



ICAP

INSTITUTO CIVIL DA AUTODISCIPLINA DA PUBLICIDADE

MONITORIZAÇÃO DA ACTIVIDADE

Projecto-Piloto

Período de Nov. 07 a Mar. 08

Anúncios novos de cervejas com álcool em suporte de televisão

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

APCV
ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA
DOS PRODUTORES DE CERVEJA



CONTEÚDO

	<i>Págs.</i>
<u>1. INTRODUÇÃO</u>	3
<u>2. ENQUADRAMENTO</u>	4
<u>3. MONITORIZAÇÃO</u>	5
<u>4. RELATÓRIO DA ACTIVIDADE</u>	7
<u>5. CONCLUSÃO</u>	14



1. INTRODUÇÃO

Na sequência do protocolo firmado em Maio de 2007 entre o ICAP – Instituto Civil da Autodisciplina da Publicidade (doravante ICAP) e a APCV – Associação Portuguesa dos Produtores de Cerveja (doravante APCV) e sobre o qual se indagou um Código de Auto-Regulação dos Cervejeiros Portugueses para a Comunicação Comercial de inigualável compromisso e respeito pelas empresas associadas da APCV, instruiu-se uma Comissão de Acompanhamento que tem como objectivo, primário, atender à actividade publicitária, nomeadamente através de um sistema de monitorização.

O presente documento, referido como sumário executivo da actividade, pretende observar o cumprimento ao estabelecido no Protocolo entre as duas entidades e instituir informação de carácter concludente em relação à actividade verificada, podendo, desta forma, dar resposta às disposições constantes no firmado Protocolo e retorquir as principais necessidades sentidas pela Indústria.

O sumário executivo da actividade é um documento de divulgação pública e inclui uma descrição sintética do projecto, dos principais efeitos/impactos negativos e positivos associados ao sector, das medidas de aperfeiçoamento, bem como das respectivas conclusões.



2. ENQUADRAMENTO

Determinado na primeira acta da Comissão de Acompanhamento, datada de Agosto de 2007, a monitorização incidirá, numa primeira fase e em projecto-piloto, sobre anúncios de cervejas com álcool difundidos nos intervalos em suporte televisão. Neste sentido, foram concebidos e aprovados os parâmetros indispensáveis a serem seguidos neste processo bem como o respectivo formulário, para que em Novembro de 2007 o ICAP pudesse estar apto para dar início ao sistema de monitorização proposto.



3. MONITORIZAÇÃO

O sistema de Monitorização, da qual faz parte o respectivo esquema de tramitação e formulário, contempla todas as questões inerentes e pertinentes para que o Gabinete Técnico-Jurídico, órgão independente do ICAP, possa estar em condições de uma análise cuidada e reflectida.

A efectividade deste sistema é da responsabilidade da empresa proponente e deverá ser feita sempre que for difundido, em suporte televisão, um novo anúncio de cerveja com álcool.

A empresa proponente deve submeter à apreciação do ICAP os respectivos dados do anúncio, logo após este ser difundido, num prazo que foi fixado até 24H .



3. MONITORIZAÇÃO

A monitorização é realizada de acordo com o formulário aprovado pelas partes e contempla:

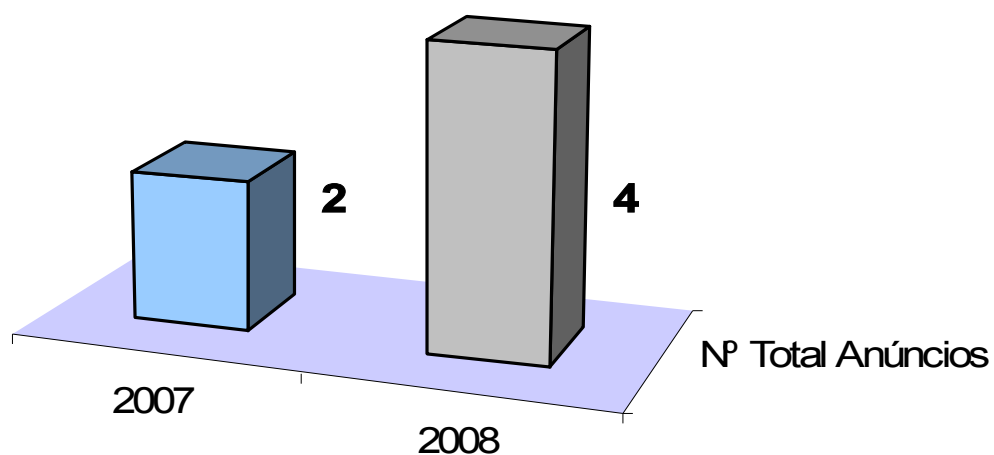
- Identificação do anunciante;
 - Identificação do anúncio;
 - Situação e duração do anúncio (se é novo ou resultado de uma versão encurtada ou outra versão);
 - Respectivo Plano de Meios;
 - Enquadramento Ético-legal;
 - Tramitação do processo;
 - Conclusão pelo respectivo órgão de apreciação.
-



4. RELATÓRIO DA ACTIVIDADE

Nº total de anúncios

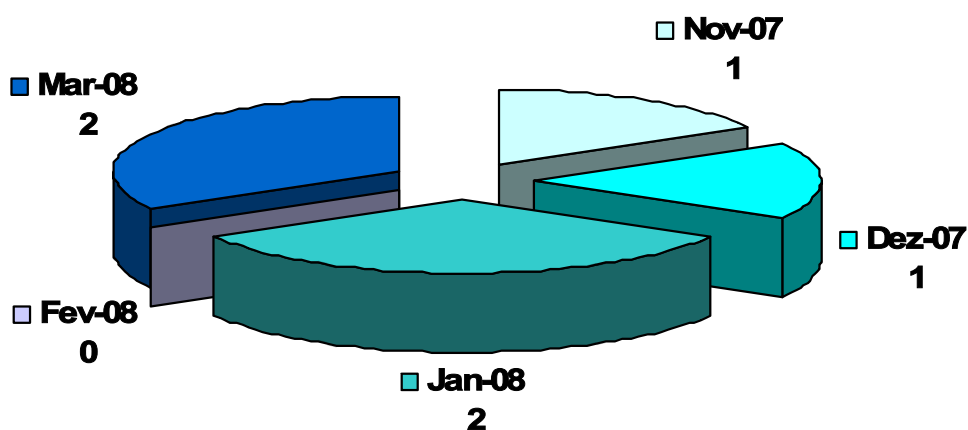
Foram submetidos à apreciação do ICAP, desde Novembro de 2007, altura em que se iniciou este processo, 6 anúncios.





4. RELATÓRIO DA ACTIVIDADE

A actividade mensal deste sistema, como se pode verificar pelo gráfico apresentado abaixo, apresenta uma maior incidência de anúncios submetidos ao Gabinete Técnico-Jurídico do ICAP no decorrer do ano de 2008. Espera-se, contudo, que, com a época estival que se aproxima, este número cresça.

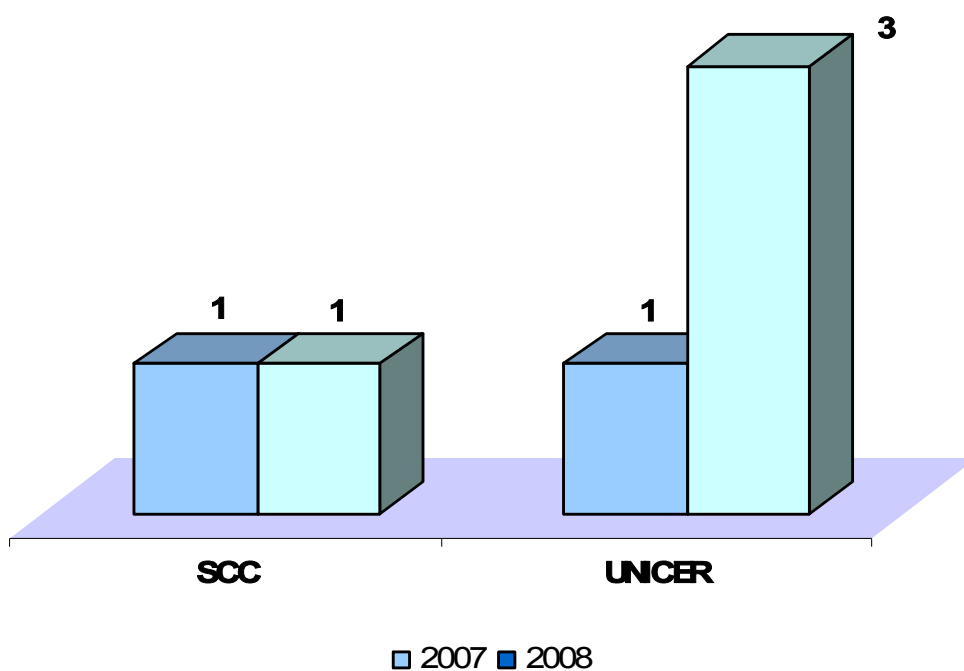




4. RELATÓRIO DA ACTIVIDADE

Envolvimento das empresas

Da totalidade dos anúncios revistos, predomina um crescimento por parte dos anúncios da empresa UNICER.





4. RELATÓRIO DA ACTIVIDADE

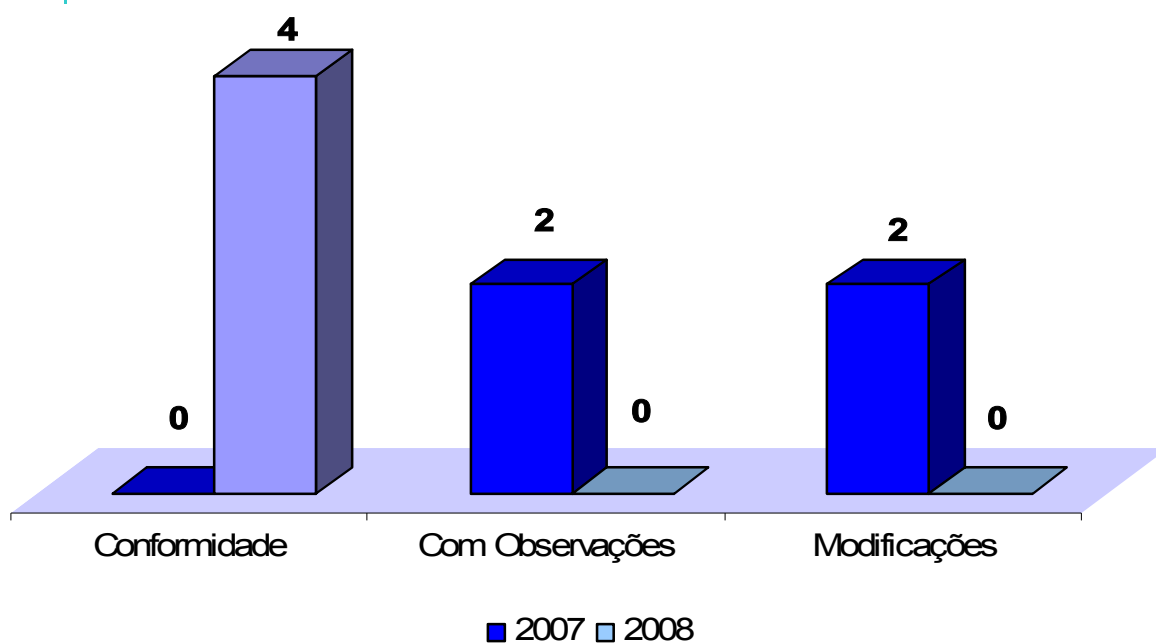
Efeito da Análise

Em termos concludentes, verificou-se uma diminuição dos ilícitos, uma vez que os anúncios revistos em 2007 tiveram um enquadramento ético-legal censurável ou ilícito em relação ao **não cumprimento da cláusula relacionada com os media.**



4. RELATÓRIO DA ACTIVIDADE

Verifica-se também que os anúncios que apresentavam ilícitos seguiram a respectiva tramitação aprovada em formulário próprio e que se procedeu à respectiva **rectificação**, conforme provas dadas.



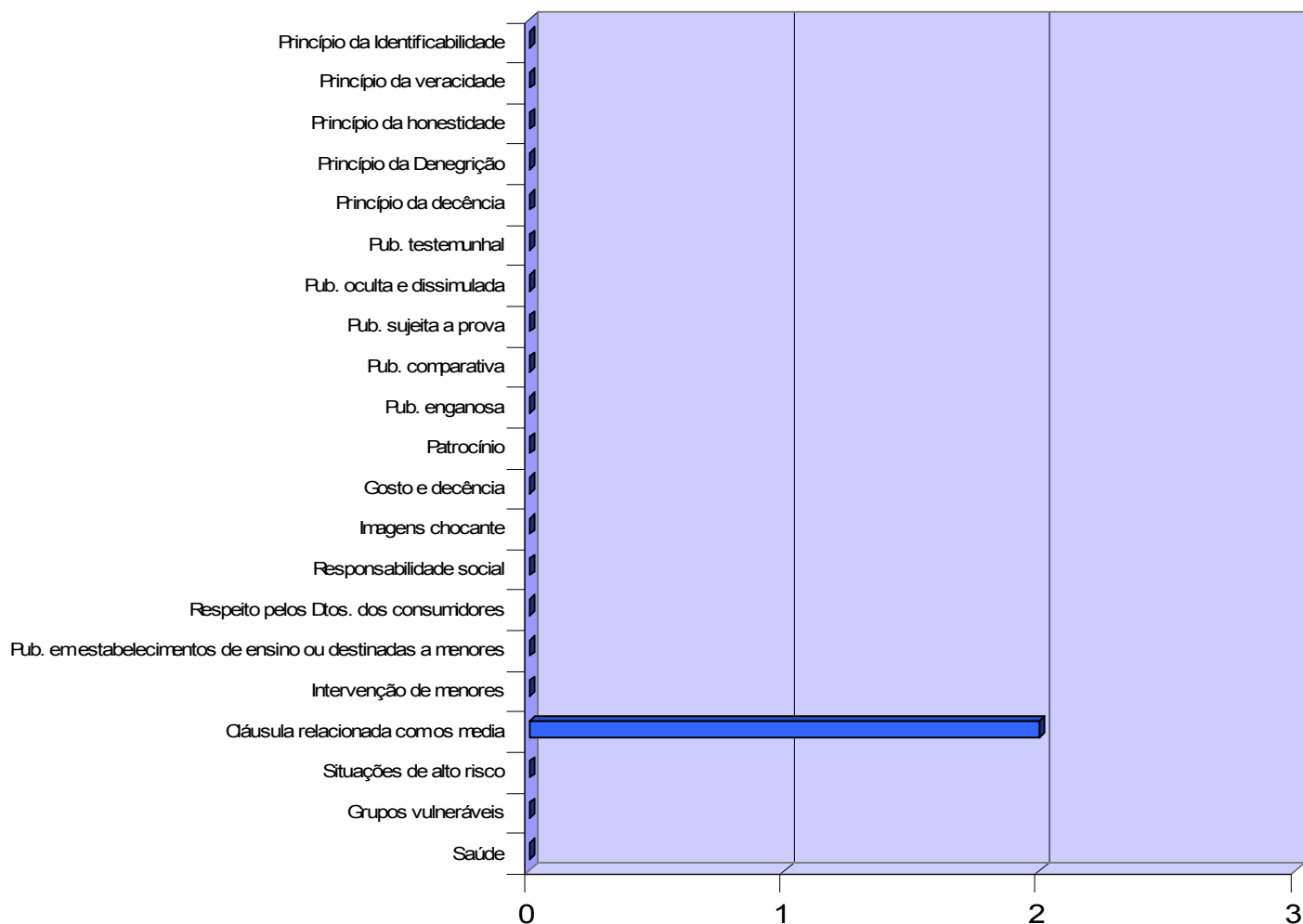


4. RELATÓRIO DA ACTIVIDADE

Enquadramento Ético-Legal

Todos os ilícitos verificados relacionavam-se com a mensagem educacional (cláusula relacionada com os media), no qual se inclui:

- omissão da frase educacional “Seja responsável. Beba com moderação”;
- presente mas desconforme com o Código de Auto-Regulação dos Cervejeiros Portugueses para a comunicação comercial;
- Desconforme com o Código de Conduta do ICAP.

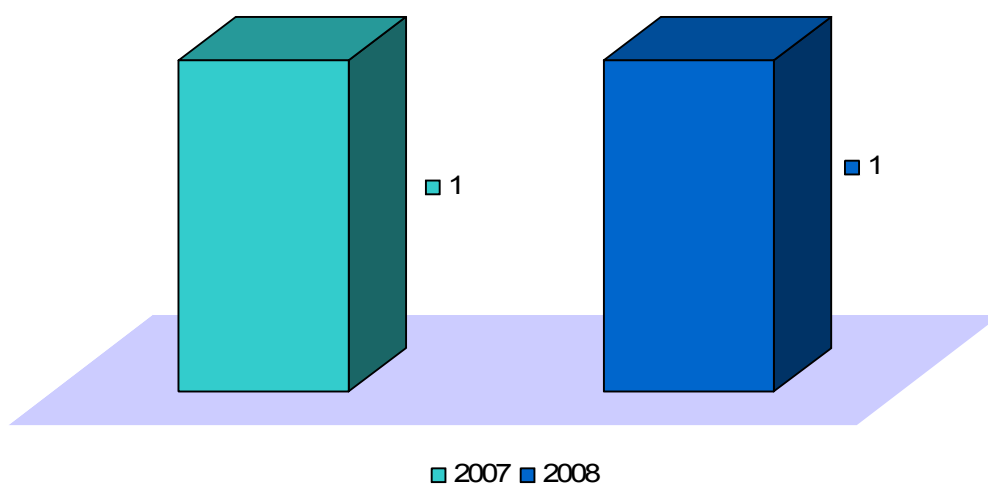




4. RELATÓRIO DA ACTIVIDADE

Prazo de resposta

O tempo de resposta prestado pelo Gabinete Técnico-Legal do ICAP foi de um dia útil, prazo efectivamente muito diminuto, o que eleva a qualidade e a fundamentação contínua deste sistema.





5. CONCLUSÃO

O relatório de actividade a que se refere este sumário executivo foi realizado com o objectivo de demonstrar o compromisso entre as duas entidades que firmaram o Protocolo em prol da defesa de uma publicidade lícita, honesta e verdadeira em relação ao mercado e à defesa dos consumidores, comprovando a responsabilidade e o esforço assumido pela Indústria em relação a um produto de carácter extremamente vulnerável quanto ao álcool, equacionando também a necessidade de implementar medidas adicionais e introduzir outras correctivas.

Deste exercício é possível concluir que o desenvolvimento e o detalhe deste sistema contemplam as indicações e medidas minimizadoras constantes no Protocolo e que fundamenta a progressão de um projecto-piloto para um processo continuado e transversal a todos os suportes.
