

Título	Código de auto-regulação da comunicação comercial em matéria de bebidas alcoólicas
Data de Submissão	25-02-2011
Autor do Compromisso	APAN
Nome da Organização do Autor do Compromisso	APAN - Associação Portuguesa de Anunciantes
Sumário do Compromisso	<p>A APAN, uma das associações fundadoras do sistema de autoregulação da comunicação comercial em Portugal implementado pelo ICAP – Instituto Civil da Autodisciplina da Comunicação Comercial, tem participado e cooperado na elaboração de um novo “Código de Auto-Regulação da Comunicação Comercial em Matéria de Bebidas Alcoólicas”.</p> <p>Assim, as anteriores normas relativas às Boas Práticas para a Comunicação Comercial das Bebidas Alcoólicas datadas de 2001, foram agora, após um trabalho intenso de investigação a nível nacional e internacional, completamente revistas, actualizadas e adaptadas num novo “Código de Auto-Regulação da Comunicação Comercial em Matéria de Bebidas Alcoólicas”, da autoria do ICAP. Este, e não menos importante, contou com a participação activa da APAN, bem como de outras entidades do sector da comunicação – APAP, CPMCS, APIMPrensa e AMD.</p> <p>Este código de auto-regulação agora em desenvolvimento pretende promover comportamentos socialmente responsáveis, enquadrando novos parâmetros relacionados com os hábitos culturais, nomeadamente numa área tão sensível como é a dos jovens e o comportamento juvenil, bem como a sua propensão em relação a aspectos sociais e sexuais.</p> <p>O diploma em questão tem carácter vinculativo para todos os associados do ICAP, subscritores e entidades que, não sendo associados ou subscritores, tenham submetido questões à apreciação do Júri de Ética.</p> <p>Aliás, este documento está também a ser acompanhado por associações representativas do sector do álcool e que são associadas do ICAP, como a APCV e a AEVP, de forma a promover a máxima eficácia no compromisso assumido, uma das premissas essenciais da actividade do ICAP e do sistema de auto-regulação. Como princípios gerais são elencados, entre outros, o dever geral de promoção de um consumo responsável de bebidas alcoólicas, proibindo comportamentos ilegais, violentos ou mesmo excessivos; dever de especial cautela com os grupos vulneráveis, nomeadamente idosos, pessoas com deficiências, menores e mulheres grávidas.</p> <p>No Código de Auto Regulação da Comunicação Comercial em Matéria de Bebidas Alcoólicas encontram-se ainda enunciadas as normas específicas relacionadas com a saúde, segurança, situações de risco, promoção de vendas, aspectos sociais e sexuais e os media. Numa prova viva do compromisso assumido por todos, o presente Código será submetido a uma monitorização contínua que ficará a cargo do ICAP, sendo esta entidade a definir as metodologias aplicadas. Para isto, a APAN terá um papel decisivo e fundamental.</p>
Último Nome* / Primeiro Nome	Botelho, Manuela
Título / Designação	Dra.
Organização */ Endereço */ Número /Código Postal */ Cidade	Associação Portuguesa de Anunciantes Av. da República nº62F, 6º andar 1050-197 Lisboa
E-mail	apan@apan.pt
Último nome */ Primeiro nome CO-RESPONSÁVEL	Barros/Sofia
Título / Designação CO-RESPONSÁVEL	Dra.
Organização */ Endereço */ Número /Código Postal */ Cidade CO-RESPONSÁVEL	Associação Portuguesa das Empresas de Publicidade e Comunicação Rua Pinheiro Chagas, 69, 1º Dtº 1050-176 Lisboa
Área do Compromisso	Assegurar o compromisso de promover as bebidas alcoólicas de uma forma socialmente responsável, enquadrando novos parâmetros relacionados com os hábitos culturais, jovens e comportamento juvenil, e a sua relação com aspectos sociais e sexuais.
Histórico do Compromisso	No âmbito da sua missão a APAN lançou em 2001, o primeiro Código de Boas Práticas para a Comunicação Comercial das

	<p>Bebidas Alcoólicas subscrito por 30 empresas e entidades, que se comprometeram a combater o abuso e a promover o consumo responsável do álcool através das suas diversas formas.</p> <p>Desde essa altura o Código vem sendo monitorizado, pelo Observatório da Publicidade da E.S.C.S., sendo disso dado conta aos seus subscritores.</p>
Data de início	03-01-2011 00:00
Data do final	01-01-2013 00:00
Data prevista para o relatório intermédio	03-01-2012 00:00
Data prevista para o relatório final	01-01-2013 00:00
Actividades do compromisso	<p>A APAN, em conjunto com os seus parceiros, pretende definir deveres e obrigações inerentes à Comunicação Comercial em Matéria de Bebidas Alcoólicas, os quais serão elencados no referido Código de Auto Regulação.</p> <p>Para além da elaboração do Código será ainda compromisso da APAN e seus parceiros, a monitorização do mesmo e a sua apresentação pública.</p>
Tipo de actividades do compromisso	<p>Comunicação Comercial</p> <p>As principais actividades são a elaboração e monitorização do Código acima descrito e que se pretende que seja subscrito por toda as empresas associadas das diferentes associações do sector e pelos associados do ICAP e ainda por todos aqueles não sendo associados ou subscritores, tenham submetido questões à apreciação do Júri de Ética.</p> <p>Em consequência do conteúdo do presente compromisso se basear em normas, as quais, subsidiariamente terão repercussão na população em geral, será relevante esta ser considerada como target secundário.</p> <p>Tal como tem sido descrito para além do reforço do cumprimento da auto-regulação, todo o processo terá o devido acompanhamento e avaliação periódica.</p>
Âmbito do compromisso	Nacional.
Objectivos	<p>Objectivos a curto prazo: Aprovação do Código de Auto Regulação da Comunicação Comercial em Matéria de Bebidas Alcoólicas; Declaração de vontade de todos os parceiros. Objectivos a médio/longo prazo: Avaliação da implementação do Código; Estudo comparativo dos resultados.</p>
Relevância	<p>A APAN, como representante da Industria, é parte interessada da sociedade civil e com o presente acto compromete-se a reforçar as acções necessárias para a minimização dos danos provocados pelo consumo nocivo do álcool.</p> <p>A implementação de uma auto regulação mais restrita do que os diplomas legais em vigor e a manifesta vontade do sector em aplicar as medidas estipuladas no Código, é sem dúvida, uma das politicas mais eficazes e fomentadoras da ética e das boas práticas, estando em consonância com a Estratégia Europeia e a Estratégia Global da Organização Mundial de Saúde.</p>
Número de indivíduos	Estimadas entre 2 e 4 pessoas.
Tempo da intervenção	Aplicabilidade imediata com relatórios mensais e anuais.
Custos	Estimados 10.000 euros anuais.
Outros. Quais?	
Número de pessoas abrangidas	População em geral.
Número de pessoas no grupo alvo	
Número de participantes nas diferentes actividades	
Visitantes do website	
Número de produtos	Todas as bebidas alcoólicas que comuniquem nos mass media.
Número de panfletos	
Outros. Quais? 2	
Curto/médio/longo prazo/outros	Conformidade e não conformidade com o Código e consequente cessação, ou não, da Comunicação Comercial.

	Copy advices solicitados.
Questionário	Identificação e descrição do cenário publicitário que surge mensalmente nos mass media (Imprensa, Televisão, Rádio e Publicidade Exterior) relativamente às Bebidas Alcoólicas procedendo-se, em seguida, à sua análise numa perspectiva global do disposto no Código.
Estudos aleatórios	Copy advice.
Entrevistas estruturadas	
Questionários/sondagens nos media	Fichas de observação das mensagens publicitárias.
Outros. Quais? 3	
Uso de avaliadores externos	
Uso de avaliadores internos	