



FÓRUM NACIONAL ÁLCOOL E SAÚDE FORMULÁRIO DE SUBMISSÃO

TÍTULO DO CAMPO	
Data de submissão	28 de fevereiro de 2014
NOME DA ORGANIZAÇÃO AUTORA DO COMPROMISSO	APAN – Associação Portuguesa de Anunciantes
TÍTULO DO COMPROMISSO	Código de Auto-Regulação em Matéria de Comunicação Comercial para Vinhos e Espirituosas.
SUMÁRIO DO COMPROMISSO	Lançamento de um Código de Auto-Regulação em Matéria de Comunicação Comercial para Vinhos e Espirituosas no âmbito do ICAP, seguido de um relatório de monitorização a ser apresentado anualmente.
PONTO DE CONTACTO PARA O COMPROMISSO*	
Último nome / Primeiro nome	Manuela Botelho
Função na organização	Secretária Geral
Endereço/ Número /Código Postal/ Cidade	Av. da República nº 62 – F – 6º piso – 1050-197 Lisboa
E-mail	apan@apan.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) :	ANEBE
	ACIBEV
	AEVP
INFORMAÇÃO SOBRE O COMPROMISSO*	
Data de início	Maio de 2014
Data do final	Dezembro de 2016
Data prevista para o relatório intermédio	Dezembro de 2015
Data prevista para o relatório final	Janeiro de 2017
Atividades do compromisso	<p>Atividade 1: Lançar este Código e torna-lo numa ferramenta de trabalho para a indústria e para os meios, como forma de assegurar que todos os conteúdos das mensagens publicitárias cumprem critérios e exigências mais restritivos que a própria legislação, indo ao encontro das recomendações do Fórum Álcool e Saúde</p> <p>Atividade 2: Utilizar os mecanismos de acção do ICAP, que asseguram a retirada imediata de um anúncio, sempre que uma queixa feita aquela entidade, seja dada como provada pelo Júri de Ética daquele organismo.</p>

	Outro. Qual? Deontológico	X
Âmbito do compromisso *	Nacional	
INFORMAÇÃO E MONITORIZAÇÃO*		
Objetivos *	Identificar e estimular níveis de cumprimento do Código de Auto-Rregulação acima dos 80%.	
Relevância *	Garantir que a comunicação comercial dos vinhos e espirituosas promovem a venda e consumo de forma responsável, segura e não indutora de uso/consumo nocivo. Assegurar uma comunicação comercial responsável e que não promova o consumo em idades inferiores aos 18 anos	
Indicadores de Input (recursos disponíveis para o compromisso) * Cada empresa anunciante deverá assegurar todas as condições para o cumprimento do Código		
Número de interventores	Todos os profissionais da indústria da comunicação comercial que trabalhem diretamente com marcas de vinhos ou bebidas espirituosas	
Tempo	De Intervenção	De carácter permanente
	Por ação	Lançamento do Código previsto para o 1º semestre de 2014, com divulgação e divulgação junto das partes interessadas até ao final de 2014
	Regularidade	Trata-se de uma ferramenta de consulta permanente para quem trabalha a comunicação de vinhos e espirituosas
Custos		
Outros. Quais?		
Indicadores de Output alcançados / esperados *		
Número de pessoas abrangidas	Estimamos abranger mais de três centenas de profissionais da industria da comunicação que estarão permanentemente informadas sobre este código de auto-regulação e sobre a sua monitorização	
Número de pessoas no grupo alvo		
Número de participantes nas diferentes atividades		
Visitantes do website		
Número de produtos	Publicação física do Código de Auto Regulação e sua divulgação em todos os eventos da industria e do comercia das bebidas alcoólicas. Disponibilização do código no website do ICAP, da APAN, de todas as associações da área dos vinhos e espirituosas e de todas as demais partes interessadas.	
Número de panfletos		
Outros. Quais?		
Indicadores de resultado e de impacto *		
Curto/médio/longo prazo/outros	Pretende conseguir-se um mínimo de 80% de marcas que cumprem o Código de Auto-Regulação no primeiro ano, aumentando consecutivamente até aos 100%	
Detalhes de avaliação, ferramentas e métodos a usar		
Questionários	De avaliação de processo	Decisão voluntária baseada no conhecimento que a indústria tem no funcionamento do ICAP
	De avaliação de resultados	
Avaliação pré e pós intervenção	SIM <input type="checkbox"/>	Não x
Existência de Grupo Controlo	SIM <input type="checkbox"/>	Não x
Estudos aleatórios		

Entrevistas estruturadas	
Questionários/sondagens nos media	
Outros. Quais?	Relatório de monitorização anual.
Uso de avaliadores externos	ICAP
Uso de avaliadores internos	

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