

FORMULÁRIO DE SUBMISSÃO



Fórum Nacional Álcool e Saúde

TÍTULO DO CAMPO		AVALIAÇÃO
Data de submissão	10/04/2017	
NOME DA ORGANIZAÇÃO AUTORA DO COMPROMISSO	ACIBEV – Associação de Vinhos e Espirituosas de Portugal	
TÍTULO DO COMPROMISSO	ARP – Sistema Pre-Clearance	
SUMÁRIO DO COMPROMISSO	<p>O Compromisso “ARP – Sistema Pre-Clearance” permite aos Associados da ACIBEV submeterem toda a publicidade comercial ao ARP – Auto Regulação Publicitária – antes do lançamento da campanha, para que esta seja sujeita a uma análise prévia de Pre-Clearance.</p> <p>Assim, a ACIBEV contribui para uma comunicação comercial do setor de bebidas alcoólicas responsável e autorregulada.</p> <p>O compromisso da ACIBEV pretende 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 objetivo 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. 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 setor 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 Secretária Geral	
Endereço/ Número /Código Postal/ Cidade	Largo do Carmo, 15 – 1º andar 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 Instituição		
INFORMAÇÃO SOBRE O COMPROMISSO*		
Data de início	01/05/2017	
Data do final	01/05/2018	
Atividades do compromisso <i>(aumentar o número de linhas em função do número de atividades diferentes previstas)</i>	<p>Atividade 1 – Sistema de Pre-Clearance</p> <p>Submissão de toda a comunicação comercial dos Associados da ACIBEV para uma análise de Pre-Clearance da ARP, para que esta cumpra com todas as diretrizes de uma comunicação responsável.</p> <p>Os objetivos primordiais do sistema de Pre-Clearance e do Código de Autorregulação assinado pela ACIBEV são:</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reforçar a confiança generalizada do público na publicidade mediante, nomeadamente, o respeito pelos direitos e interesses dos consumidores/destinatários e pela observância da leal concorrência através do sistema de autorregulação da comunicação comercial. ✓ Demonstrar as boas práticas na publicidade. ✓ Salvaguardar as empresas, pela boa-fé patenteada, de eventuais reclamações oriundas da sociedade civil e/ou da indústria, bem como sustentar a eventual atenuação/desresponsabilização de sanções administrativas ou judiciais. 																									
<p>Tipo de atividades do compromisso</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1. Informação ao consumidor (Inf) <input type="checkbox"/> 2. Atividades no âmbito dos media (M) <input type="checkbox"/> 3. Sessões de Sensibilização (S) <input type="checkbox"/> 4. Programas de Intervenção Continuada (P) <input type="checkbox"/> 5. Formação (Form) <input type="checkbox"/> 6. Investigação/Produção Científica (Inv) <input checked="" type="checkbox"/> 7. Comunicação comercial (C) <input type="checkbox"/> 8. Aconselhamento (A) <input type="checkbox"/> 9. Tratamento (T) <input type="checkbox"/> 10. Fiscalização (F) <input type="checkbox"/> 11. Outros (O) 																									
<p>Grupo Alvo</p> <p><i>(colocar uma cruz no grupo alvo e clarificar as ações que lhe são dirigidas colocando o número das mesmas à frente do grupo)</i></p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">1. Sem Grupo Alvo definido</td> <td style="width: 40%;">Atv. 1</td> </tr> <tr> <td>2. Mulheres Gravidas</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>3. Crianças até aos 9 anos</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>4. Pré-adolescência e Adolescência</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>5. Jovens Adultos - 18 a 24 anos</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>6. Adultos 25 e os 64</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>7. Adultos acima dos 65</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>8. Trabalhadores (contexto laboral)</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>9. Famílias</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>10. Técnicos (profissionais de diferentes áreas)</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>11. Pessoas com PLA</td> <td>Atv.</td> </tr> <tr> <td>12. Outros. Quais? _____</td> <td>Atv.</td> </tr> </table>	1. Sem Grupo Alvo definido	Atv. 1	2. Mulheres Gravidas	Atv.	3. Crianças até aos 9 anos	Atv.	4. Pré-adolescência e Adolescência	Atv.	5. Jovens Adultos - 18 a 24 anos	Atv.	6. Adultos 25 e os 64	Atv.	7. Adultos acima dos 65	Atv.	8. Trabalhadores (contexto laboral)	Atv.	9. Famílias	Atv.	10. Técnicos (profissionais de diferentes áreas)	Atv.	11. Pessoas com PLA	Atv.	12. Outros. Quais? _____	Atv.	
1. Sem Grupo Alvo definido	Atv. 1																									
2. Mulheres Gravidas	Atv.																									
3. Crianças até aos 9 anos	Atv.																									
4. Pré-adolescência e Adolescência	Atv.																									
5. Jovens Adultos - 18 a 24 anos	Atv.																									
6. Adultos 25 e os 64	Atv.																									
7. Adultos acima dos 65	Atv.																									
8. Trabalhadores (contexto laboral)	Atv.																									
9. Famílias	Atv.																									
10. Técnicos (profissionais de diferentes áreas)	Atv.																									
11. Pessoas com PLA	Atv.																									
12. Outros. Quais? _____	Atv.																									
<p>Contexto de Intervenção</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1. Ambiental <input checked="" type="checkbox"/> 2. Comercial <input type="checkbox"/> 3. Comunitário <input type="checkbox"/> 4. Desportivo <input type="checkbox"/> 5. Escolar <input type="checkbox"/> 6. Familiar <input type="checkbox"/> 7. Laboral <input type="checkbox"/> 8. Recreativo 																									

	<input type="checkbox"/> 9. Rodoviário <input type="checkbox"/> 10. Saúde <input type="checkbox"/> 11. Universitário <input type="checkbox"/> 12. Virtual <input type="checkbox"/> 13. Outro. Qual _____	
Âmbito do compromisso *	Nacional	
INFORMAÇÃO E MONITORIZAÇÃO*		
Objetivos *		
Metas do Plano visadas *	13 - Garantir que a disponibilização, venda e consumo de substâncias psicoativas lícitas no mercado, seja feita de forma segura e não indutora de uso/consumo nocivo, através da introdução de legislação, regulamentação e fiscalização adequadas.	
Indicadores de <i>Input</i> (recursos disponíveis para o compromisso) *		
Número de intervenções	10	
Tempo	De Intervenção	
	Por ação	
	Regularidade	
Custos	5.000,00 €	
Outros. Quais?		
Indicadores de <i>Output</i> alcançados / esperados *		
Número de pessoas abrangidas		De que universo
Visitantes do website		
Número de produtos		
Número de desdobráveis		
Outros. Quais?		
Indicadores de resultado e de impacto *		
Curto / médio / longo prazo / outros		
Detalhes de avaliação, ferramentas e métodos a usar		
Instrumentos (Questionários, planeamentos, ...)	Parâmetros a avaliar no processo	
	Parâmetros a avaliar de resultados	
Métodos de Avaliação pré e pós intervenção	SIM <input type="checkbox"/>	Não <input checked="" type="checkbox"/>
Existência de Grupo Controlo	SIM <input checked="" type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>
Outras estratégias de avaliação (quais?)		
Uso de avaliadores externos		
Uso de avaliadores internos		