



ICAP

Instituto Civil da Autodisciplina
da Comunicação Comercial



MONITORIZAÇÃO DA ACTIVIDADE

Realizado no âmbito da Comissão de Acompanhamento procedente do
Protocolo entre o ICAP e a APCV

1º Semestre

2013

Índice

- › Introdução
- › Actividade Geral 1º Semestre 2013
- › Actividade Geral | 1ºs. Semestres 2008 - 2013
- › Envolvimento das Empresas
- › Marcas
- › Resultado da Análise
- › Resultado da Análise | 1ºs Semestres 2008 - 2013
- › Prazo de Resposta
- › Conclusão

A título informativo, fazem parte desta análise de monitorização o formulário e o esquema de tramitação aprovados em reunião da respectiva Comissão de Acompanhamento, os quais foram acordados por todas as partes envolvidas neste projecto.

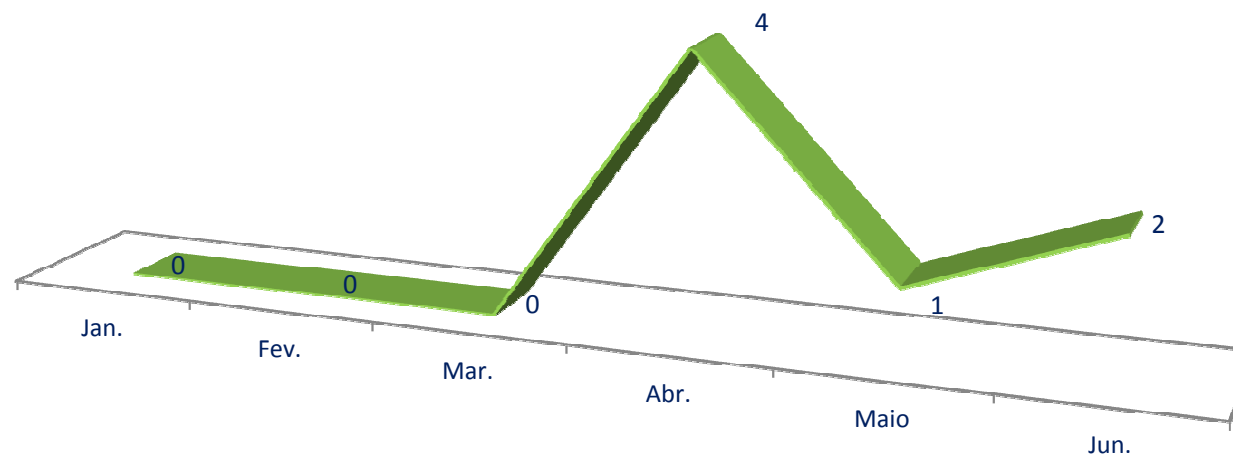
Introdução

A informação detalhada no presente relatório é relativa à actividade de monitorização de anúncios novos de cervejas com álcool difundidos em suporte televisão durante o primeiro semestre de 2013.

Este documento vem dar continuidade aos relatórios anteriores e, no que se justificar, apresenta também uma comparação sobre a evolução anual desta iniciativa.

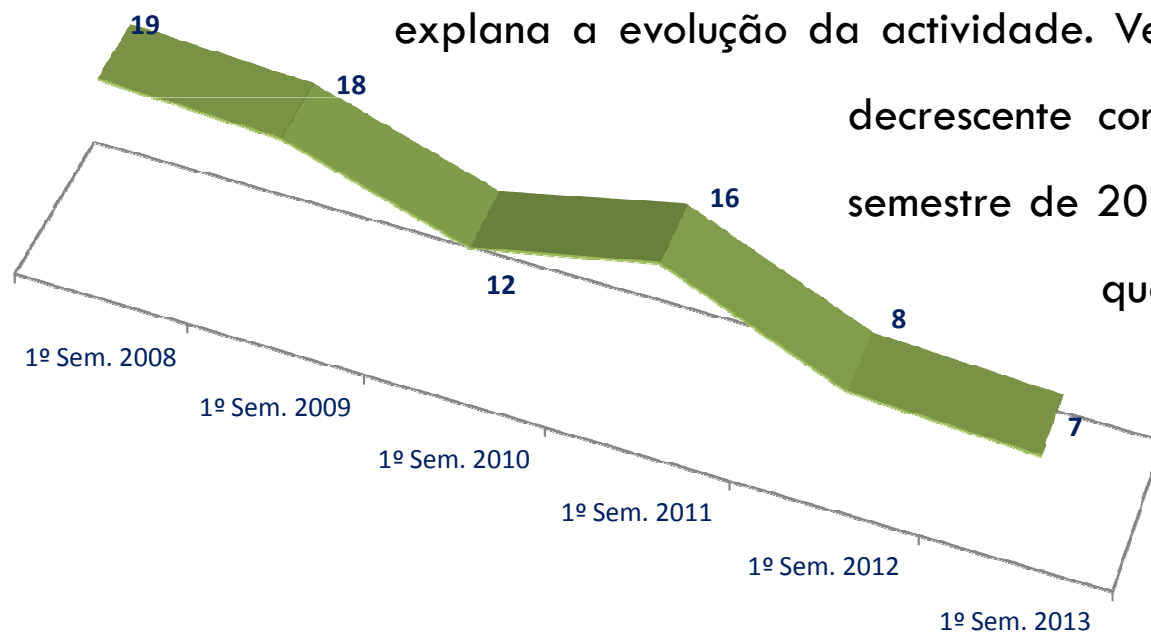
Actividade Geral 1º Sem. 2013

7 anúncios foram analisados na totalidade do primeiro semestre de 2013. O gráfico abaixo mostra ainda a análise mensal, sendo que novos anúncios de cervejas com álcool só começaram a serem difundidos em Abril.



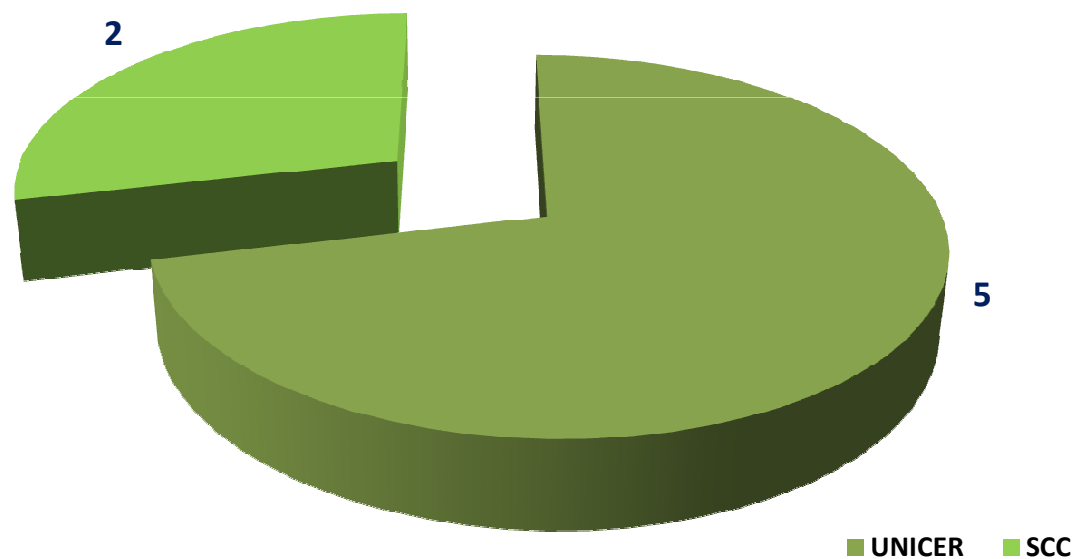
Actividade Geral | 1º Semestres

De forma a podermos ter uma análise comparativa com a actividade registada nos primeiros semestres dos anos anteriores, o gráfico abaixo explana a evolução da actividade. Verificamos, pois, que a tendência decrescente confirma-se, sendo que o primeiro semestre de 2013 registou menos um anúncio do que o 1º semestre do ano de 2012.



Envolvimento das Empresas

Continua a ser a UNICER a empresa que mais veicula anúncios novos de cervejas com álcool em suporte TV.

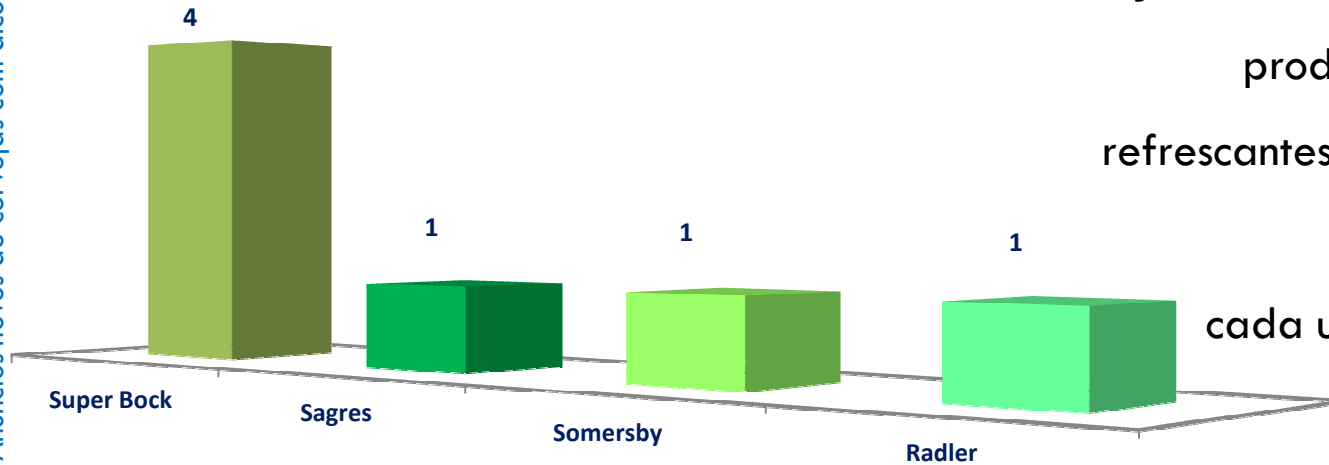


Marcas

5

Monitorização da Actividade
Anúncios novos de cervejas com álcool em suporte de televisão

Mantendo a coerência com o gráfico anterior, é a marca SUPER BOCK a que foi mais veiculada em televisão com anúncios novos.



Realça-se ainda a entrada de dois novos produtos destinados a bebidas refrescantes de verão - Sagres Radler e Super BockSomersby, cada um de ambas as empresas.

Resultado da Análise

100% de conformidade

A conformidade total da análise foi outro dos aspectos que se manteve durante o primeiro semestre de 2013, a par da totalidade do ano de 2012.

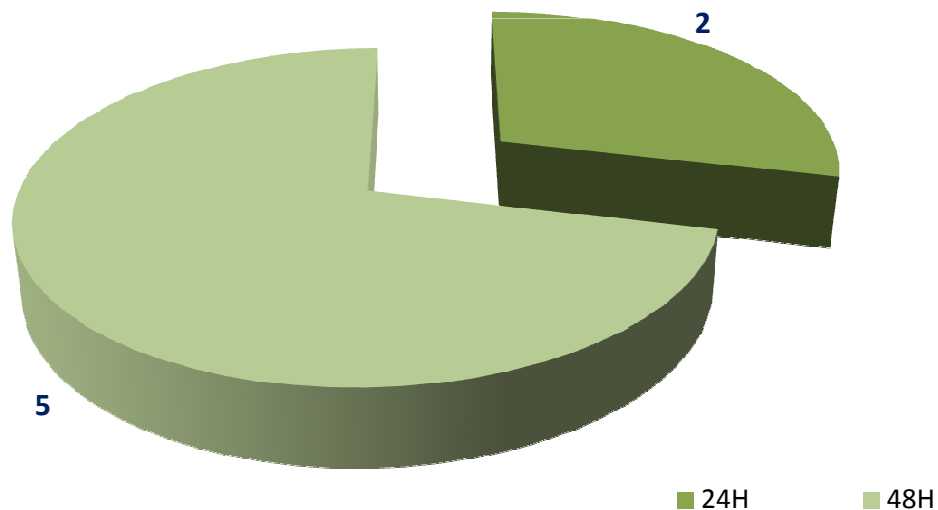
Resultado da Análise 1ºs. Semestres

O presente gráfico demonstra a evolução da conformidade da análise em relação a todos os primeiros semestres desde que esta actividade teve início. Realça-se o primeiro semestre de 2011 em que todos os anúncios estiveram em conformidade, tendência que se foi mantendo em 2012 e 2013.



Prazo de Resposta

Em relação ao prazo de resposta dado pelo GTJ – Gabinete Técnico Jurídico do ICAP, correspondeu-se à expectativa para esta actividade, nunca ultrapassando as 48H.



Conclusão

O bom exemplo desta iniciativa, preconizado pela responsabilidade da Indústria Cervejeira e pela eficácia do ICAP, mais uma vez justifica-se com a evolução para outros suportes, mantendo o compromisso e a responsabilidade dos Cervejeiros com os seus públicos e demonstrando a segurança do sector ao ser observado através desta monitorização.