação em 10%	
<b>Relevância *</b>	<b>Diminuir a prevalência</b> na população portuguesa do <b>padrão de consumo binge</b> <b>Diminuir a prevalência de estados de embriaguez</b> na população portuguesa <b>Reduzir a prevalência do consumo de risco e dependência</b> na população portuguesa <b>Reduzir a mortalidade</b> padronizada por doenças atribuíveis ao álcool <b>Reduzir a mortalidade em acidentes de viação</b> relacionados com o consumo de álcool	
Indicadores de <i>Input</i> (recursos disponíveis para o compromisso) *		
<b>Número de interventores</b>	100 Empresas do sector; Gabinete de Imprensa: 4	
<b>Tempo</b>	De Intervenção	Anual : Atividade 1 – Período de Pascoa e Natal Atividade 2 – Fevereiro 2015 Atividade 3 – Novembro de 2014
	Por ação	Atividade 1 – Páscoa (8 dias), Natal (8 dias)
	Regularidade	Atividade 1 – Estimativa Páscoa - 40 spots Natal – 133 Atividade 2 e 3 – Pontuais
<b>Custos</b>	€ 100.000	
<b>Outros. Quais?</b>		
Indicadores de <i>Output</i> alcançados / esperados *		
<b>Número de pessoas abrangidas</b>	3.000.200	
<b>Número de pessoas no grupo alvo</b>	Atividade 1 – 3.000.000 Atividade 2 e 3 – 100 participantes em cada conferência	
<b>Número de participantes nas diferentes atividades</b>		
<b>Visitantes do website</b>	1.000 por mês	
<b>Número de produtos</b>		
<b>Número de panfletos</b>	500	
<b>Outros. Quais?</b>	Programas das Conferências – 200 unidades	
Indicadores de resultado e de impacto *		
<b>Curto/médio/longo prazo/outros</b>	Atividade 1 – Percentagem de Grps do spot publicitário Atividade 2 e 3 – Número de participantes nas conferências, número de novos aderentes ao programa WIM	
Detalhes de avaliação, ferramentas e métodos a usar		
<b>Questionários</b>	De avaliação de processo	
	De avaliação de resultados	
<b>Avaliação pré e pós intervenção</b>	<b>SIM</b> Inquérito pré e pós aos participantes das conferências (atividade 2 e 3)	
<b>Existência de Grupo Controlo</b>	<b>Não</b>	

<b>Estudos aleatórios</b>	
<b>Entrevistas estruturadas</b>	
<b>Questionários/sondagens nos media</b>	ROI
<b>Outros. Quais?</b>	
<b>Uso de avaliadores externos</b>	
<b>Uso de avaliadores internos</b>	

Nota final: Toda a informação prestada é verídica e da inteira responsabilidade da entidade que inscreve o respectivo compromisso.