# Monitorização da Actividade

# 2019

Anúncios novos de **CERVEJAS** com álcool e **SIDRAS**

em suporte de **TELEVISÃO** e **PUBLICIDADE EXTERIOR**

AUTO REGULAÇÃO PUBLICITÁRIA

CERVEJEIROS DE PORTUGAL

1 Introdução

2 Actividade

3 Empresas

4 Marcas | Produtos

5 Resultado da Análise

6 Prazo de Resposta

7 Conclusões

1

# Introdução

De acordo com os últimos anos da monitorização da actividade publicitária cervejeira em Portugal, apresenta-se, em detalhe, o seguinte relatório.

# Introdução

Este documento expõe, em pormenor, toda a actividade de monitorização em suportes de Televisão e Publicidade Exterior registada em 2019, no que concerne a anúncios novos de cervejas com álcool e de sidras e que nos foram remetidos pelas empresas cervejeiras associadas dos Cervejeiros de Portugal, antiga APCV – Associação Portuguesa dos Produtores de Cerveja.

# Introdução

A presente actividade de monitorização é realizada desde 2007 e tem vindo a ser actualizada decorrente das necessidades sentidas pelo sector, nomeadamente com a introdução do suporte Publicidade Exterior em 2014 e com o produto Sidras em 2016, atestando assim o compromisso das empresas cervejeiras em validar a sua publicidade com elevados padrões éticos no âmbito da auto-regulação da comunicação comercial.

Os números crescentes verificados na esmagadora maioria do período analisado, comprovam, e bem, a pertinência e responsabilidade deste sector bem como o respeito pela sociedade civil.

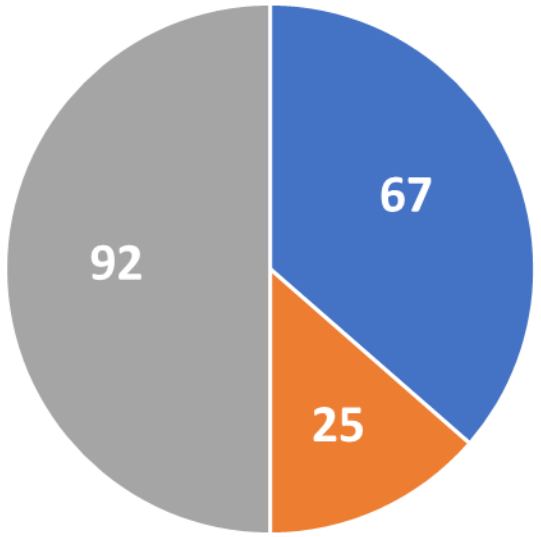
2

# Actividade

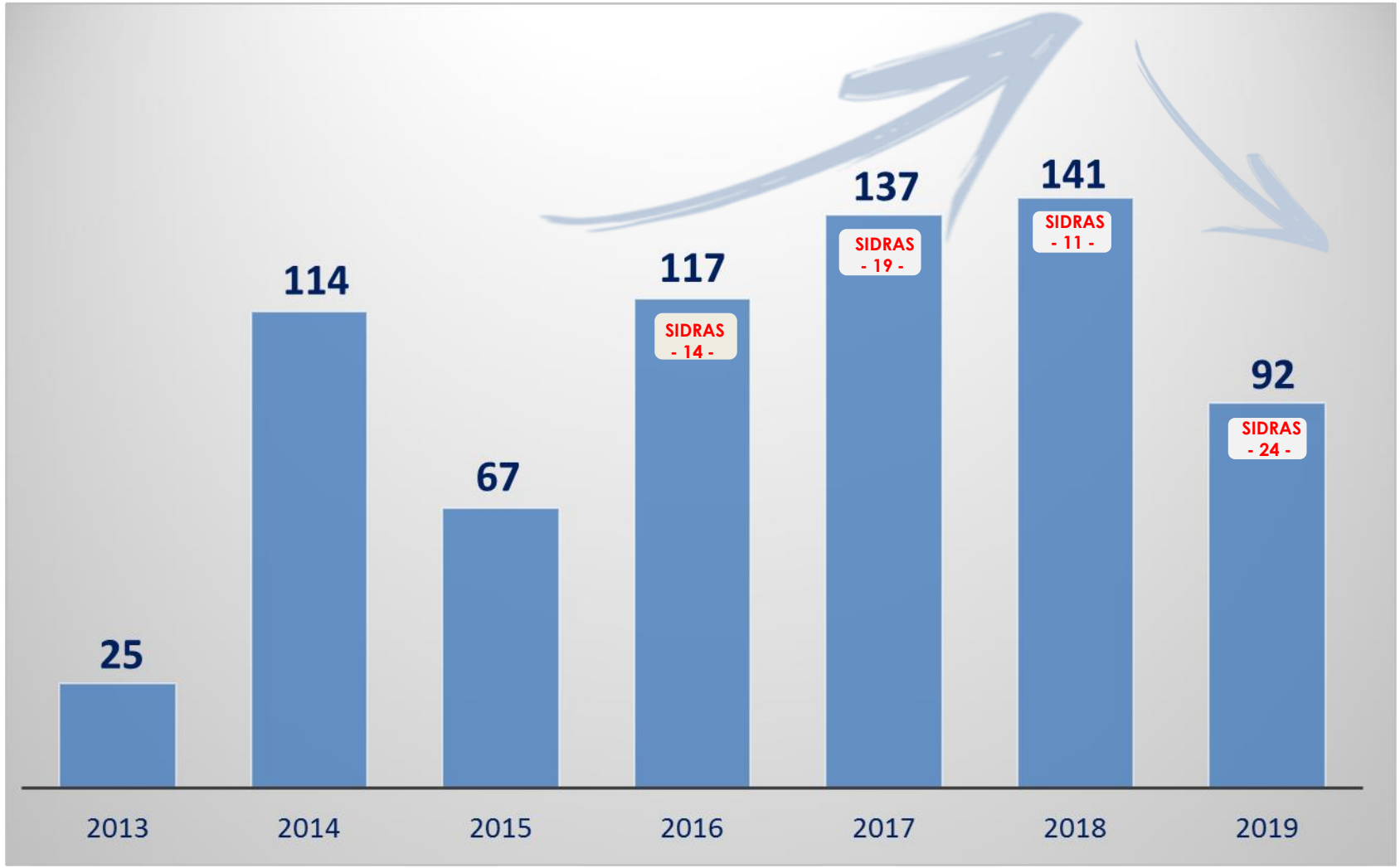
São, neste capítulo, apresentados os dados gerais relativos a 2019 da presente actividade de monitorização.

# Períodos Homólogos

Para um melhor enquadramento, e sempre que se justificar, são expostos, também, dados comparativos com períodos homólogos, dando assim um elevado grau de compreensão do compromisso da actividade do sector cervejeiro e da eficácia da ARP – Auto Regulação Publicitária.




Total 2019
Pub. Exterior
TV




## Actividade Geral

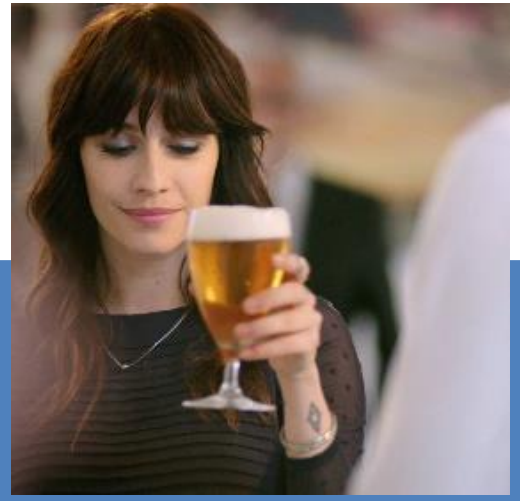
Foram analisados, durante o ano de 2019, um total de **92 anúncios**, com uma clara incidência no suporte **Publicidade Exterior**, representando **72,8%** dos anúncios objecto de monitorização. Comparando com os últimos três anos, **2019** foi o primeiro ano em que se registou um **decréscimo de actividade**.

## Período Homólogo

A actividade de monitorização registada em 2019, apresenta um decréscimo de 34,8% em relação a 2018.

## 2013 - 2019

É de todo oportuno, e tendo apenas como intervalo os últimos sete anos de actividade, relevar o número total de anúncios analisados neste exercício de monitorização, que foi de 693.



## por Suportes

Em 2019, à semelhança do que sucedeu nos últimos três anos, foram monitorizados mais anúncios de Publicidade Exterior vs. Televisão, representando 72,8% de toda a análise.

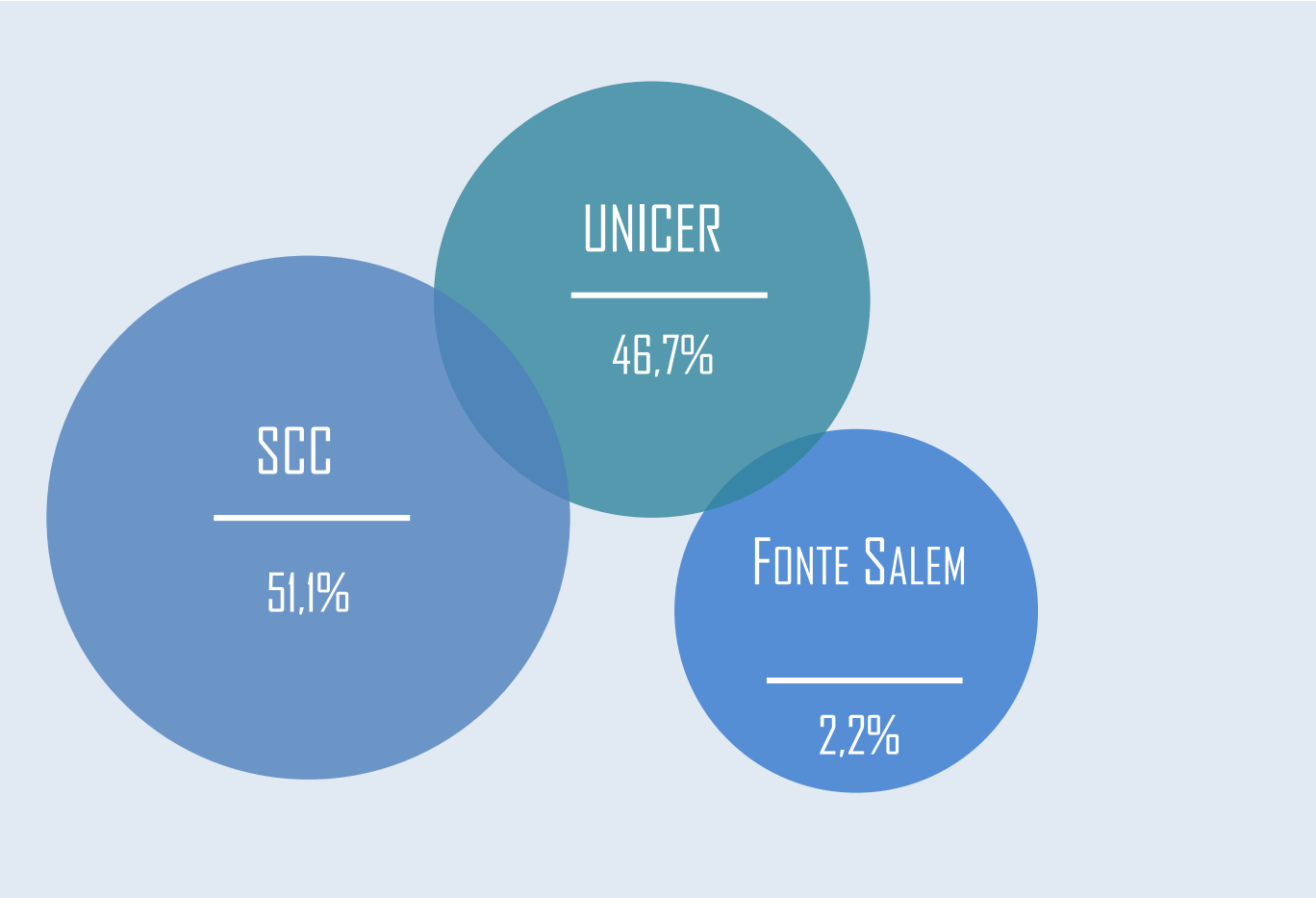
## por Produto

Este é o quarto ano de monitorização das Sidras, em complemento ao produto "Cervejas". Comparando com 2018, as Sidras registaram um aumento na publicidade monitorizada, representando 26% do total de anúncios analisados.

3

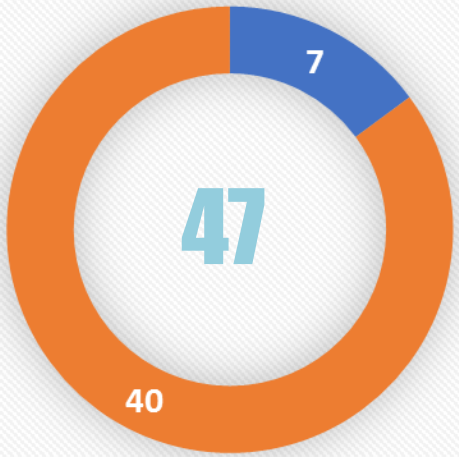
# Empresas

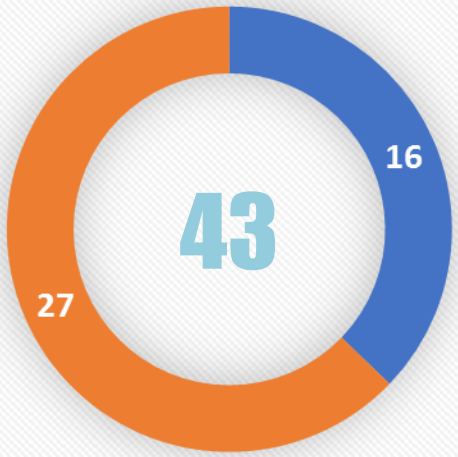
Para um conhecimento mais abrangente desta actividade, detalha-se em seguida as empresas cervejeiras anunciantes que submeteram os seus anúncios à análise da Auto Regulação Publicitária.



Três empresas no total, sendo que 97,8% da actividade geral foi dividida pelos maiores anunciantes cervejeiros nacionais – SCC e UNICER.

Pub. Exterior Televisão



## SCC – Soc. Central de Cervejas

### 47 anúncios

Da totalidade da comunicação publicitária desta empresa, destaca-se, em larga margem, a Publicidade Exterior.

## Unicer

### 43 anúncios

Com 43 anúncios analisados em 2019, destaca-se, ligeiramente, a Publicidade Exterior.

## Fonte Salem

### 2 anúncios

Tal como em 2018, foram monitorizados dois anúncios, Contudo, em 2019, foram registados ambos no suporte Televisão.

4

# Marcas / Produtos

Complementando a actividade empresarial, pormenoriza-se de seguida os anúncios monitorizados relativos ao universo de marcas e produtos de cada uma das empresas.

# Marcas / Produtos

## 9 Marcas comunicadas

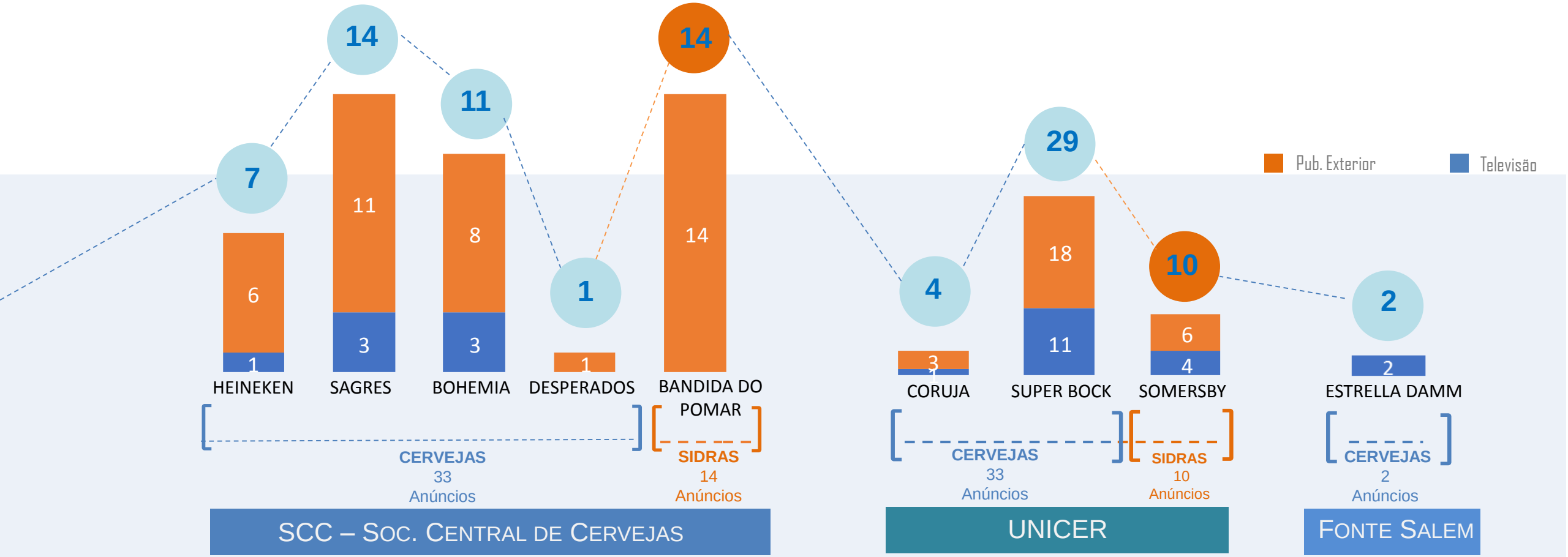
Total de 92 Anúncios

## 7 Marcas de Cervejas

68 Anúncios analisados

## 2 Marcas de Sidras

24 Anúncios monitorizados



# Marcas / Produtos

## Maior Anunciante

A **SCC – Sociedade Central de Cervejas** foi a empresa com mais anúncios monitorizados, tendo tido mais marcas/produtos com anúncios submetidos a esta actividade de Monitorização.

## Marca mais Comunicada

A marca com mais anúncios monitorizados foi a **SUPER BOCK,** da empresa UNICER.

## Cervejas vs. Sidras

A aposta das empresas cervejeiras nas Sidras aumentou, , representando, em 2019, 26% do total de anúncios monitorizados. Regista-se assim um aumento de 118% nesta categoria de produto em relação a 2018.

5

# Resultado da Análise

Os próximos dados permitem observar a actividade de monitorização em termos de conformidade, quer no âmbito global, quer no âmbito de suporte e marca/produto.

# Resultado da Análise

C

## CONFORMIDADE DA ANÁLISE 2019

**97,8%** [90 Anúncios]

## SUPORTES

TV
**100%** de anúncios em conformidade

Pub. Exterior
97% de anúncios em conformidade

S

T

## TRAMITAÇÃO

2 Anúncios modificados e reanalisados passando a estar em Conformidade

## ANÚNCIOS C/ OBSERVAÇÕES 2019

**2,2%** [2 Anúncios]

O

# Resultado da Análise

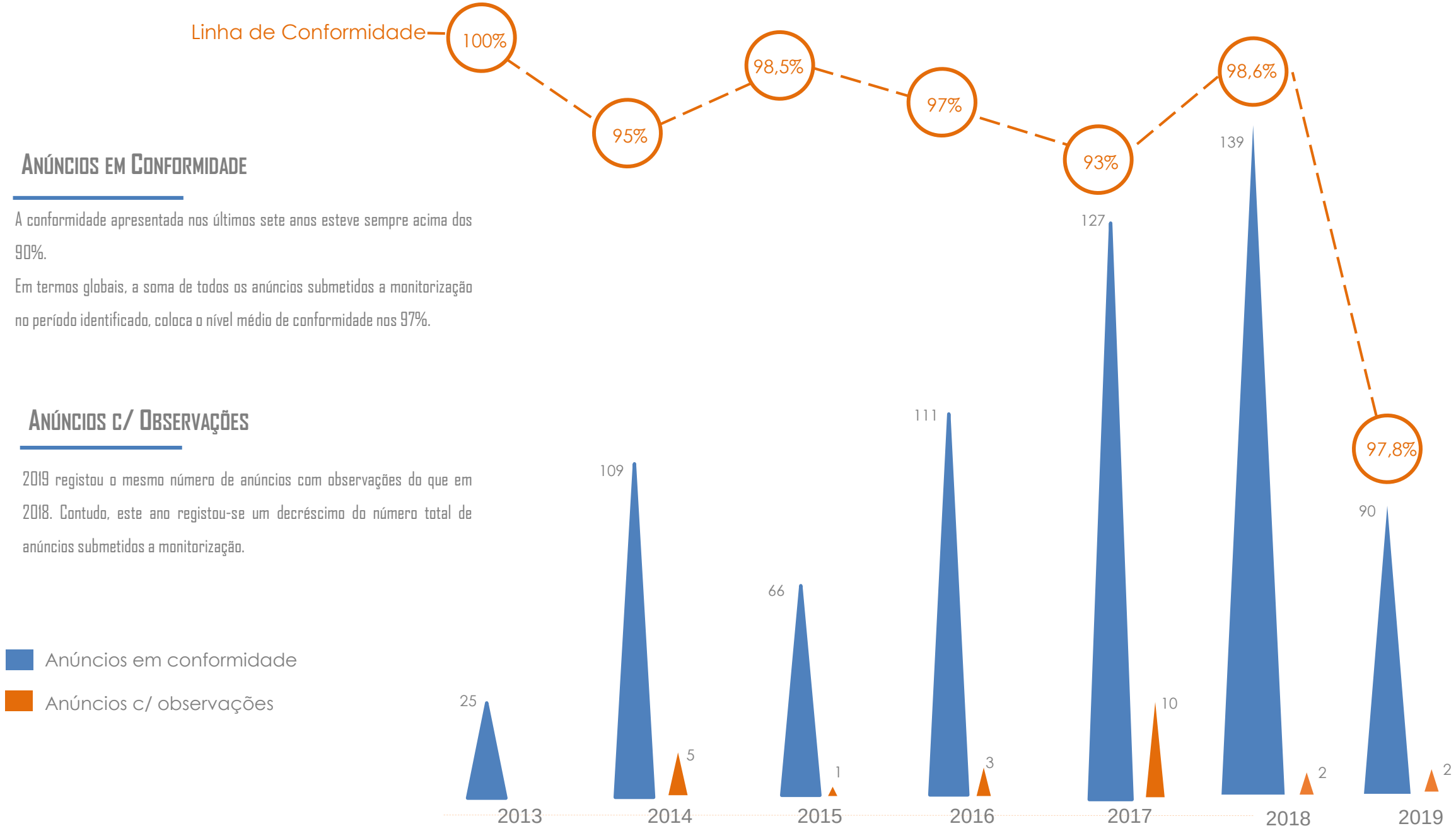
## Anúncios em Conformidade

A conformidade apresentada nos últimos sete anos esteve sempre acima dos 90%.

Em termos globais, a soma de todos os anúncios submetidos a monitorização no período identificado, coloca o nível médio de conformidade nos 97%.

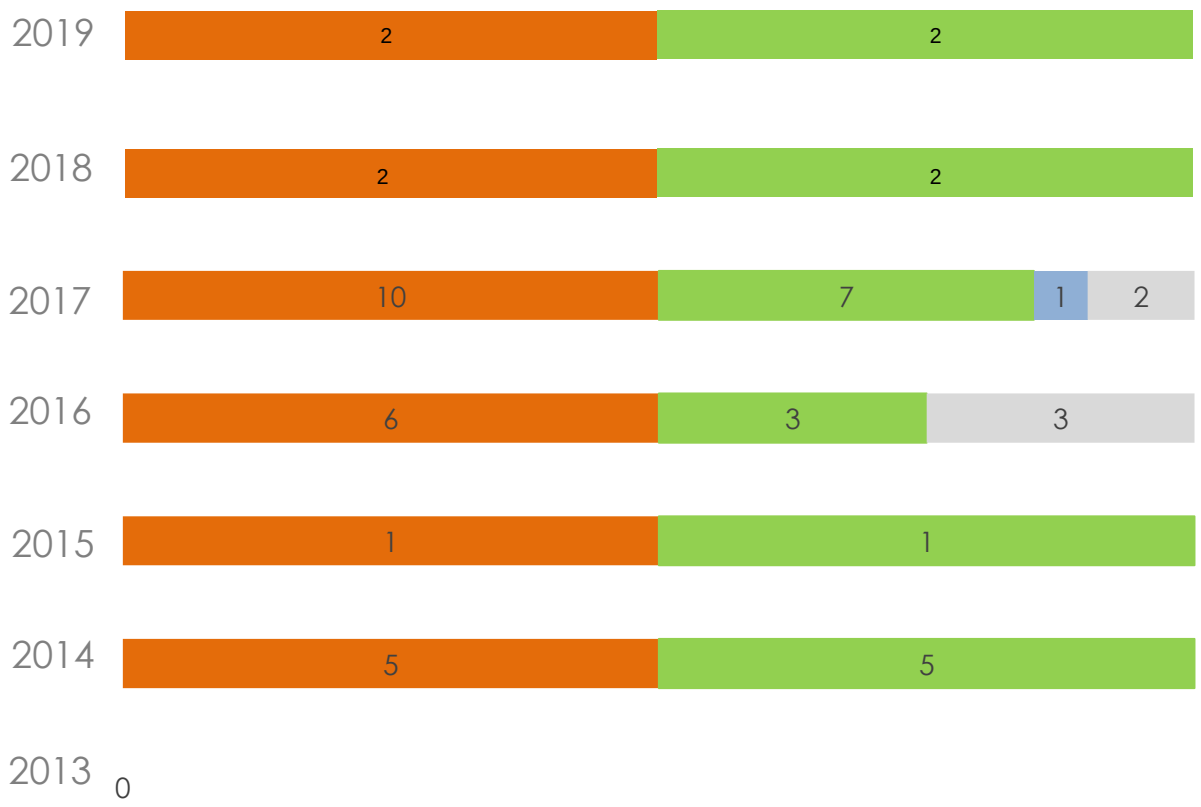
## Anúncios c/ Observações

2019 registou o mesmo número de anúncios com observações do que em 2018. Contudo, este ano registou-se um decréscimo do número total de anúncios submetidos a monitorização.



# Resultado da Análise

## Anúncios com Observações




Em complemento ao gráfico anterior, salienta-se a total concordância com as decisões da Auto Regulação Publicitária, através da rectificação dos anúncios com os ilícitos levantados pelo Gabinete Técnico Jurídico, Para-Órgão responsável por esta actvidade de monitorização.

- Anúncios c/ Observações
- Anúncios Modificados/Rectificados pelo Anunciante
- Transitou para JE – Júri de Ética
- Outros

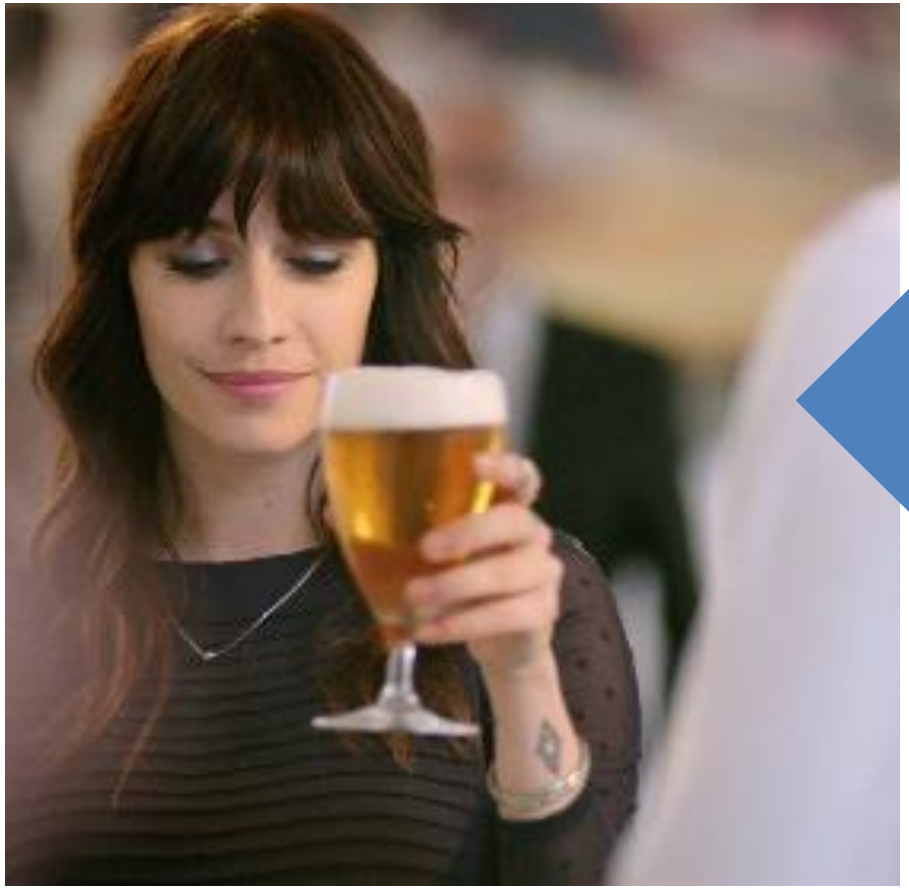
## Anúncios com Observações

Dos 2 anúncios de Publicidade Exterior identificados com observações durante o ano de 2019, as inconformidades identificadas referiam-se à **frase educacional**, que não ocupava a dimensão prevista no Código de Auto-Regulação dos Cervejeiros Portugueses. Ressalva-se aqui que esta inconformidade é unicamente do âmbito da Auto Regulação Publicitária, que inscreve elevados padrões de actuação ética.

**2** Anúncios de PUBLICIDADE EXTERIOR

**1** Anúncio de SIDRA

**1** Anúncio de CERVEJA



6

# Prazo de resposta

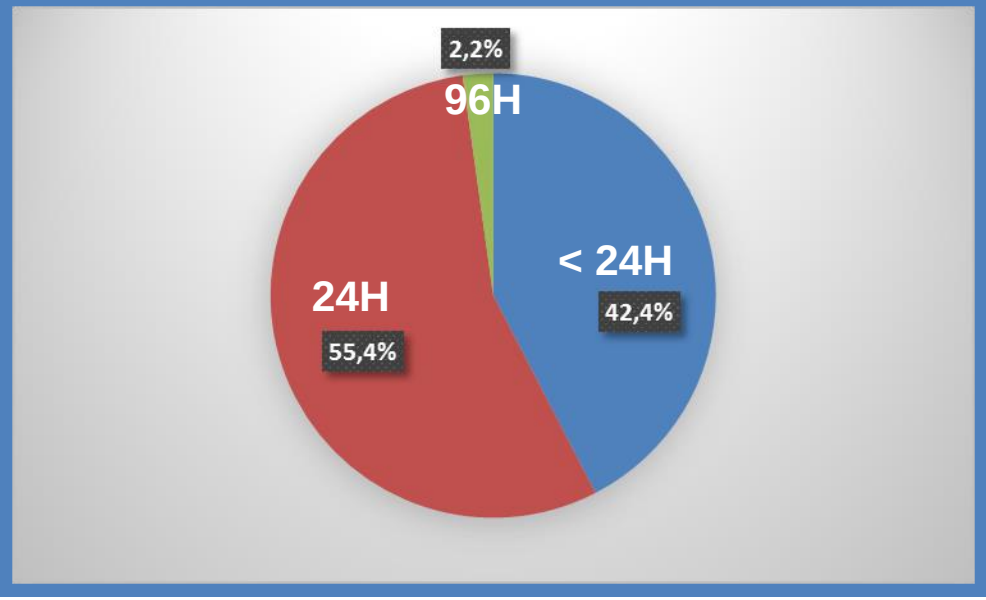
Apresenta-se de seguida, os dados relativos ao tempo que a Auto Regulação Publicitária demorou a dar uma resposta aos pedidos de análise, dando assim abertura a uma compreensão plena em relação à sua celeridade e eficácia.

# Prazo de Resposta

Dos 92 anúncios monitorizados em 2019, 97,8% obteve uma resposta no prazo de um dia útil.

A resposta para os restantes 2 anúncios foi dada em 96H.

Ainda sobre a re-análise necessária após modificação/rectificação dos anúncios com observações, a resposta da Auto Regulação Publicitária foi dada em 24H.



7

# Conclusões

Depois de exposta toda a actividade de monitorização decorrida em 2019, e ainda com a comparação necessária com períodos homólogos, permitindo assim um nível de compreensão mais abrangente, seguem-se ainda as conclusões pertinentes retiradas deste exercício.

# Conclusões

## Actividade

2019 foi o primeiro ano em que se registou um decréscimo de actividade, representando uma diminuição de 34,8% face ao período homólogo.

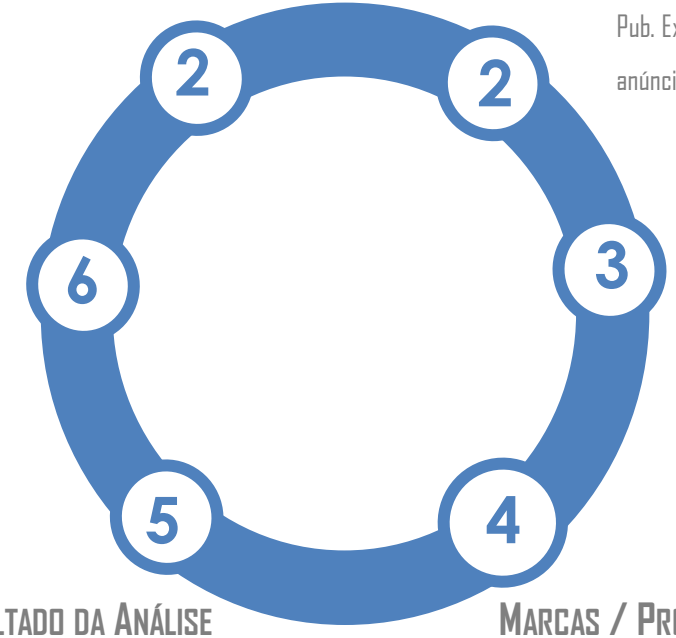
## Actividade / Suportes

Desde 2014 que esta actividade de monitorização contempla também, para além do suporte TV, a Pub. Exterior, no que concerne aos formatos 8x3 e Mupis.

2019 deu continuidade ao já registado nos últimos anos, em que os anúncios monitorizados de Pub. Exterior superaram, em larga escala, os anúncios de TV, representando este ano 72,8% dos anúncios analisados.

## Prazo de Resposta

A eficácia da Auto Regulação Publicitária está bem justificada pelo curto prazo de resposta às solicitações de análise, visto que 97,8% dos anúncios foram analisados no prazo de 24H e os restantes 2 anúncios em 96H.




## Empresas

O ano de 2019 foi, tal como 2018, preconizado por três intervenientes e 97,8% da actividade foi dividida pelos dois maiores anunciantes cervejeiros nacionais: SCC e UNICER.

## Resultado da Análise

Os anúncios identificados c/ observações e que foram divulgados, foram rectificados de imediato, sendo prova evidente do respeito que as empresas depositam na ARP.

## Marcas / Produtos

Para além das Cervejas, esta actividade contempla, desde 2016, também as Sidras. Em 2019, foram monitorizados anúncios de 7 marcas de Cervejas e de 2 marcas de Sidras, registando-se um reforço significativo da aposta das empresas cervejeiras nas Sidras, que representaram, este ano, 26% do total de anúncios analisados, o que equivale a um aumento de 118% nesta categoria de produto em relação ao ano anterior.

# 2019

Anúncios novos de **CERVEJAS** com álcool e **SIDRAS**

em suporte de **TELEVISÃO** e **PUBLICIDADE EXTERIOR**

AUTO REGULAÇÃO PUBLICITÁRIA

www.auto-regulacaopublicitaria.pt