



FÓRUM NACIONAL ÁLCOOL E SAÚDE

FORMULÁRIO DE SUBMISSÃO

TÍTULO DO CAMPO	
Data de submissão	15.03.2014
NOME DA ORGANIZAÇÃO AUTORA DO COMPROMISSO	APCV – ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DOS PRODUTORES DE CERVEJA
TÍTULO DO COMPROMISSO	Alargamento da Monitorização Sistemática da Comunicação Comercial das Marcas de Cerveja com Álcool ao Mobiliário Urbano
SUMÁRIO DO COMPROMISSO	<p>A APCV possui, desde 2007, um Código de Autorregulação para a Comunicação Comercial que abrange TODA a Comunicação Comercial das marcas de cerveja das empresas associadas da APCV (100% do setor cervejeiro), incluindo a publicidade nos media e outras formas de comunicação não-tradicional e ainda, as promoções no mercado HORECA e Alimentar. Mas um Código de Autorregulação para ser verdadeiramente eficaz deve ser monitorizado no seu cumprimento, de forma sistemática, por terceiras partes.</p> <p>Nesse sentido, a APCV logo em 2007, acordou voluntariamente com o ICAP - Instituto Civil de Autorregulação da Comunicação Comercial, entregar a responsabilidade a esta entidade de monitorizar todos os anúncios em televisão de marcas de cerveja com álcool previamente à respetiva exibição pública.</p> <p>A APCV vem agora através deste NOVO compromisso, comprometer-se, de forma voluntária, alargar a monitorização sistemática prévia à exibição pública, a realizar pelo ICAP, para toda a comunicação comercial em mobiliário urbano (Mupies e Tamanhos 8x3) das marcas de cerveja com álcool de todos os associados da APCV.</p> <p>Como forma ainda de promover um consumo cada vez mais responsável e moderado de cerveja, a APCV acordou também com o ICAP, que este deve igualmente verificar a conformidade da inserção da mensagem de responsabilidade social “SEJA RESPONSÁVEL. BEBA COM MODERAÇÃO” no referido mobiliário urbano, sendo considerada “publicidade conforme” apenas quando a inserção da dita mensagem é efetuada na posição horizontal, de forma legível e com um tamanho mínimo de 1/3 da face maior do suporte publicitário.</p>
PONTO DE CONTACTO PARA O COMPROMISSO*	
Último nome / Primeiro nome	GÍRIO, FRANCISCO
Função na organização	Secretário-geral
Endereço/ Número /Código Postal/ Cidade	APCV - Edifício EE3, Polo Tecnológico de Lisboa, Estrada do Paço do Lumiar 1600-546 LISBOA
E-mail	fgirio.apcv@lispolis.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) :	Nota: o ICAP é a entidade Responsável pela emissão de Pareceres de Conformidade da comunicação comercial das marcas de cerveja, pelo que deve ser entendida como uma entidade “fiscalizadora” e não entidade corresponsável.
INFORMAÇÃO SOBRE O COMPROMISSO*	
Data de início	Mai.2014

Data do final	Sem data limite.		
Data prevista para o relatório intermédio	01.Fev.2015 e anos seguintes na mesma data.		
Data prevista para o relatório final	Não/aplicável		
Atividades do compromisso	<p>Atividade 1 - A APCV compromete-se a partir de 01.02.2014, alargar a monitorização sistemática pelo ICAP - Instituto Civil de Autorregulação da Comunicação Comercial, de toda a comunicação comercial dos cervejeiros portugueses, para marcas de cerveja com álcool, no seguinte mobiliário urbano:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mupies - Tamanhos 8x3 <p>Alargando assim essa monitorização sistemática que vigorava desde 2007, apenas no formato Televisão.</p>		
	<p>Atividade 2 - Para cumprimento da atividade 1, a APCV compromete-se a fornecer previamente ao ICAP por meio digital, antes da sua exibição pública, todos os novos anúncios comerciais de marcas de cerveja que tenham por objeto serem divulgados em Portugal Continental e Ilhas.</p>		
	<p>Atividade 3 - A APCV acorda voluntariamente, que a inserção da mensagem de responsabilidade social "SEJA RESPONSÁVEL. BEBA COM MODERAÇÃO" nos referidos meios descritos na atividade 1, seja efetuada sempre na posição horizontal, de forma legível, com um tamanho mínimo de 1/3 da face maior do suporte publicitário.</p>		
	<p>Atividade 4 - A APCV compromete-se a divulgar publicamente através da sua página de internet (www.apcv.pt) os Relatórios Semestrais emitidos pelo ICAP, de toda a atividade de comunicação comercial das suas marcas de cerveja com álcool nos meios Televisão e mobiliário urbano objeto deste compromisso.</p>		
Tipo de atividades do compromisso: X	- Informação ao consumidor	X	
	- Atividades no âmbito dos <i>media</i>	X	
	- Sessões de Sensibilização	<input type="checkbox"/>	
	- 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"/>		
Grupo Alvo (colocar uma cruz no grupo alvo e clarificar as ações que lhe são dirigidas colocando o número das mesmas à frente do grupo)	Sem Grupo Alvo definido		Atividades
	Mulheres Gravidas		
	Crianças até aos 9 anos		
	Pré-adolescência e Adolescência		
	Universitários		4
	Adultos 25 e os 64		4
	Adultos acima dos 65		4
Trabalhadores (contexto laboral)			

Número de produtos	2 Relatórios semestrais por ano.	
Número de panfletos	Sendo provável que vá ocorrer, não se encontra definido à data.	
Outros. Quais?		
Indicadores de resultado e de impacto *		
Curto/médio/longo prazo/outros	Indústria: % de conformidade semestral da comunicação comercial das empresas cervejeiras, avaliado de forma independente pelo ICAP;	
Detalhes de avaliação, ferramentas e métodos a usar		
Questionários	De avaliação de processo	N/A
	De avaliação de resultados	N/A
Avaliação pré e pós intervenção	SIM <input type="checkbox"/>	Não <input checked="" type="checkbox"/>
Existência de Grupo Controlo	SIM <input type="checkbox"/>	Não <input checked="" type="checkbox"/>
Estudos aleatórios	N/A	
Entrevistas estruturadas	N/A	
Questionários/sondagens nos media	N/A	
Outros. Quais?	Neste compromisso, a avaliação é objetiva e quantitativa através dos Relatórios emitidos pela entidade independente da área – o ICAP e que são tornados públicos por essa entidade na sua página de internet (www.icap.pt)	
Uso de avaliadores externos	Sim. Os júris de ética publicitária do ICAP.	
Uso de avaliadores internos	Não.	

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