

Título	Código de autorregulação dos cervejeiros portugueses para a comunicação comercial e as boas práticas no sector do alojamento e da restauração e bebidas
Data de Submissão	22-06-2011
Autor do Compromisso	AHRESP
Nome da Organização do Autor do Compromisso	AHRESP - Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal
Sumário do Compromisso	<p>A Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP), enquanto associação de Utilidade Pública, representativa dos empregadores dos sectores do Alojamento e da Restauração e Bebidas, está ciente da Responsabilidade Social que sobre si impende em questões relacionadas com o consumo do álcool.</p> <p>Dada a sua representatividade, e profundo conhecimento dos sectores que representa, a AHRESP considera que a sua presença no Fórum Nacional Álcool e Saúde assume extrema importância, não se esgotando a sua acção no compromisso ora apresentado, mostrando-nos disponíveis para, em conjunto com os demais participantes no Fórum, debater, e debelar, os atuais problemas que hoje se colocam no que diz respeito ao consumo nocivo do álcool, com especial enfoque nas vertentes da saúde e da segurança rodoviária.</p> <p>Estamos assim dispostos a lançar um repto à sociedade no sentido da moderação no que diz respeito ao consumo de álcool.</p> <p>Não esqueçamos que os estabelecimentos do Canal HORECA (Alojamento e Restauração e Bebidas), comercializam uma fatia significativa desta bebida.</p> <p>Além do mais, a AHRESP é filiada na HOTREC. Esta entidade assume a figura de confederação, reunindo nela associações nacionais representativas dos sectores do Alojamento e dos Restaurantes, Cafés e estabelecimentos similares, de 24 países europeus, representando cerca de 1,7 milhões de empresas, que empregam cerca de 9,5 milhões de trabalhadores.</p> <p>A questão da proteção da saúde, onde se insere o consumo nocivo de álcool tem sido profusamente debatida no seio da HOTREC, sendo ela própria membro do Fórum Europeu do Álcool.</p> <p>A AHRESP é chamada a participar nas Assembleias-Gerais HOTREC, onde esta questão é frequentemente discutida, bem como regularmente a AHRESP recorre à HOTREC para efeitos de benchmarking sobre as questões ligadas ao consumo de álcool na Europa. Desta forma pode a AHRESP trazer ao Fórum Nacional Álcool e Saúde, uma visão global e integrada desta temática, bem como fornecer informação atualizada e tratada sobre esta matéria.</p> <p>Uma das orientações que é dada pela HOTREC é precisamente a adoção de Códigos de conduta e autorregulação e comunicação comercial, área onde se insere este nosso compromisso.</p> <p>Hoje em dia o sector cervejeiro tem registado uma cada vez maior procura, sendo uma bebida que possui propriedades benéficas que pode mesmo contribuir para um estilo de vida saudável, prevenindo determinadas patologias, no entanto, há todo um trabalho a fazer para que esta bebida seja consumida moderadamente, por forma a evitar todos os malefícios associados a um consumo excessivo de álcool.</p> <p>É nesta sequência que tem cabimento o “Código de Autorregulação dos Cervejeiros Portugueses para a Comunicação Comercial”, que é disponibilizado de forma absolutamente gratuita, em papel, estando, em permanência, disponível no nosso site, em www.ahresp.com.</p> <p>Pretende-se, também, e em sede de Fórum, aferir da pertinência de atualização dos conteúdos deste Código.</p> <p>Adveniente da lei (Decreto-Lei n.º 9/2002, de 24 de Janeiro, retificado pela Declaração de Retificação n.º 3-A/2002, de 31 de Janeiro), a AHRESP tomou a iniciativa de mandar editar e distribuir, gratuitamente, dísticos com a reprodução integral do artigo n.º 2, sobre as restrições à venda e ao consumo de bebidas alcoólicas, cumprindo, também, o seu dever de informação aos empresários do sector sobre a legislação em vigor sobre esta matéria.</p> <p>Um outro meio de divulgação ao nosso dispor é a Revista AHRESP, onde se prevê a elaboração de peças jornalísticas, diretamente ligadas à sensibilização para certo tipo de práticas nocivas, por vezes mesmo ilegais, relacionadas com o álcool. Há assim todo um conjunto de boas-práticas que é fomentado pela AHRESP, em várias frentes, no sentido de se diminuir, tanto quanto possível, a ligação entre álcool e nocividade.</p>

Último Nome* / Primeiro Nome	Diegues/Filomena
Título / Designação	Dra.
Organização */ Endereço */ Número /Código Postal */ Cidade	Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal Avenida Duque D'Ávila, nº 75 1049-011 Lisboa
E-mail	filomena.diegues@ahresp.com
Último nome */ Primeiro nome CO-RESPONSÁVEL	Diegues/Filomena
Título / Designação CO-RESPONSÁVEL	Dra.
Organização */ Endereço */ Número /Código Postal */ Cidade CO-RESPONSÁVEL	Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal Avenida Duque D'Ávila, nº 75 1049-011 Lisboa
Área do Compromisso	<p>O “Código de Auto-Regulação dos Cervejeiros Portugueses para a Comunicação Comercial”, de que a AHRESP é subscritora, encontra-se, inclusivamente, depositado no Fórum Europeu do Álcool.</p> <p>Este incide, essencialmente, no cada vez mais importante âmbito da Auto-regulação e contempla princípios de comunicação da cerveja, numa perspectiva de Responsabilidade Social.</p> <p>Este Código compreende os seguintes capítulos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. A cerveja e o sector cervejeiro português 2. Auto-regulação – porquê? 3. Definições, princípios e âmbito 4. Princípios gerais para o consumo responsável de cerveja 5. Cerveja e segurança rodoviária 6. Cerveja e juventude 7. Cerveja e trabalho 8. Cerveja, merchandising, materiais nos pontos de venda e promoções 9. Comissão de acompanhamento 10. Implementação e divulgação 11. Subscritores <p>Relativamente às áreas de compromisso adiantadas pelo Fórum Nacional Álcool e Saúde, regista-se que este documento, dada a sua transversalidade, acaba por incidir sobre várias delas, nomeadamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo de álcool abaixo da idade legal; • Desenvolvimento de uma estratégia informativa eficaz para os agentes do Canal HORECA; • Desenvolvimento de uma estratégia informativa com vista ao cumprimento da legislação nacional ao nível do Álcool; • Qualidade das acções de venda e comunicação comercial responsável. <p>O nosso compromisso abrange:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Divulgação do “Código de Auto-Regulação dos Cervejeiros Portugueses para a Comunicação Comercial”; • Recolha de material e conteúdos, no âmbito do FNAS, que possam ser úteis a uma futura actualização do Código, ou sua reedição; • Peças jornalísticas, a serem publicadas, incidindo sobre práticas nocivas (estão, neste momento, a ser estudados os temas a abordar, tais como, underage drinking e binge drinking, entre outros); • Elaboração e distribuição de dísticos gratuitos alusivos ao álcool; • Acções de formação/sensibilização junto dos empresários do Canal HORECA, em que a matéria relativa ao álcool e seu consumo, terá destaque.
Histórico do Compromisso	<p>O “Código de Auto-Regulação dos Cervejeiros Portugueses para a Comunicação Comercial, tem sido distribuído pelos agentes do sector, sendo monitorizado periodicamente pelo ICAP – Instituto Civil da Autodisciplina de Comunicação Comercial.</p>

Data de início	01-09-2011 00:00
Data do final	01-09-2012 00:00
Data prevista para o relatório intermédio	25-06-2012 00:00
Data prevista para o relatório final	31-12-2012 00:00
Actividades do compromisso	<p>A AHRESP desenvolverá as acções necessárias aos objectivos anteriormente descritos, dentro do seu âmbito de actuação, ou seja, junto dos sectores do Alojamento (Empreendimentos Turísticos e Alojamento Local) e da Restauração e Bebidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Divulgação do “Código de Auto-Regulação dos Cervejeiros Portugueses para a Comunicação Comercial”; •Recolha de material e conteúdos, no âmbito do FNAS, que possam ser úteis a uma futura actualização do Código, ou sua reedição; •Peças jornalísticas, a serem publicadas, incidindo sobre práticas nocivas (estão, neste momento, a ser estudados os temas a abordar, tais como, underage drinking e binge drinking, entre outros); •Elaboração e distribuição de dícticos gratuitos alusivos ao álcool; •Acções de formação/sensibilização junto dos empresários do Canal HORECA, em que a matéria relativa ao álcool e seu consumo, terá destaque.
Tipo de actividades do compromisso	v. anterior.
Âmbito do compromisso	Nacional.
Objectivos	<p>Prevê-se a elaboração de um questionário online, por forma a aferir da observância das boas-práticas por parte dos agentes dos sectores do Alojamento e da Restauração e Bebidas, bem como de um questionário relativamente às acções de formação/sensibilização.</p> <p>Igualmente, de forma periódica, são analisados e tratados os dados estatísticos dos órgãos de fiscalização competentes nesta matéria.</p>
Relevância	<p>Com o Fórum Nacional Álcool e Saúde pretendeu-se criar uma plataforma representativa de todas as partes interessadas da sociedade civil que se comprometam a reforçar as acções necessárias à minimização dos danos provocados pelo consumo nocivo de álcool.</p> <p>Ora, o sector HORECA é responsável por uma enorme fatia do consumo de bebidas alcoólicas fora do lar, nomeadamente cerveja. Estamos assim a falar de cerca de 85.000 empresas que, potencialmente, disponibilizam esta popular bebida.</p> <p>A AHRESP, através dos seus canais, tem um acesso privilegiado, que lhes permite, facilmente, transmitir uma qualquer mensagem, neste particular sobre consumo responsável que, desta forma, chega também aos consumidores, abrangendo assim um universo considerável.</p> <p>O compromisso agora apresentado, tal como explicado no campo dedicado à “Área do compromisso”, concorre para vários dos objectivos específicos previstos na “Carta de Compromissos”.</p> <p>Assim, se atentarmos aos conteúdos que serão disponibilizados no “Código de Auto-Regulação dos Cervejeiros Portugueses para a Comunicação Comercial”, facilmente os relacionamos com os citados objectivos, nomeadamente:</p> <p>2. Auto-regulação – porque? Descreve-se as razões subjacentes à auto-regulação e a sua pertinência.</p> <p>4. Princípios gerais para o consumo responsável de cerveja Apela-se ao consumo moderado, uma vez que só desta forma se pode falar em consumo responsável.</p> <p>5. Cerveja e segurança rodoviária Pretende-se alertar consciências para o perigo de acidente relacionado com o</p>

	<p>consumo nocivo de álcool.</p> <p>6. Cerveja e juventude Relaciona-se o consumo nocivo do álcool com problemas específicos dos jovens, bem como que comportamentos devem ser adoptados pelos agentes do sector relativamente a este público-alvo.</p> <p>7. Cerveja e trabalho Pretende-se alertar consciências para o perigo de acidente de trabalho relacionado com o consumo nocivo de álcool.</p> <p>8. Cerveja, Merchandising, materiais nos pontos de venda e promoções Estratégia responsável sobre publicidade, qualidade das acções de venda, comunicação comercial, bem como um conjunto de boas-práticas que devem ser levadas a cabo nesta área.</p> <p>Nas acções de formação/sensibilização junto dos empresários serão abordadas as vertentes legais e de boas práticas.</p>
Número de indivíduos	Serão alocados a este projecto os recursos humanos e materiais considerados necessários para cumprimento dos objectivos propostos. Será constituído um Grupo de Trabalho, formado por dois colaboradores da AHRESP, que acompanharão esta temática. A nossa acção é global e abrange vários objectivos, a maior parte deles, de continuidade, pelo que, também os seus timings e recursos humanos afectos, naturalmente diferem, apesar de todos eles poderem ser claramente especificados, se necessário.
Tempo da intervenção	1 ano.
Custos	No que diz respeito aos meios financeiros, será de considerar a alocação dos meios humanos necessários (2 colaboradores), bem como o custo inerente à edição de dísticos. Neste momento não me é possível quantificar os custos, no entanto, caso seja indispensável, poderei solicitar um estudo ao nosso Departamento de Investigação, Planeamento e Estudos, e entregá-lo posteriormente.
Outros. Quais?	
Número de pessoas abrangidas	Cerca de 25.000 estabelecimentos, numa primeira fase, podendo estender-se posteriormente este universo até às 85.000 empresas.
Número de pessoas no grupo alvo	
Número de participantes nas diferentes actividades	
Visitantes do website	Dispomos de um novo site que servirá, também, para a divulgação desta temática. Este site está activo desde o dia 6 de Junho de 2011, tendo já registado, até à presente data, cerca de 5.000 visitas e 13.000 páginas vistas.
Número de produtos	1 - Divulgação e recolha de conteúdos para o Código / 2 - Peças jornalísticas a publicar sobre esta matéria / 3 - Elaboração e distribuição de dísticos alusivos ao álcool / 4 - Acções formação/sensibilização aos empresários do Canal HORECA.
Número de panfletos	Informação a fornecer posteriormente.
Outros. Quais? 2	
Curto/médio/longo prazo/outros	
Questionário	questionário online e questionário relativo às acções de formação/sensibilização.
Estudos aleatórios	
Entrevistas estruturadas	
Questionários/sondagens nos media	
Outros. Quais? 3	
Uso de avaliadores externos	
Uso de avaliadores internos	