



MONITORIZAÇÃO DA ACTIVIDADE

2020

Anúncios novos de **CERVEJAS** com álcool e **SIDRAS**
em suporte de **TELEVISÃO** e **PUBLICIDADE EXTERIOR**







INTRODUÇÃO

Apresenta-se, em detalhe, o relatório de monitorização da actividade publicitária cervejeira em Portugal, à semelhança do que tem sido feito nos últimos anos.

Este documento expõe, em pormenor, toda a actividade de monitorização em suportes de Televisão e Publicidade Exterior registada em 2020, 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 verificados na esmagadora maioria do período analisado, comprovam a pertinência e responsabilidade deste sector.





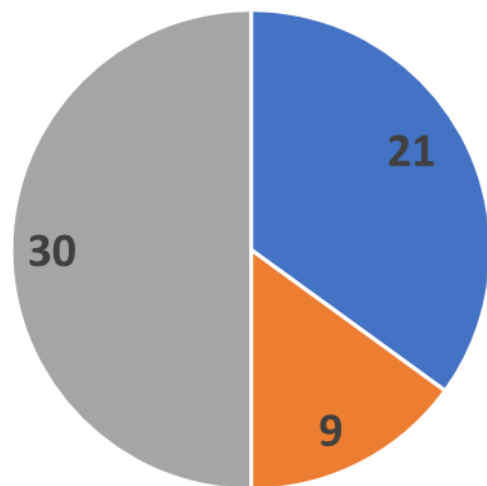
ACTIVIDADE

São, neste capítulo, apresentados os dados gerais relativos a 2020 da presente actividade de monitorização.

PERÍODOS HOMÓLOGOS

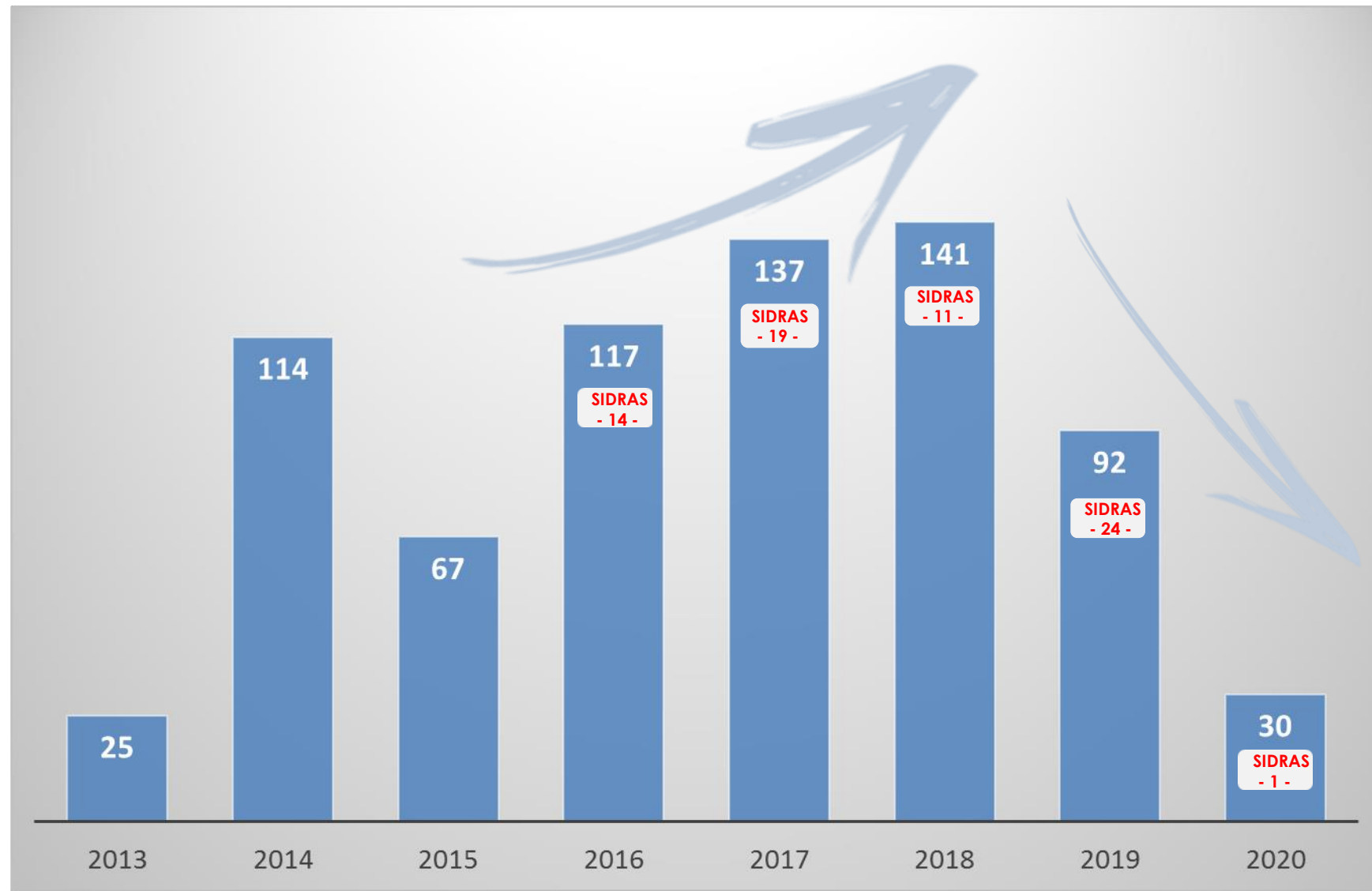
Para um melhor enquadramento, e sempre que se justificar, são expostos, também, dados comparativos com períodos homólogos, dando assim um elevado grau de compreensão do compromisso da actividade do sector cervejeiro e da eficácia da ARP – Auto Regulação Publicitária.



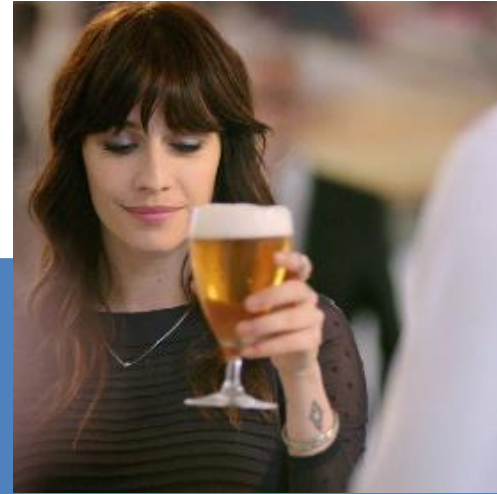


- Total 2020
- Pub. Exterior
- TV

ACTIVIDADE GERAL



Foram analisados, durante o ano de 2020, um total de **30 anúncios**, com uma clara incidência no suporte **Publicidade Exterior**, representando **70%** dos anúncios objecto de monitorização. Comparando com os últimos três anos, **2020** foi o ano em que se registou um maior **decréscimo de actividade**.



PERÍODO HOMÓLOGO

A actividade de monitorização registada em 2020, apresenta um decréscimo de 67,4% em relação a 2019.

2013 - 2020

É de todo oportuno, e tendo apenas como intervalo os últimos oito anos de actividade, relevar o número total de anúncios analisados neste exercício de monitorização, que foi de 723.

POR SUPORTES

Em 2020, à semelhança do que sucedeu nos últimos quatro anos, foram monitorizados mais anúncios de Publicidade Exterior vs. Televisão, representando 70% de toda a análise.

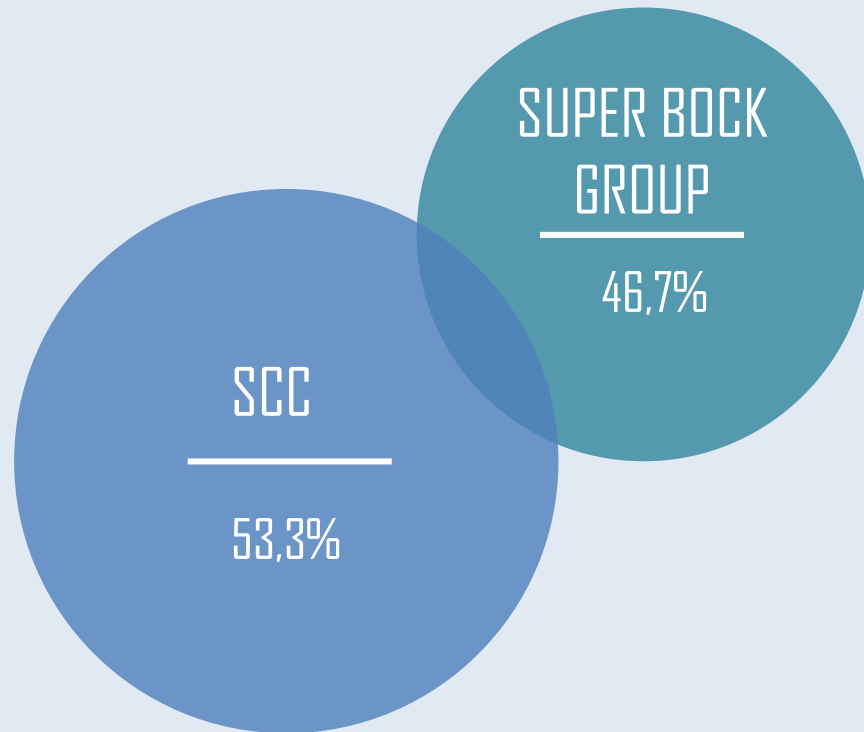
POR PRODUTO

Este é o quinto ano de monitorização das Sidras, em complemento ao produto “Cervejas”. Comparando com 2019, as Sidras registaram um decréscimo na publicidade monitorizada, representando 3% do total de anúncios analisados.



EMPRESAS

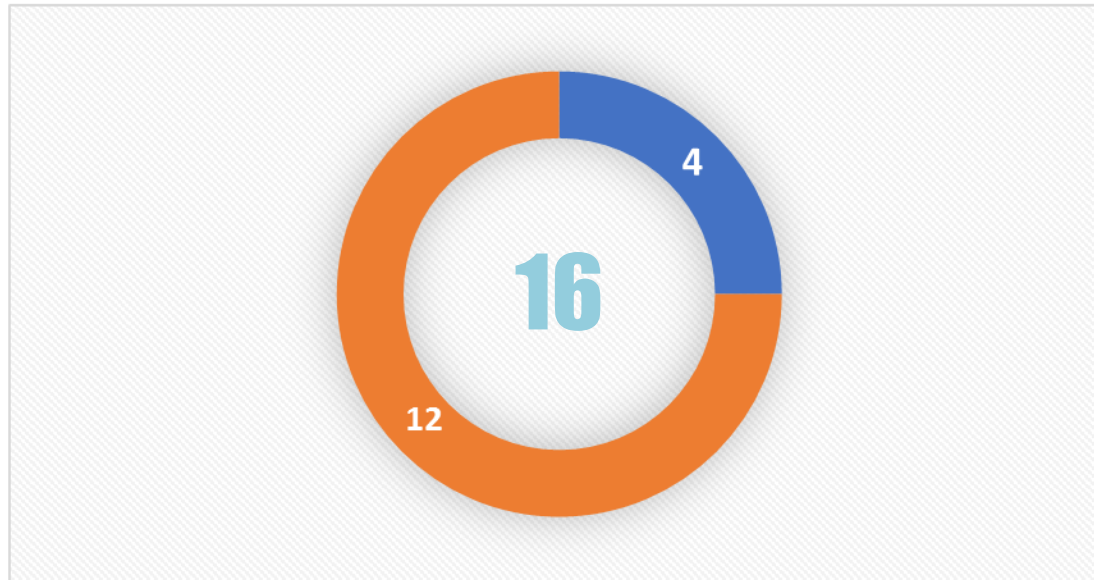
Para um conhecimento mais abrangente desta actividade, detalha-se, em seguida, as empresas cervejeiras anunciantes que submeteram os seus anúncios à análise da Auto Regulação Publicitária.



100% da actividade geral foi dividida pelos maiores anunciantes cervejeiros nacionais – SCC e SUPER BOCK GROUP.

■ Pub. Exterior

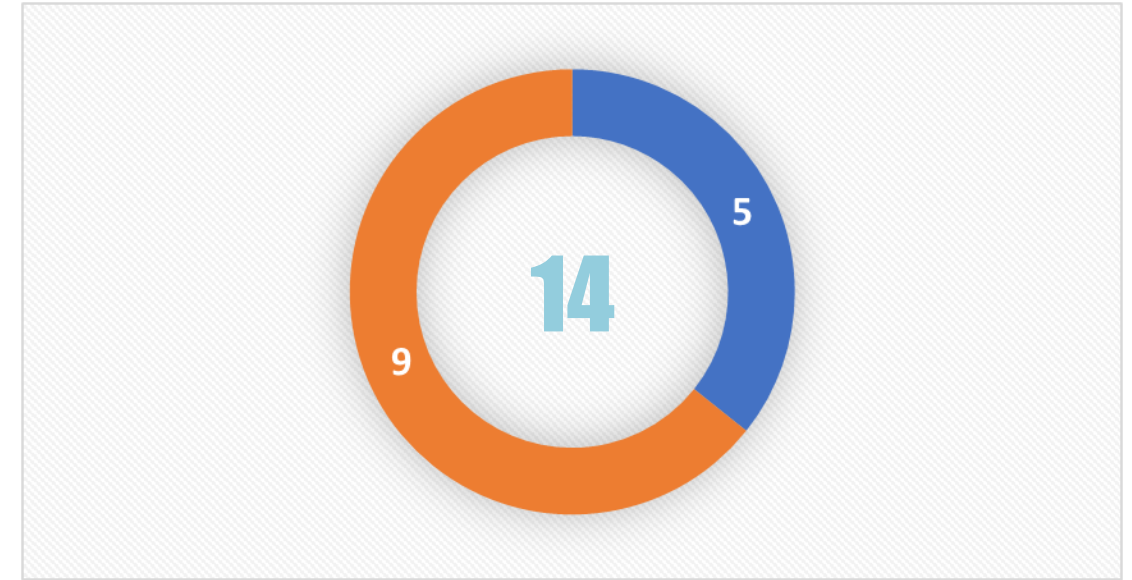
■ Televisão



SCC – SOC. CENTRAL DE CERVEJAS

16 anúncios

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



SUPER BOCK GROUP

14 anúncios

Com 14 anúncios analisados em 2020, destaca-se, igualmente, a Publicidade Exterior.



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

5 MARCAS COMUNICADAS

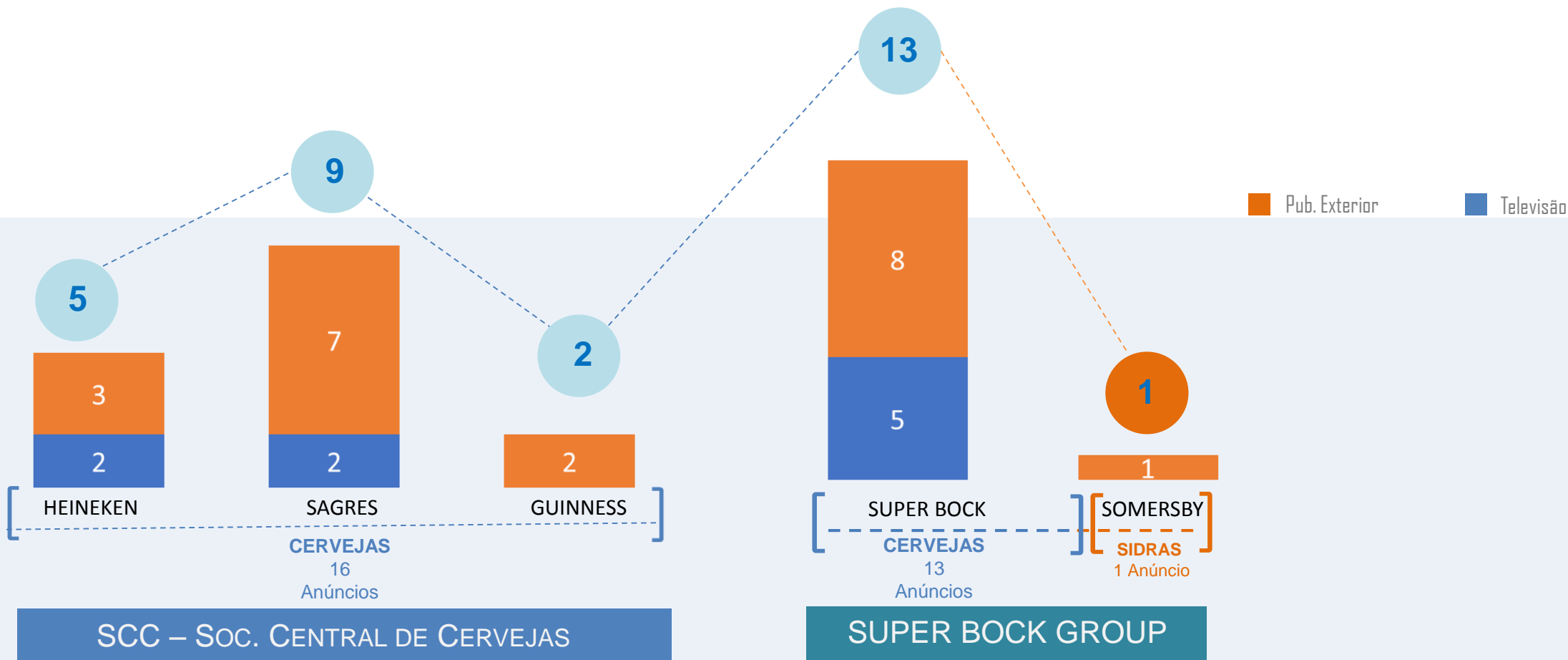
Total de 30 Anúncios

4 MARCAS DE CERVEJAS

29 Anúncios analisados

1 MARCA DE SIDRAS

1 Anúncio monitorizado



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 **SUPER BOCK GROUP**.

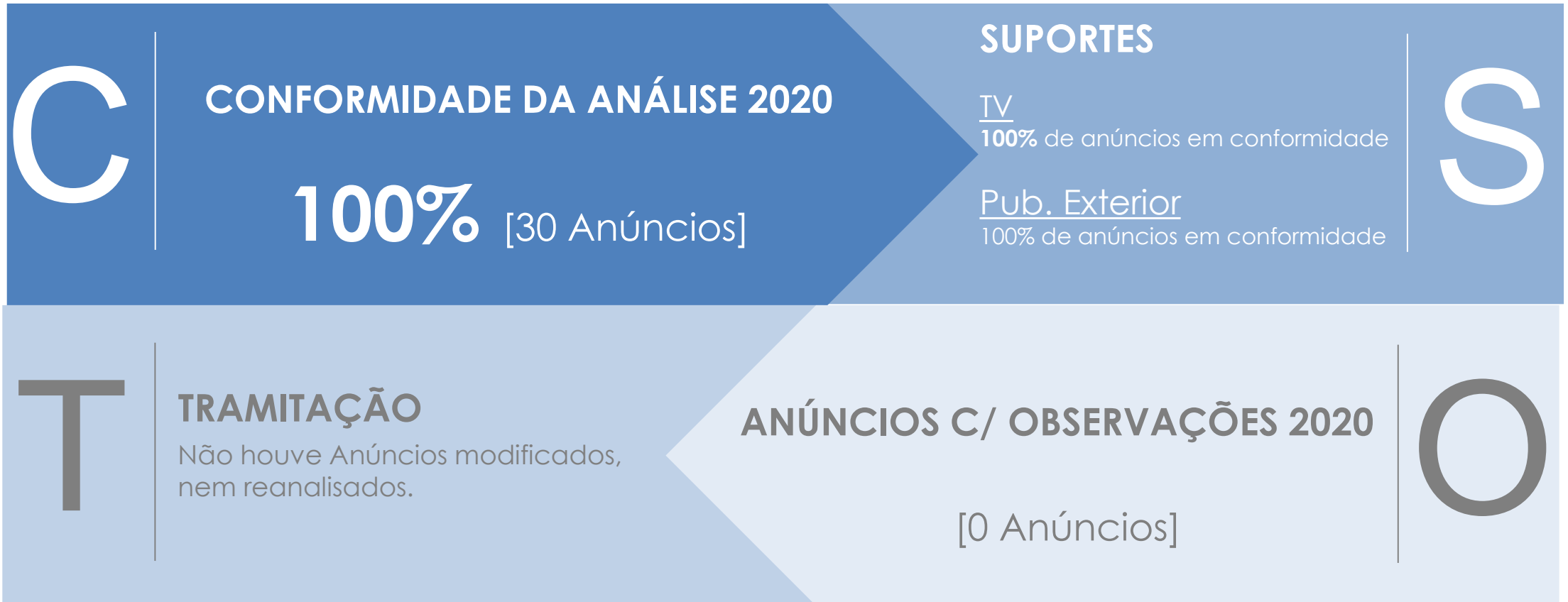
CERVEJAS VS. SIDRAS

A aposta das empresas cervejeiras nas Sidras diminuiu, representando, em 2020, 3% do total de anúncios monitorizados. Regista-se assim um decréscimo de 96% nesta categoria de produto em relação a 2019.



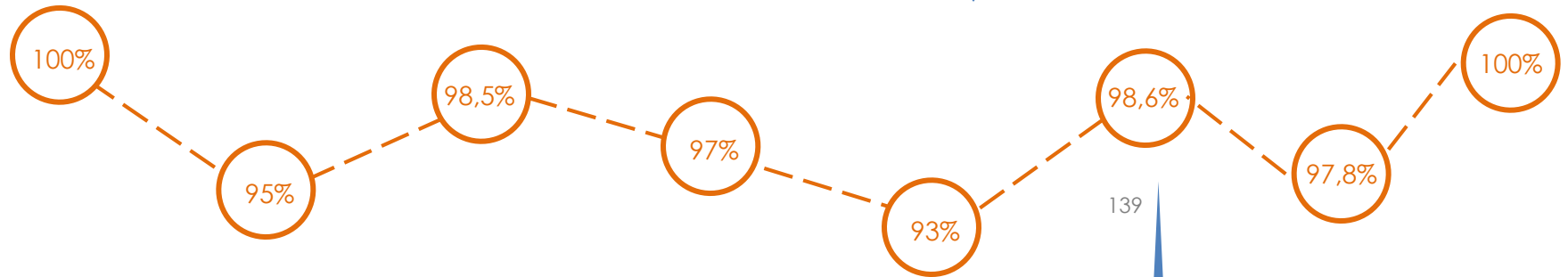
RESULTADO DA ANÁLISE

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

Linha de Conformidade



ANÚNCIOS EM CONFORMIDADE

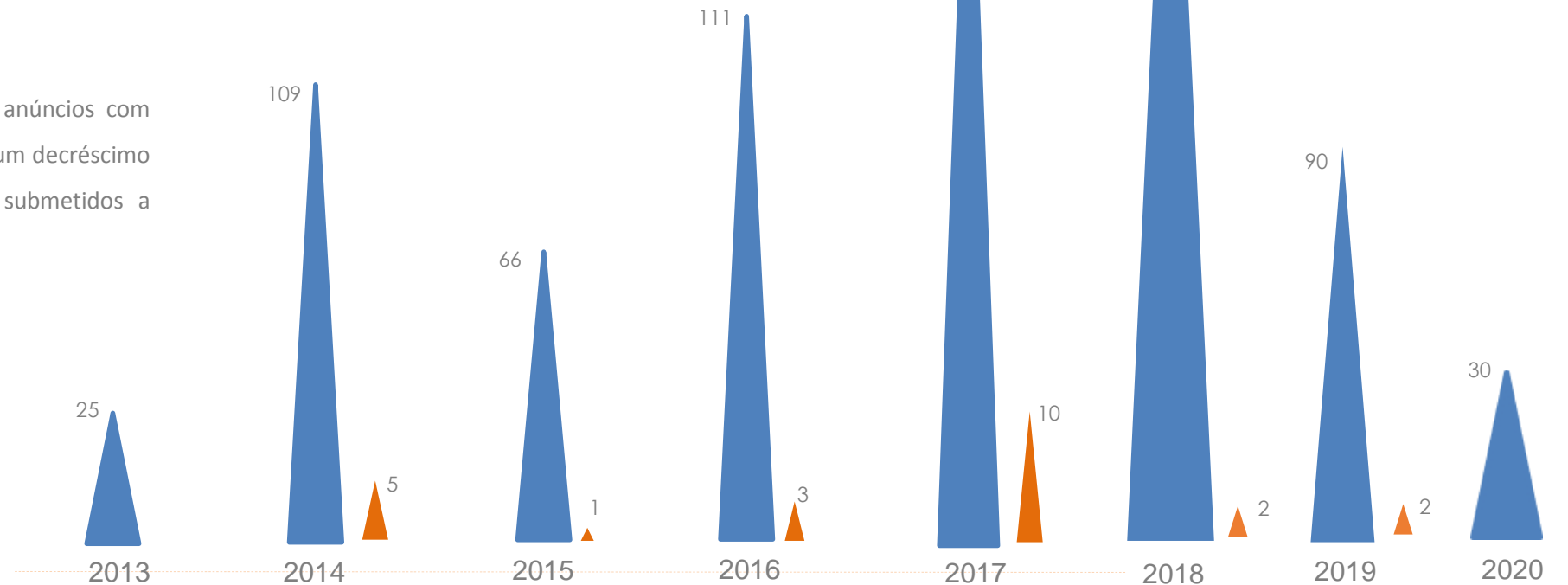
A conformidade apresentada nos últimos oito anos esteve sempre acima dos 90%.

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

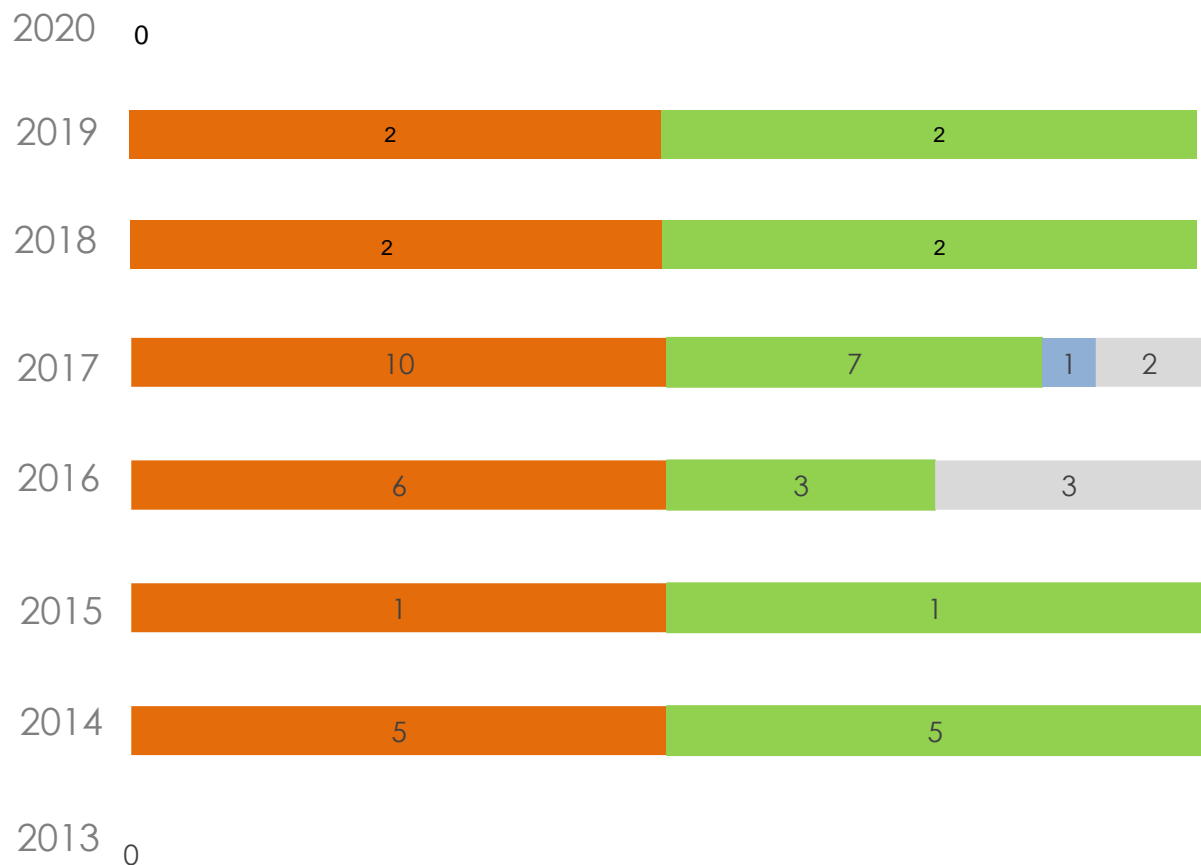
ANÚNCIOS c/ OBSERVAÇÕES

Em 2020, não foram registados quaisquer anúncios com observações. Contudo, este ano registou-se um decréscimo acentuado do número total de anúncios submetidos a monitorização.

- Anúncios em conformidade
- Anúncios c/ observações

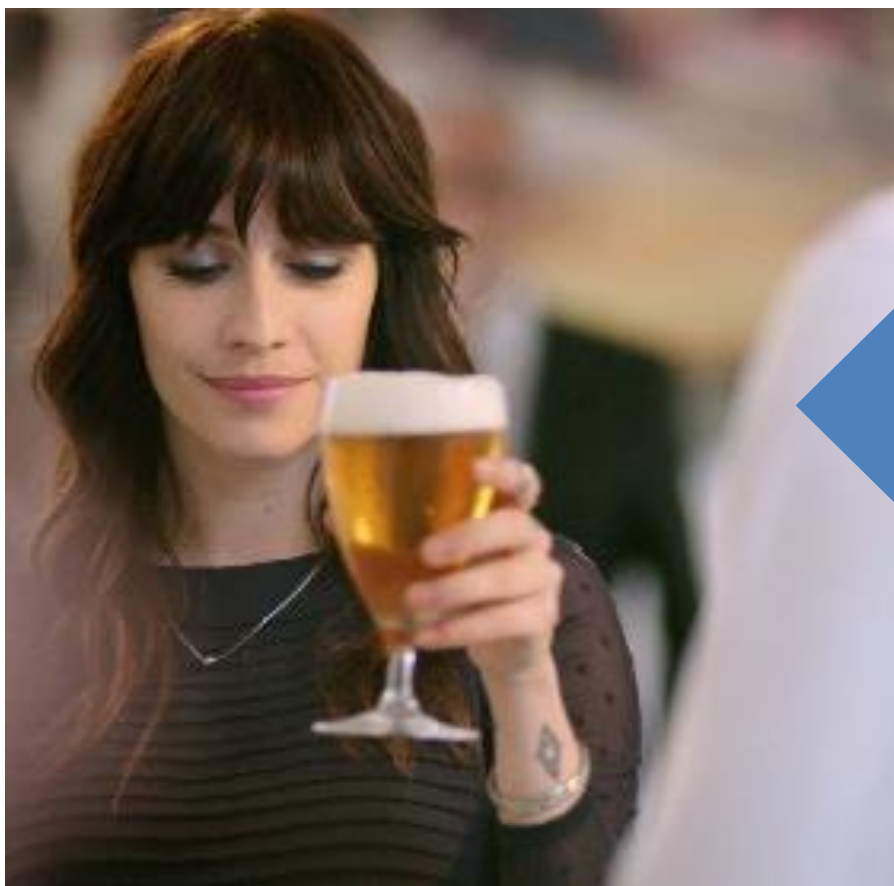


ANÚNCIOS COM OBSERVAÇÕES



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



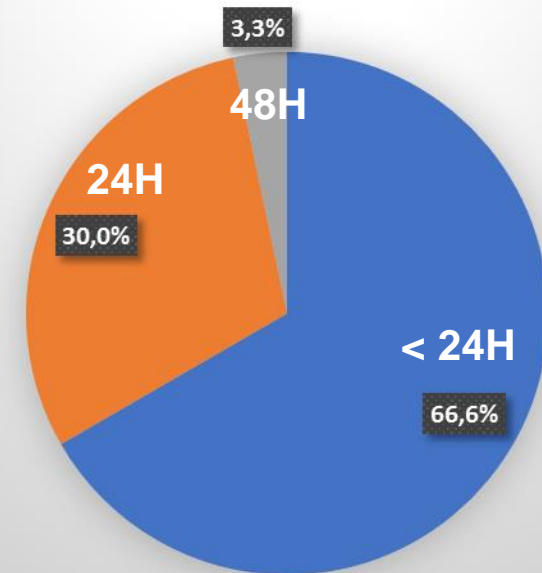
PRAZO DE RESPOSTA

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 30 anúncios monitorizados em 2020, 96,6% obteve uma resposta no prazo de um dia útil.





7

CONCLUSÕES

Depois de exposta toda a actividade de monitorização decorrida em 2020, 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.

ACTIVIDADE

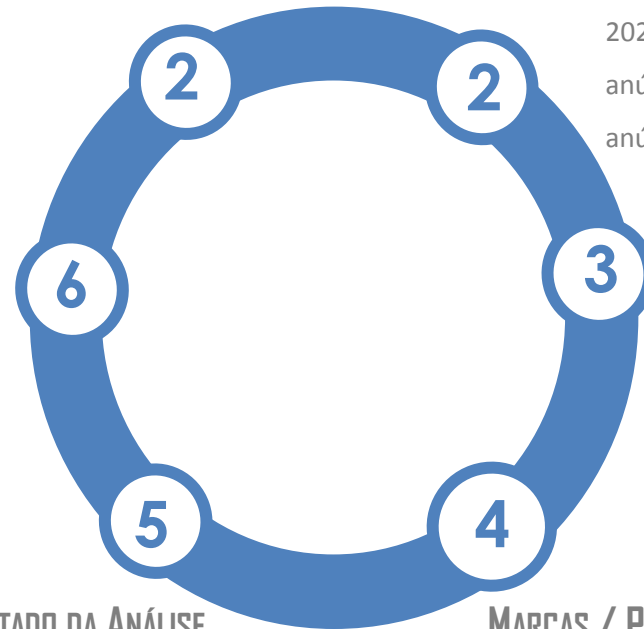
2020 foi o segundo ano em que se registou um decréscimo de actividade, representando uma diminuição de 67% face ao período homólogo.

PRAZO DE RESPOSTA

A eficácia da Auto Regulação Publicitária está bem justificada pelo curto prazo de resposta às solicitações de análise, visto que 96,6% dos anúncios foram analisados no prazo de 24H, tendo sido apenas 1 anúncio analisado em 48H.

RESULTADO DA ANÁLISE

Em 2020, a conformidade da análise foi de 100%, não tendo sido necessário rectificar anúncios, nem proceder às respectivas reanálises.



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.

2020 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 70% dos anúncios analisados.

EMPRESAS

O ano de 2020 foi protagonizado por dois intervenientes e a totalidade da actividade foi dividida pelos dois maiores anunciantes cervejeiros nacionais: SCC e SUPER BOCK GROUP.

MARCAS / PRODUTOS

Para além das Cervejas, esta actividade contempla, desde 2016, também as Sidras. Em 2020, foram monitorizados anúncios de 4 marcas de Cervejas e de uma marca de Sidras, registando-se uma diminuição da aposta das empresas cervejeiras nas Sidras, que representaram, este ano, 3% do total de anúncios analisados, o que equivale a um decréscimo de 96% nesta categoria de produto em relação ao ano anterior.

2020

Anúncios novos de **CERVEJAS** com álcool e **SIDRAS**
em suporte de **TELEVISÃO** e **PUBLICIDADE EXTERIOR**



**AUTO
REGULAÇÃO
PUBLICITÁRIA**

www.auto-regulacaopublicitaria.pt

