



MONITORIZAÇÃO DA ACTIVIDADE

2024

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



**AUTO
REGULAÇÃO
PUBLICITÁRIA**







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.

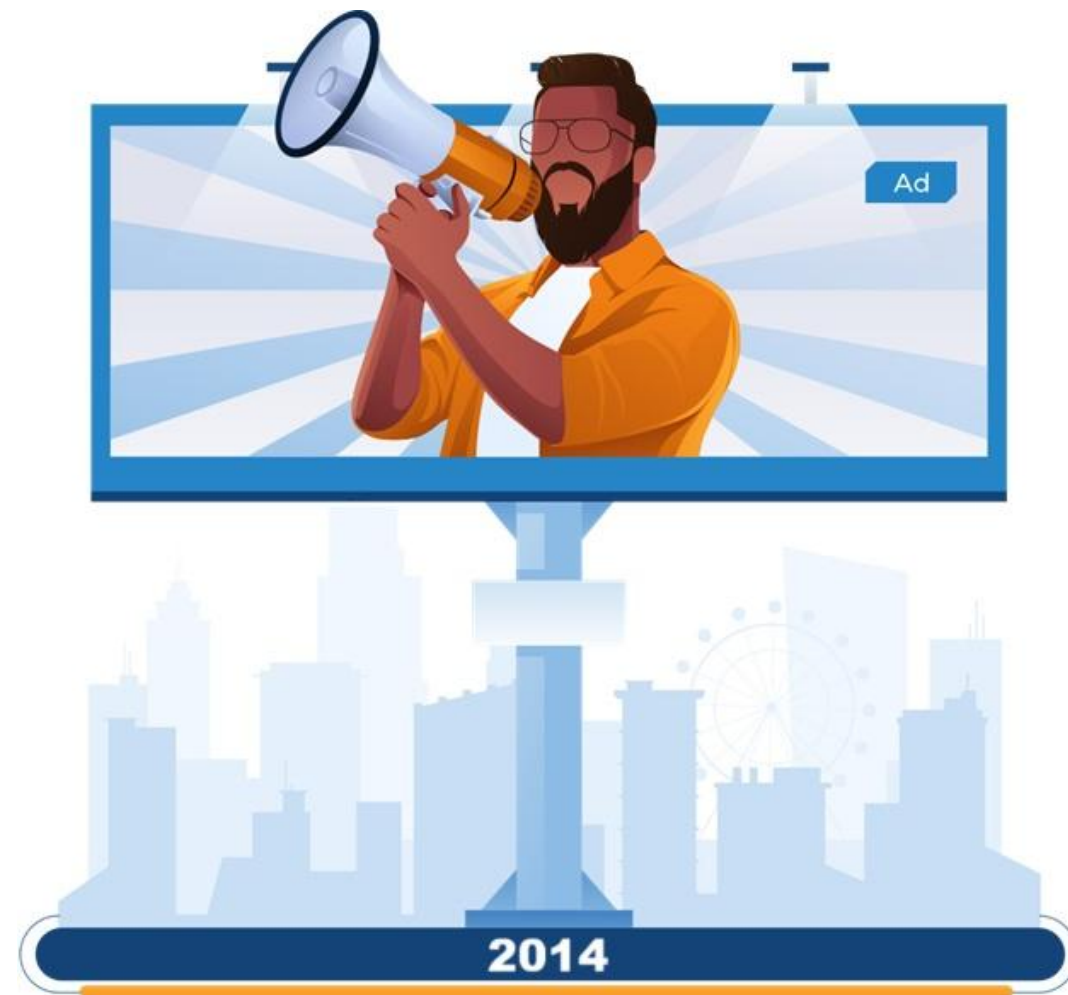
Este documento expõe, em pormenor, toda a actividade de monitorização em suportes de Televisão e Publicidade Exterior registada em 2024, no que concerne a anúncios novos de cervejas com álcool e de sidras e que nos foram remetidos pelas empresas cervejeiras associadas da Cervejeiros de Portugal.

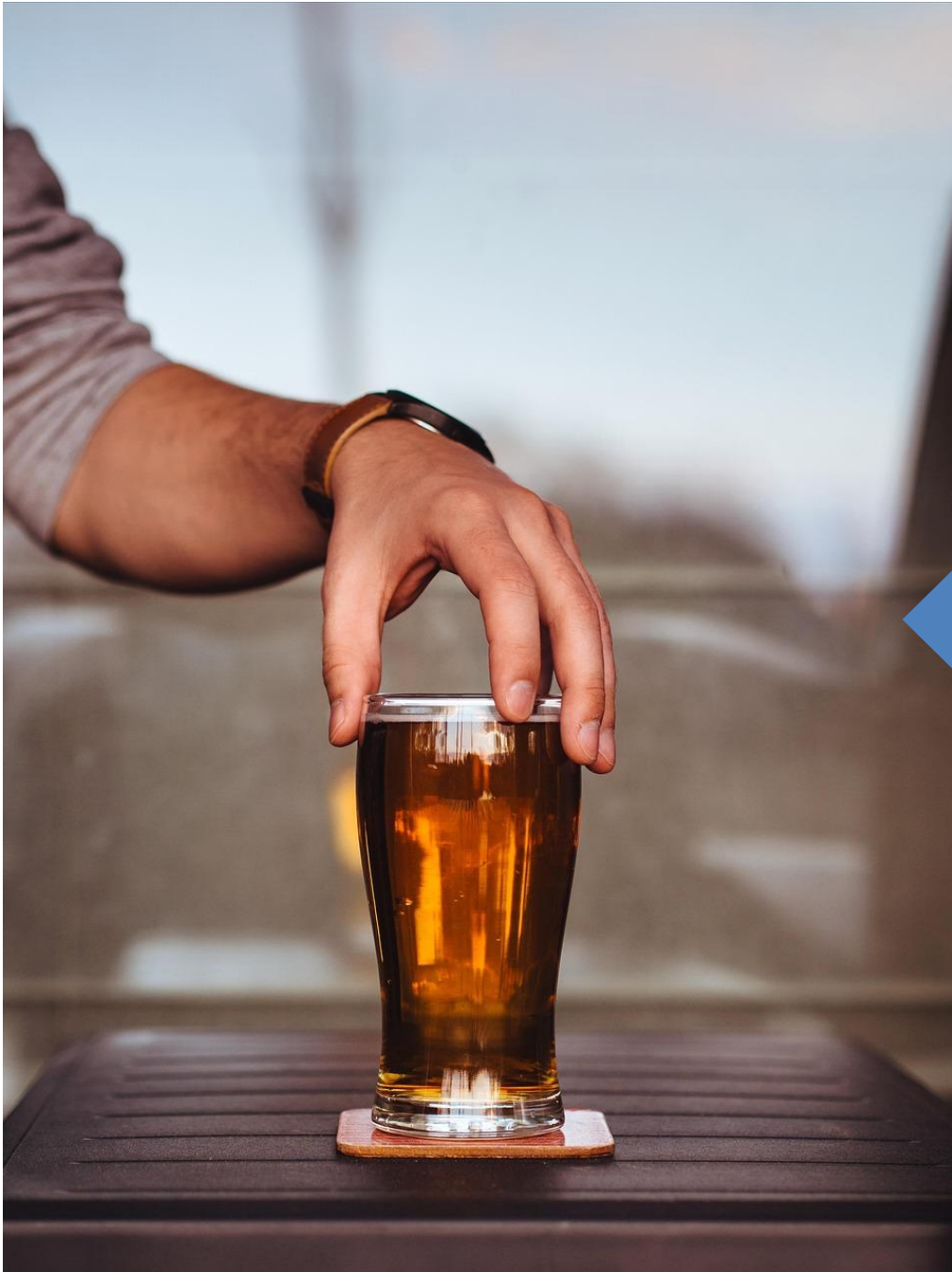


INTRODUÇÃO

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, assegurando elevados padrões éticos no âmbito da auto-regulação da comunicação comercial.

Os números verificados no período analisado, comprovam a pertinência e responsabilidade deste sector.





2

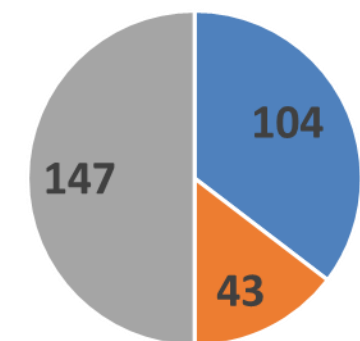
ACTIVIDADE

São, neste capítulo, apresentados os dados gerais, relativos a 2024, da presente actividade de monitorização.

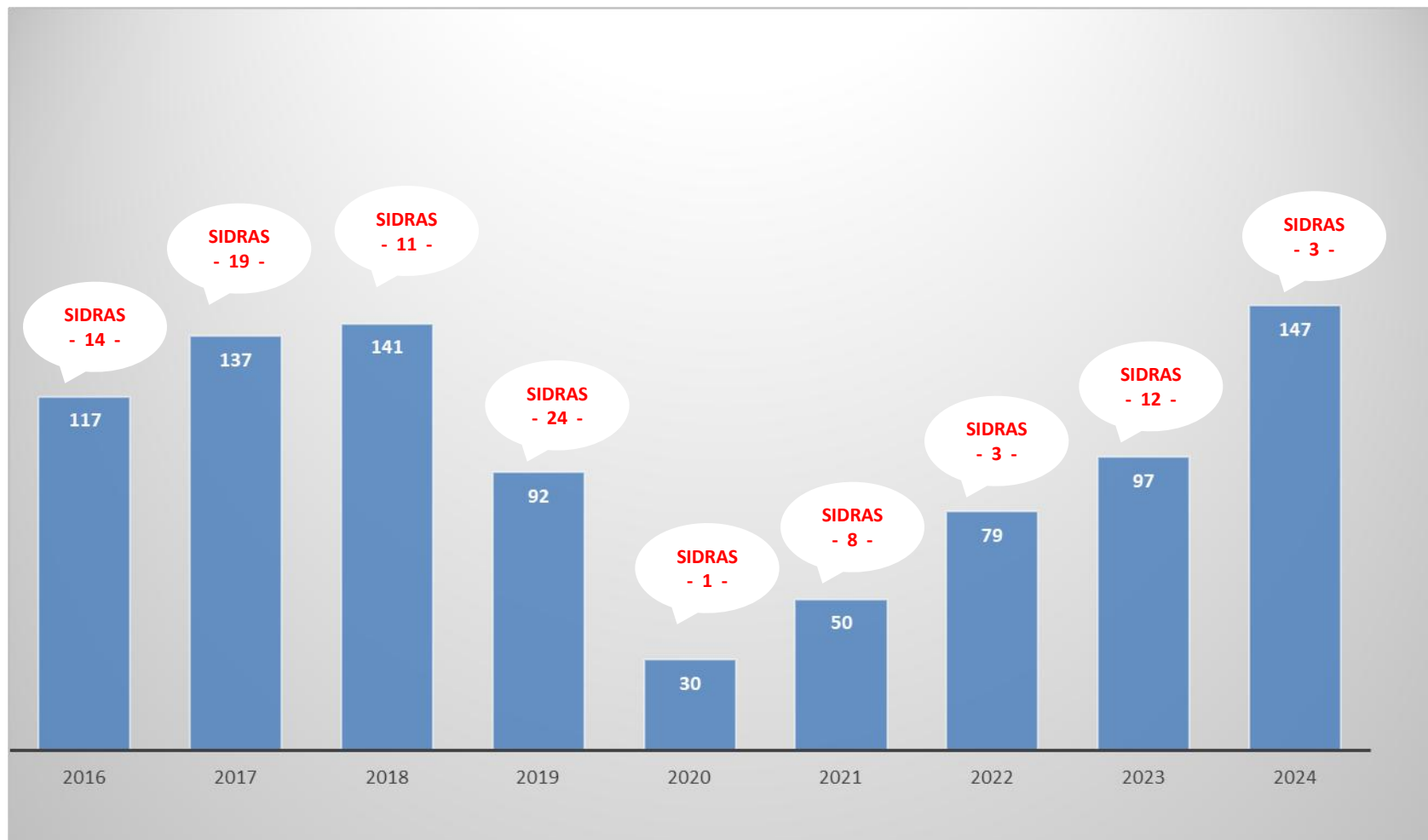
PERÍODOS HOMÓLOGOS

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 2024
■ Pub. Exterior
■ TV



ACTIVIDADE GERAL

Foram analisados, durante o ano de 2024, um total de **147 anúncios**, sendo que a **Publicidade Exterior** representou 71% dos anúncios objecto de monitorização. Em **2024, registou-se um acréscimo de actividade face a 2023.**



PERÍODO HOMÓLOGO

A actividade de monitorização registada em 2024, apresenta um aumento de 52% em relação a 2023.



2016 - 2024

É de todo oportuno, e tendo apenas como intervalo os últimos nove anos de actividade, relevar o número total de anúncios analisados neste exercício de monitorização, que foi de 890 .



POR SUPORTES

Em 2024, à semelhança do que sucedeu nos últimos anos, foram monitorizados mais anúncios de Publicidade Exterior do que de Televisão, representando cerca de 71% de toda a publicidade monitorizada este ano.



POR PRODUTO

Este é o nono ano de monitorização das Sidras em complemento ao produto “Cervejas”. Comparando com 2023, as Sidras registaram um decréscimo na publicidade monitorizada, representando 2% do total de anúncios analisados este ano.

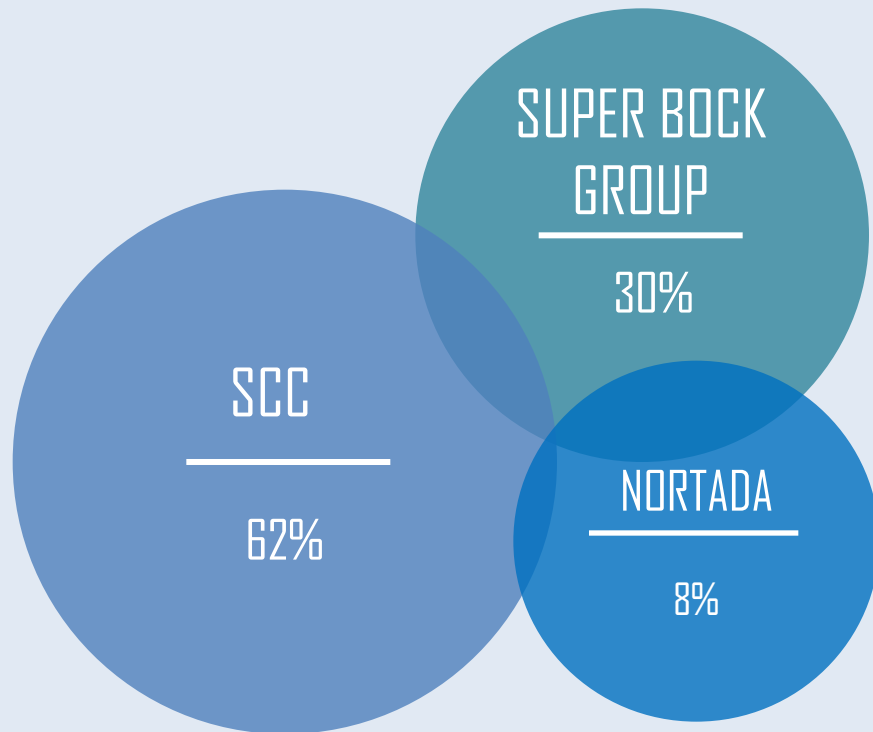


3

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.

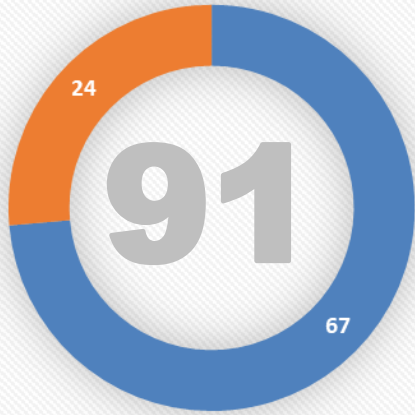




A actividade geral foi dividida pelos maiores anunciantes cervejeiros nacionais – SCC e SUPER BOCK GROUP e também pela NORTADA, que representou apenas 8% da actividade.

■ Televisão

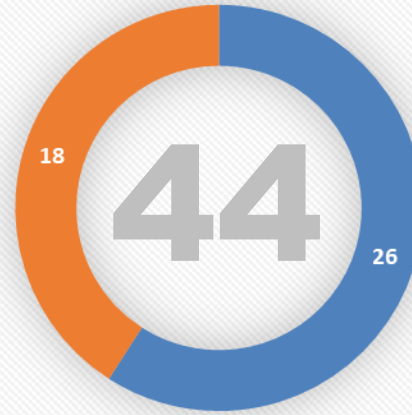
■ Pub. Exterior



SCC – Soc. Central de Cervejas

91 anúncios

Da totalidade da comunicação publicitária desta empresa, destaca-se, com mais quarenta e oito pontos percentuais, a Publicidade Exterior.



SUPER BOCK GROUP

44 anúncios

Com 44 anúncios analisados em 2024, destaca-se, com mais dezoito pontos percentuais, a Publicidade Exterior.



NORTADA

12 anúncios

Dos 12 anúncios submetidos para análise pela empresa NORTADA, destaca-se, com mais oitenta e quatro pontos percentuais, 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.

9 MARCAS COMUNICADAS

Total de 147 anúncios analisados

8 MARCAS DE CERVEJAS

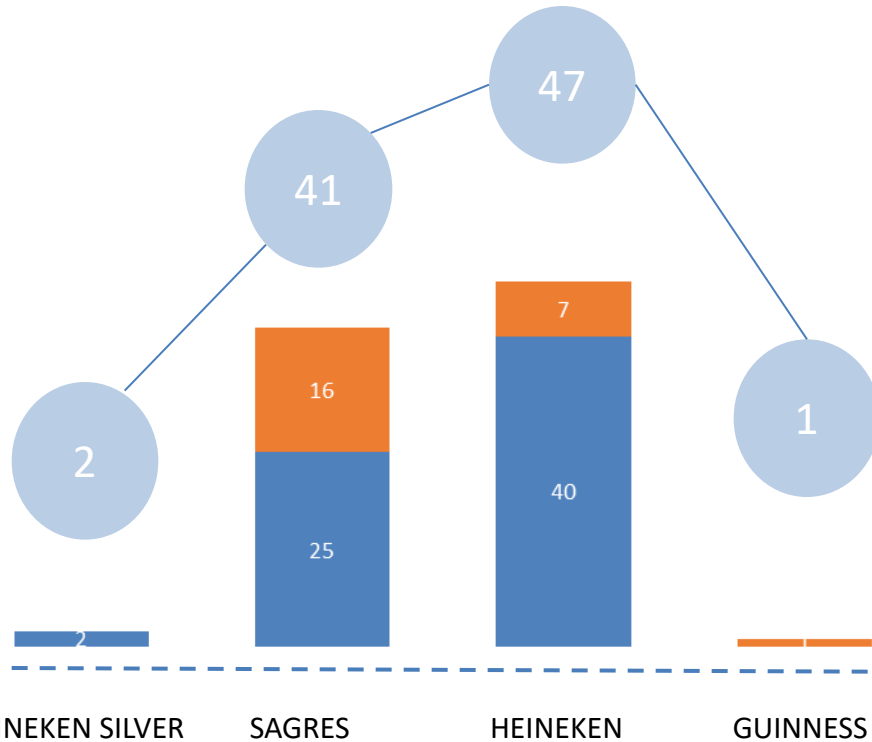
144 Anúncios analisados

1 MARCA DE SIDRAS

3 Anúncios monitorizados

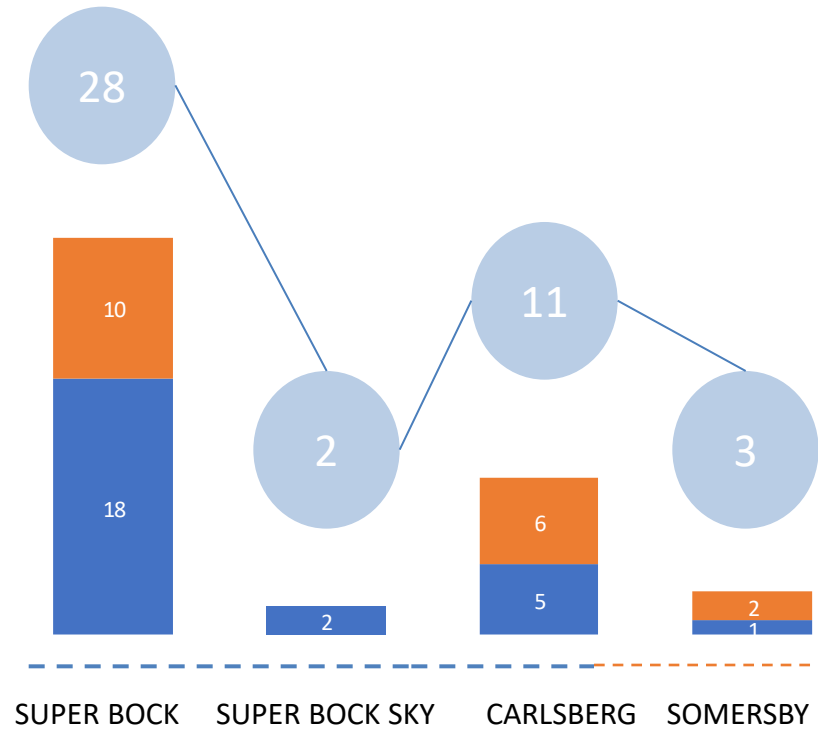
Tevisão

Pub. Exterior



CERVEJAS – 91 ANÚNCIOS

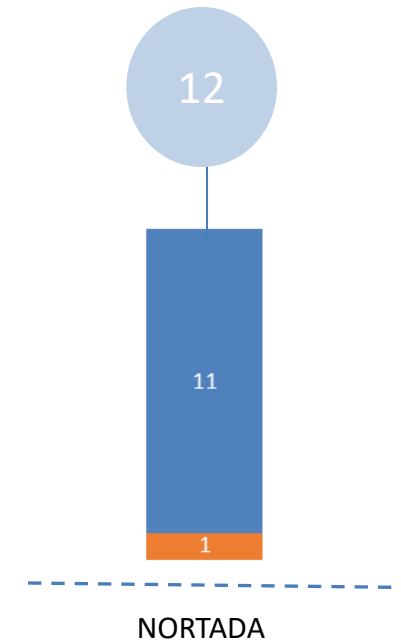
SCC – SOC. CENTRAL DE CERVEJAS



CERVEJAS – 41 ANÚNCIOS

SIDRAS – 3 ANÚNCIOS

SUPER BOCK GROUP



12 ANÚNCIOS

NORTADA

MAIOR ANUNCIANTE

SOCIEDADE CENTRAL DE CERVEJAS foi a empresa com mais anúncios monitorizados.

MARCA MAIS COMUNICADA

A marca com mais anúncios monitorizados foi a **HEINEKEN**, da empresa **SOCIEDADE CENTRAL DE CERVEJAS**.

CERVEJAS VS. SIDRAS

A aposta das empresas cervejeiras nas Sidras diminuiu, representando, em 2024, apenas 2% do total de anúncios monitorizados.

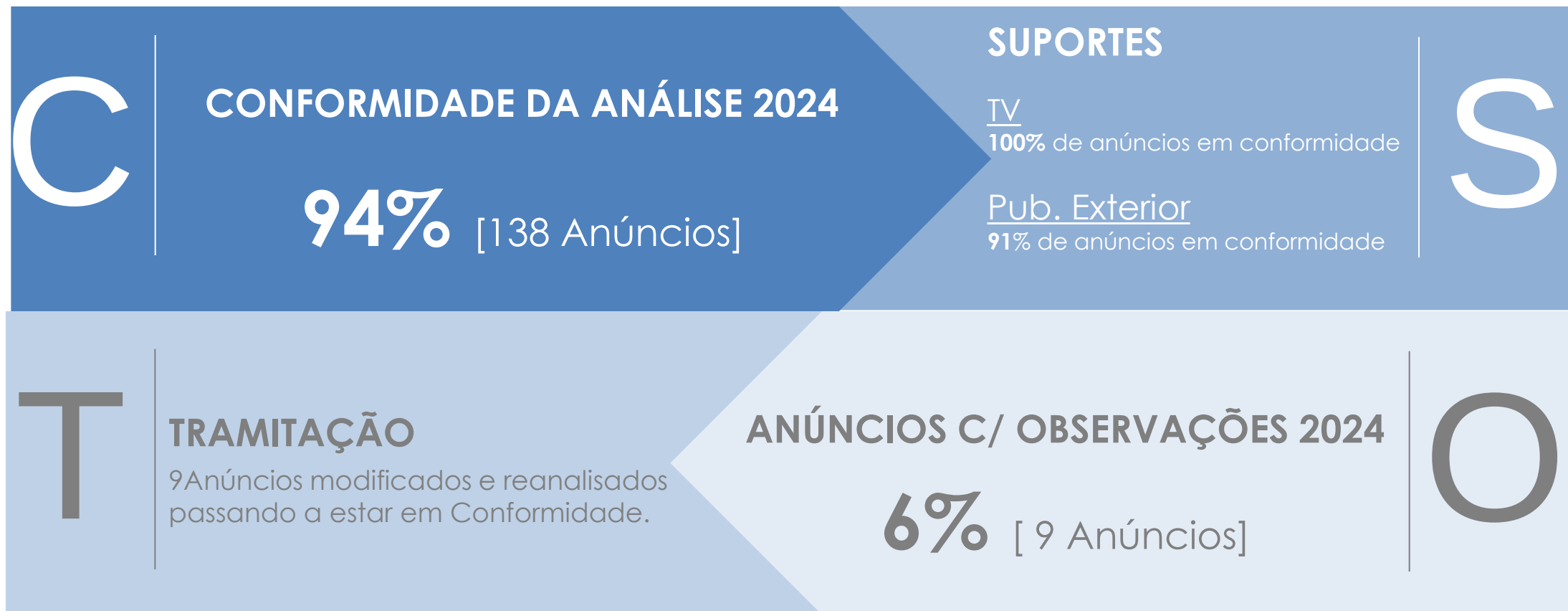




5

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

17

Linha de Conformidade

ANÚNCIOS EM CONFORMIDADE

Em 2024, a conformidade da análise foi superior a 90%.

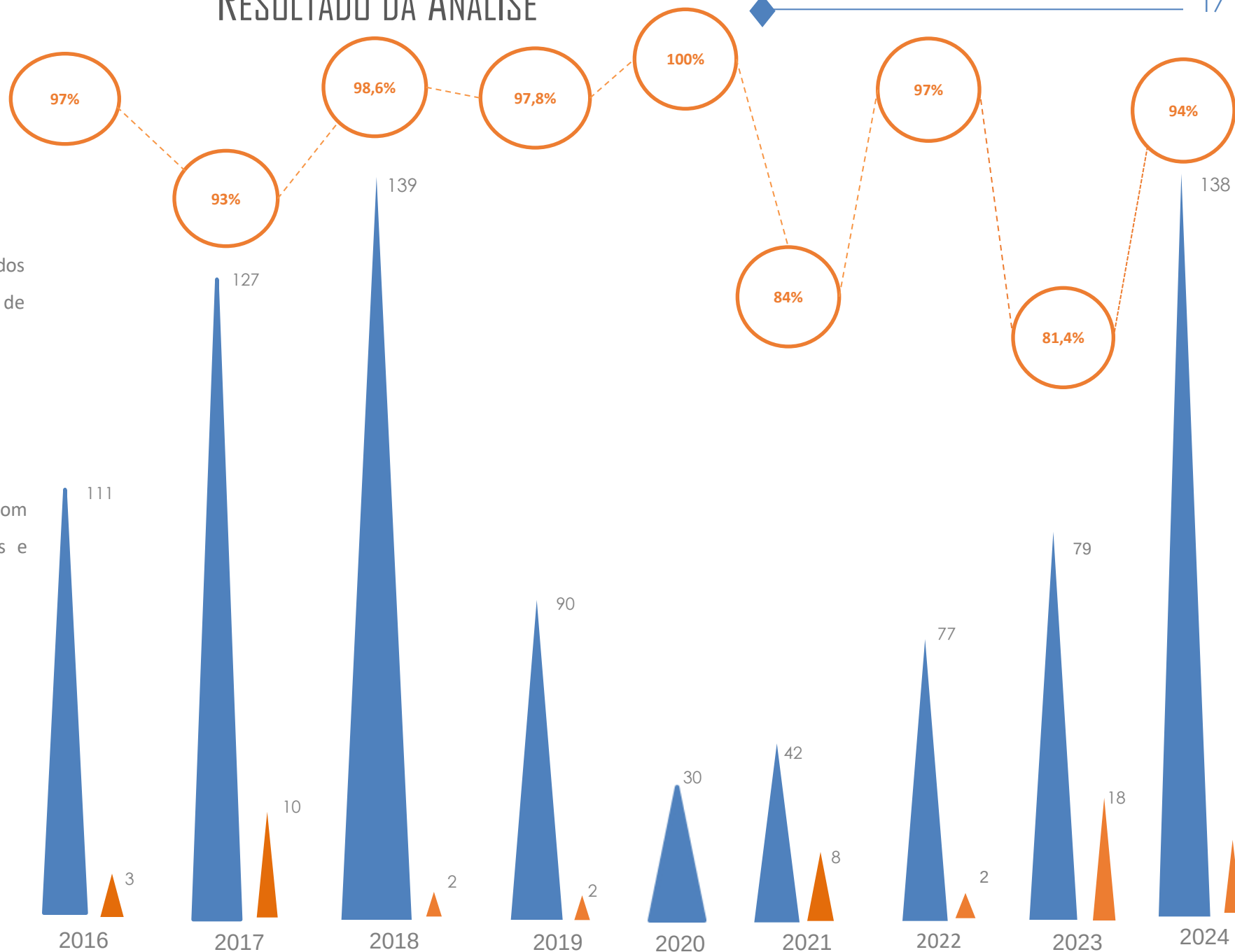
Em termos globais, a soma de todos os anúncios submetidos a monitorização nos últimos 9 anos, coloca o nível médio de conformidade nos 94 %.

ANÚNCIOS c/ OBSERVAÇÕES

Em 2024, foram registados nove anúncios com observações. Contudo, os mesmos foram rectificados e reanalizados, passando a estar em conformidade.

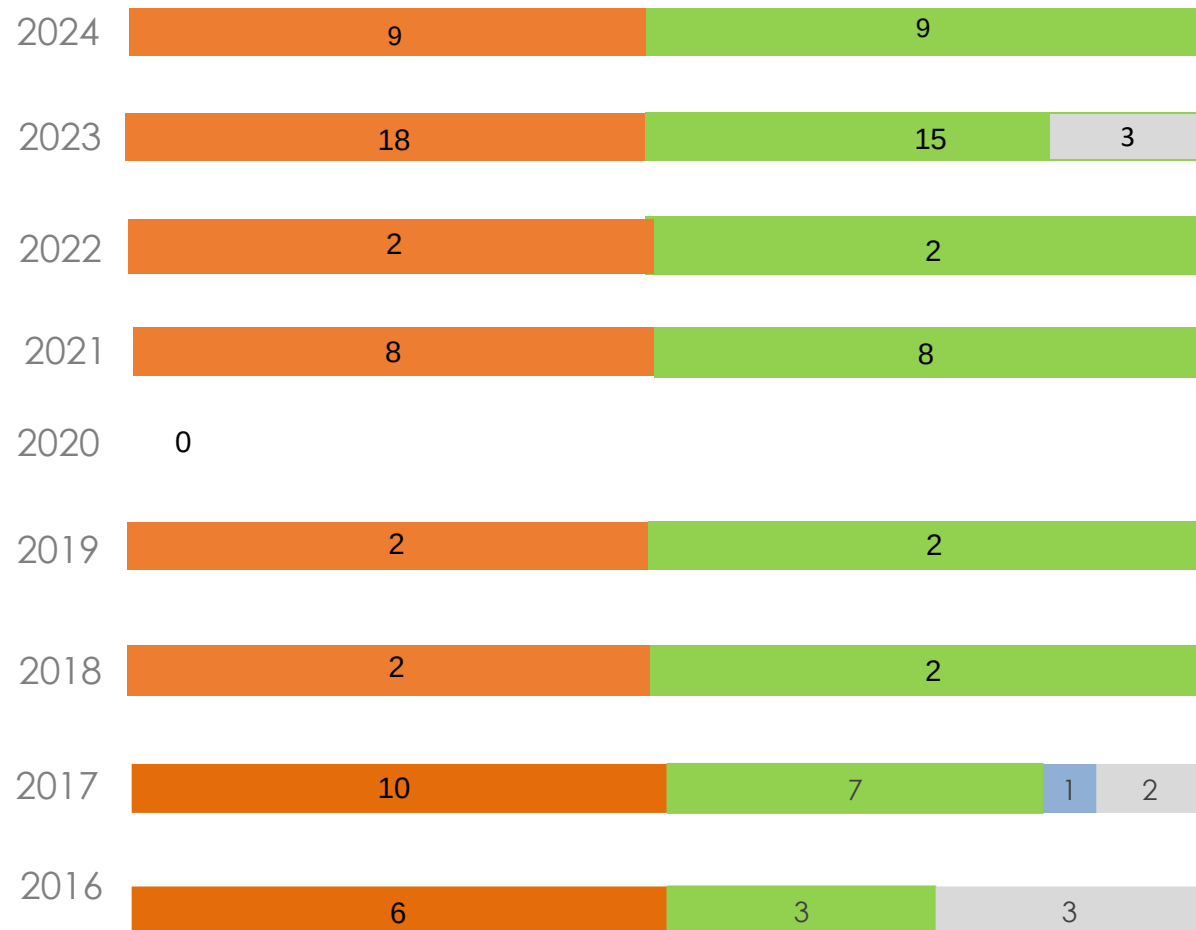
Anúncios em conformidade

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 actividade de monitorização.

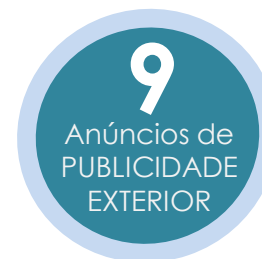
- Anúncios c/ Observações
- Anúncios Modificados/Rectificados pelo Anunciante
- Transitou para JE – Júri de Ética
- Outros





ANÚNCIOS COM OBSERVAÇÕES

Dos 9 anúncios identificados com observações durante o ano de 2024 (todos de Publicidade Exterior), as inconformidades identificadas referiam-se à frase educacional “SEJA RESPONSÁVEL. BEBA COM MODERAÇÃO” que não ocupava 33% do comprimento da face com maior dimensão, tal como prescreve o n.º 5 dos PRINCÍPIOS GERAIS PARA O CONSUMO RESPONSÁVEL DE CERVEJA do CÓDIGO DE AUTORREGULAÇÃO DOS CERVEJEIROS PORTUGUESES PARA A COMUNICAÇÃO COMERCIAL. Ressalva-se, aqui, que esta inconformidade é unicamente do âmbito da Auto Regulação Publicitária, que inscreve elevados padrões de actuação ética.





6

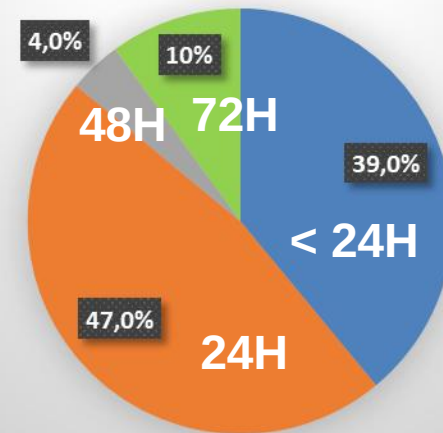
PRAZO DE RESPOSTA

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 147 anúncios monitorizados em 2024, 86% obteve uma resposta em apenas 1 dia útil. Por sua vez, 6 anúncios foram monitorizados em 48h e os pareceres respeitantes aos restantes 14 anúncios foram enviados no prazo de 72H.





7

CONCLUSÕES

Depois de exposta toda a actividade de monitorização decorrida em 2024, 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

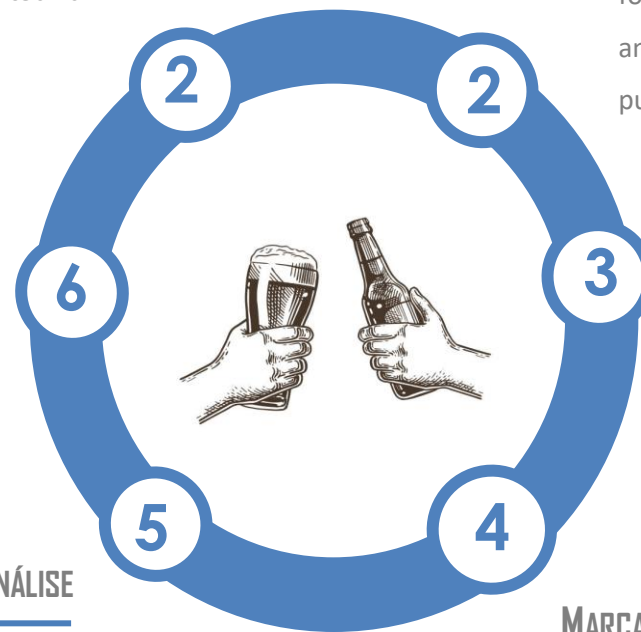
A actividade de monitorização registada em 2024, apresentou um aumento de 52% face ao período homólogo.

PRAZO DE RESPOSTA

A eficácia da Auto Regulação Publicitária está bem justificada pelo curto prazo de resposta às solicitações de análise, visto que, dos 147 anúncios monitorizados em 2024, 86% obteve uma resposta em apenas 1 dia útil. Por sua vez, 6 anúncios foram monitorizados em 48h e os pareceres respeitantes aos restantes 14 anúncios foram enviados no prazo de 72H.

RESULTADO DA ANÁLISE

Em 2024, a conformidade da análise foi de 94%, tendo sido registadas observações em 9 anúncios, que foram atempadamente rectificados e reanalisados, passando a estar em total conformidade.



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. Em 2024, à semelhança do que tem sucedido nos últimos anos, foram monitorizados mais anúncios de Publicidade Exterior do que anúncios de Televisão, tendo este ano representado 71% de toda a publicidade monitorizada.

EMPRESAS

O ano de 2024, tal como o ano anterior, foi maioritariamente protagonizado por dois intervenientes, os dois maiores anunciantes cervejeiros nacionais: SCC e SUPER BOCK GROUP. Contudo, foram analisados, também, 12 anúncios da empresa NORTADA.

MARCAS / PRODUTOS

Para além das Cervejas, esta actividade contempla, desde 2016, também as Sidras. Em 2024, foram monitorizados anúncios de 8 marcas de Cervejas e de uma marca de Sidras, registando-se uma diminuição da aposta das empresas cervejeiras nas Sidras, que representaram, este ano, 2% do total de anúncios monitorizados, o que equivale a um decréscimo nesta categoria de produto em relação ao ano anterior.

2024

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



**AUTO
REGULAÇÃO
PUBLICITÁRIA**

<https://auto-regulacaopublicitaria.pt/>

