



MONITORIZAÇÃO DA ACTIVIDADE

2025

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 2025, 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.

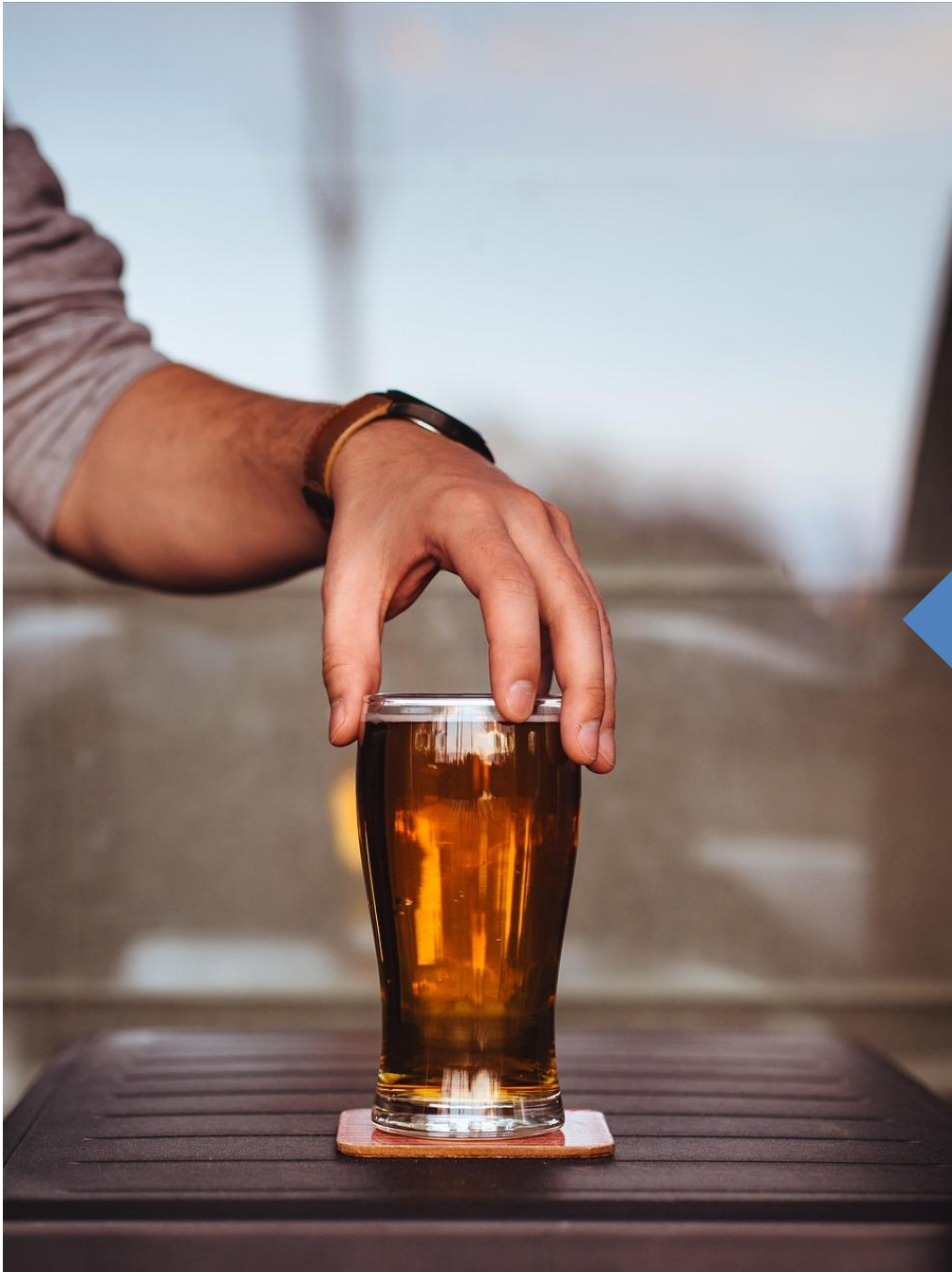


INTRODUÇÃO

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

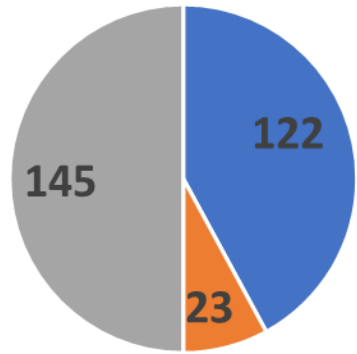
ACTIVIDADE

São, neste capítulo, apresentados os dados gerais, relativos a 2025, da presente actividade de monitorização.

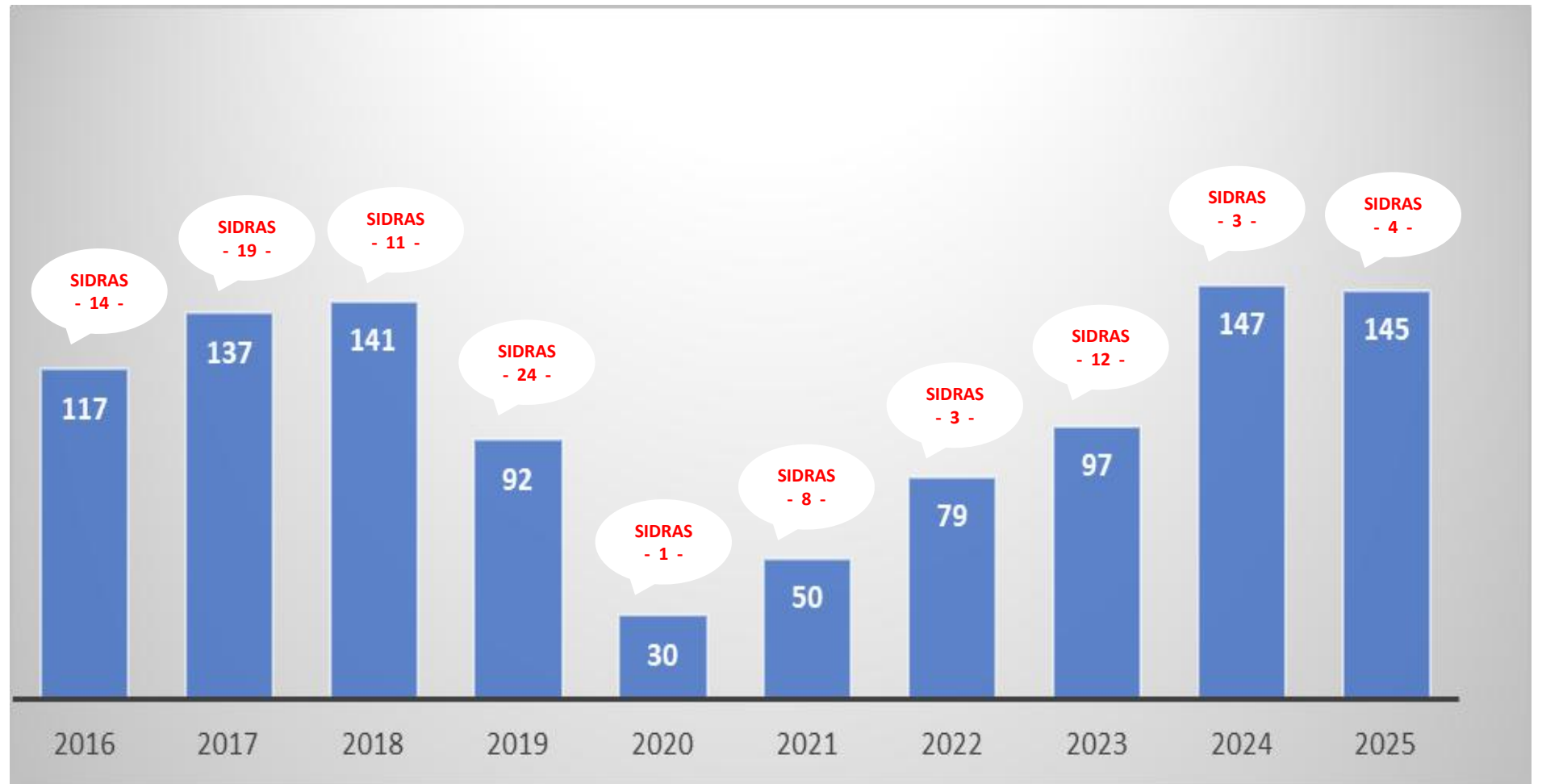
PERÍODOS HOMÓLOGOS

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 2025
■ Pub. Exterior
■ TV



ACTIVIDADE GERAL

Foram analisados, durante o ano de 2025, um total de **145 anúncios**, sendo que a **Publicidade Exterior** representou 84% dos anúncios objecto de monitorização. Em **2025**, registou-se um ligeiro decréscimo de actividade face a 2024.



PERÍODO HOMÓLOGO

A actividade de monitorização registada em 2025, apresenta uma diminuição de 1,4% em relação a 2024.



2016 - 2025

É de todo oportuno, e tendo apenas como intervalo os últimos dez anos de actividade, revelar o número total de anúncios analisados neste exercício de monitorização, que foi de 1035.



POR SUPORTES

Em 2025, à semelhança do que sucedeu nos últimos anos, foram monitorizados mais anúncios de Publicidade Exterior do que de Televisão, representando cerca de 84% de toda a publicidade monitorizada este ano.



POR PRODUTO

Este é o décimo ano de monitorização das Sidras em complemento ao produto “Cervejas”. Comparando com 2024, as Sidras registaram um aumento na publicidade monitorizada, representando 3% do total de anúncios analisados este ano.

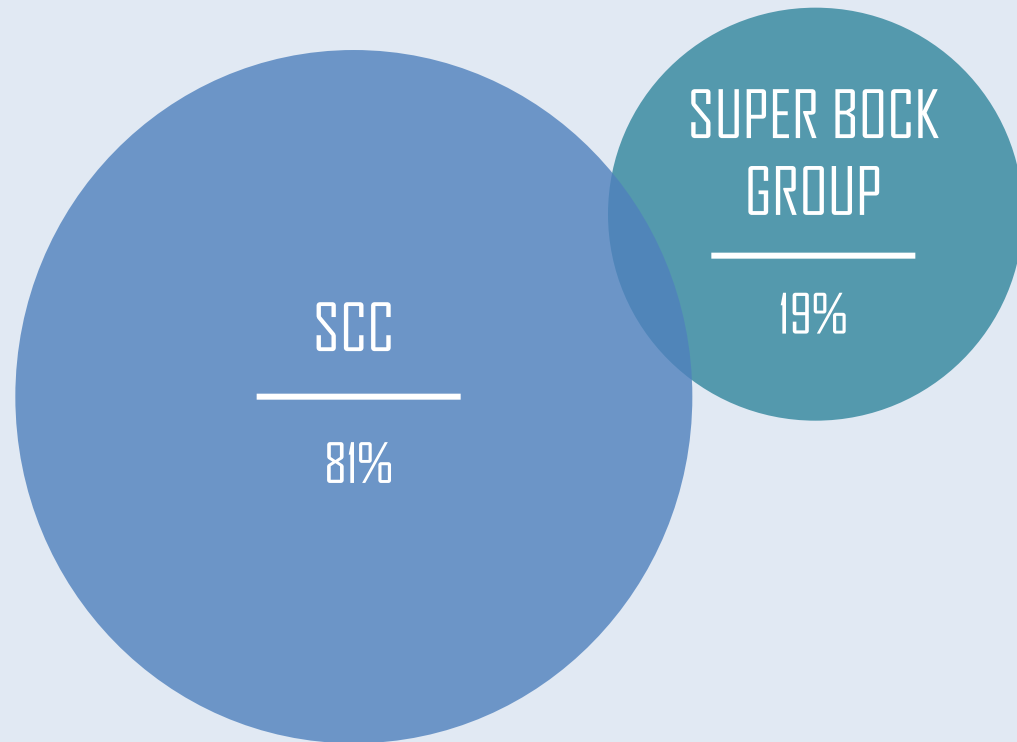


3

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 de monitorização foi dividida pelos maiores anunciantes cervejeiros nacionais – SCC e SUPER BOCK GROUP.

■ Televisão

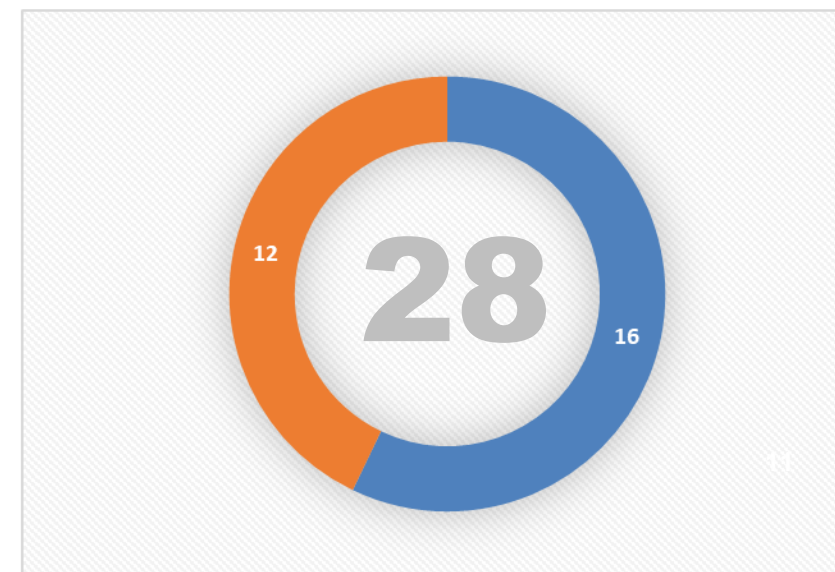
■ Pub. Exterior



SCC – SOC. CENTRAL DE CERVEJAS

117 anúncios

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



SUPER BOCK GROUP

28 anúncios

Com 28 anúncios analisados em 2025, destaca-se, com mais catorze pontos percentuais, a Publicidade Exterior.



4

MARCAS / PRODUTOS

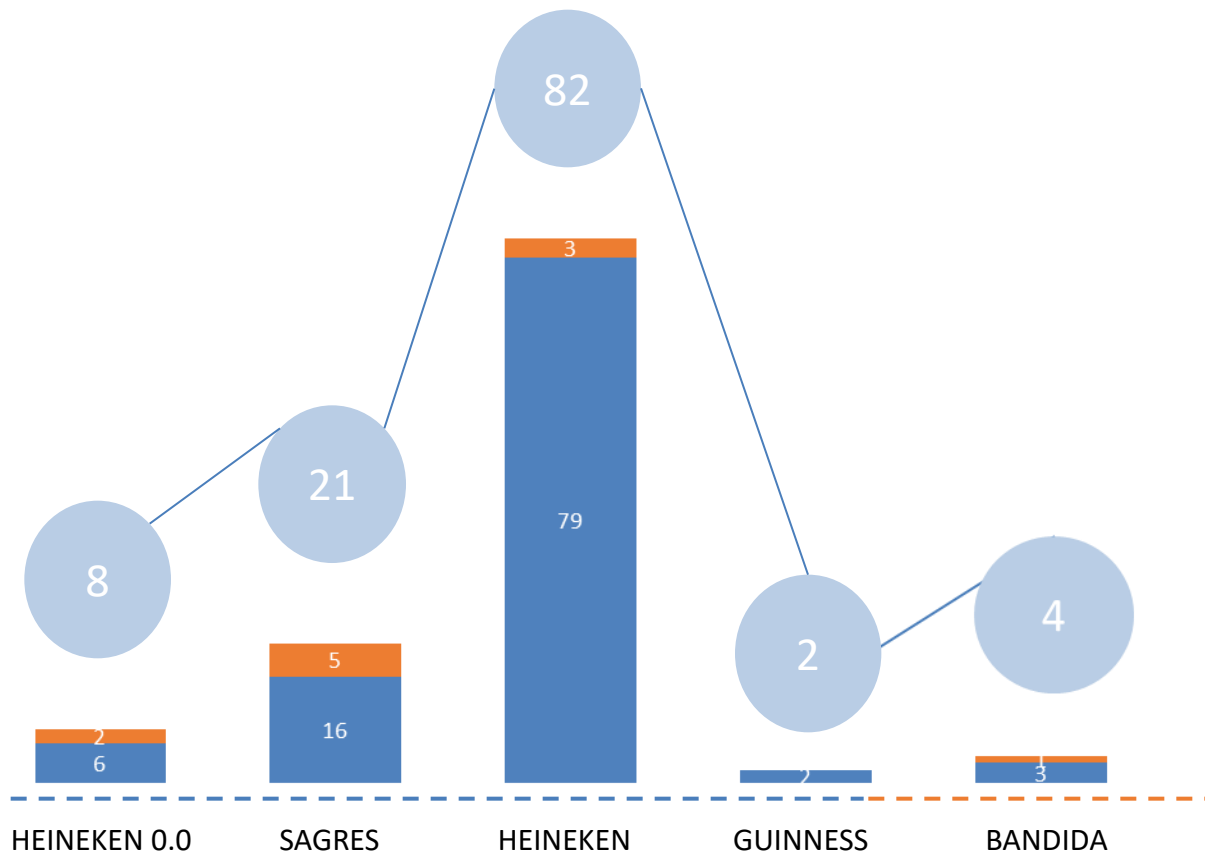
Complementando a actividade empresarial, pormenoriza-se, de seguida, os anúncios monitorizados relativos ao universo de marcas e produtos de cada uma das empresas.

8 MARCAS COMUNICADAS

Total de 145 anúncios analisados

7 MARCAS DE CERVEJAS

141 Anúncios analisados



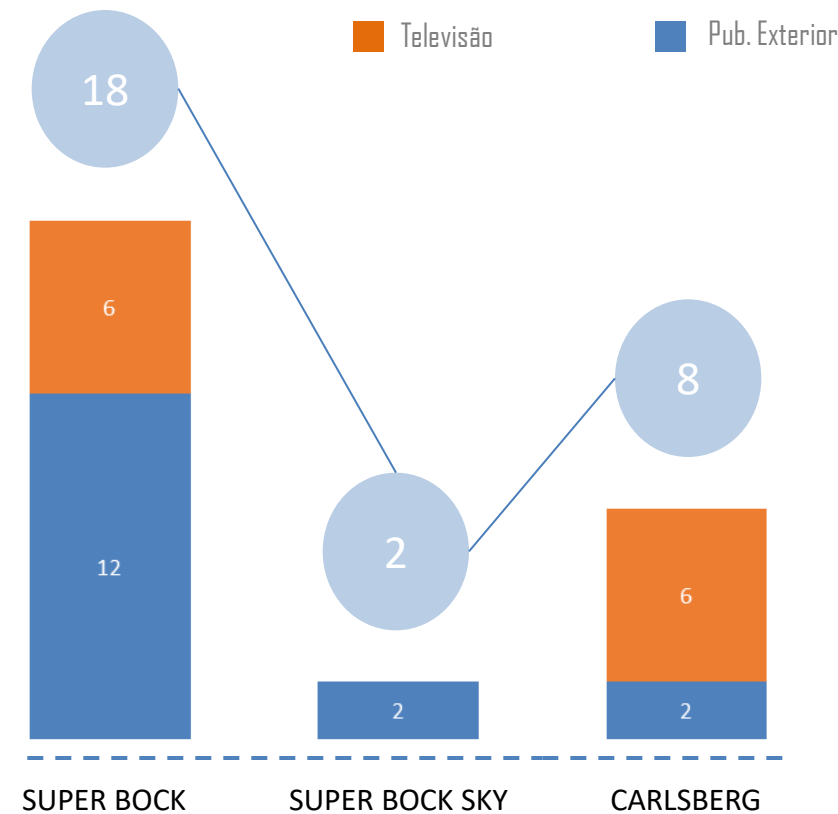
CERVEJAS – 113 ANÚNCIOS

SIDRAS – 4 ANÚNCIOS

SCC – SOC. CENTRAL DE CERVEJAS

1 MARCA DE SIDRAS

4 Anúncios monitorizados



CERVEJAS – 28 ANÚNCIOS

SUPER BOCK GROUP

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 aumentou, representando, em 2025, 3 % do total de anúncios monitorizados.

CERVEJAS COM ÁLCOOL VS. CERVEJAS 0.0%

Destaca-se a submissão voluntária das comunicações comerciais da marca **HEINEKEN 0.0** para análise do Gabinete Técnico-Jurídico da ARP, observando as regras aplicáveis às cervejas com álcool, em virtude de figurar como uma extensão da marca HEINEKEN.

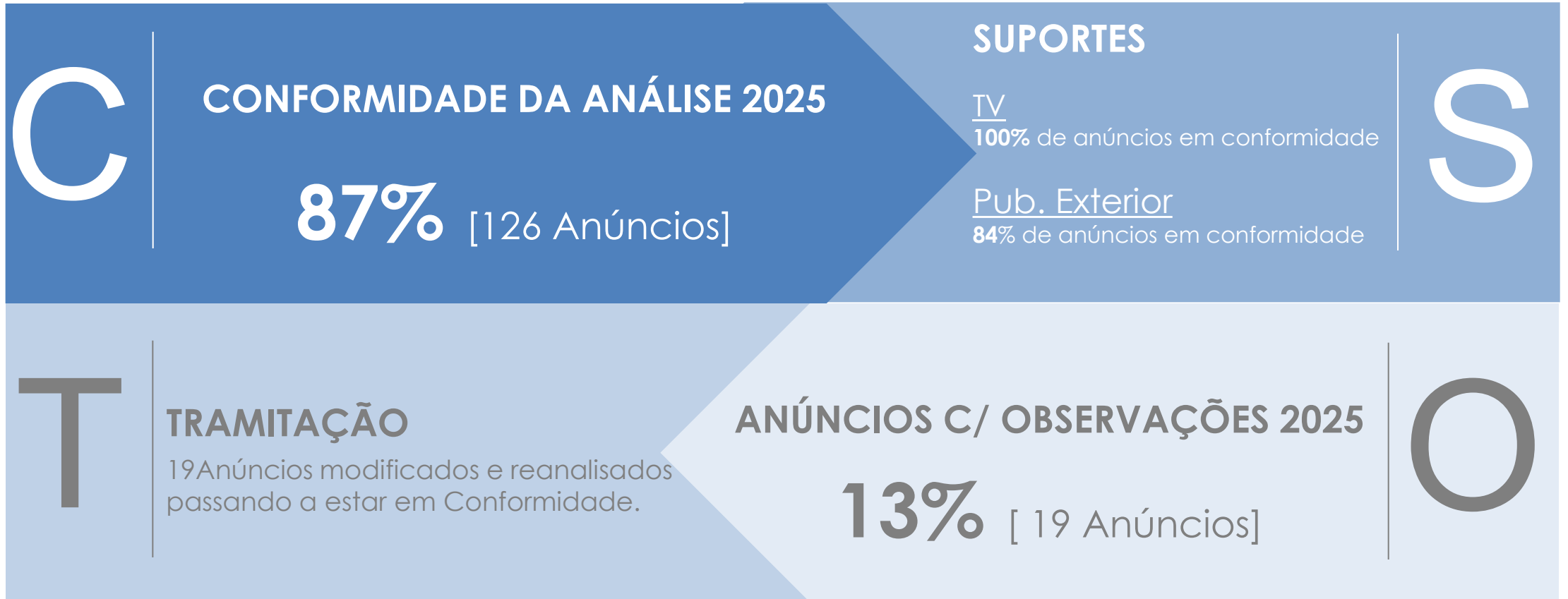




5

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

Linha de Conformidade

ANÚNCIOS EM CONFORMIDADE

Em 2025, a conformidade da análise foi inferior a 90%.

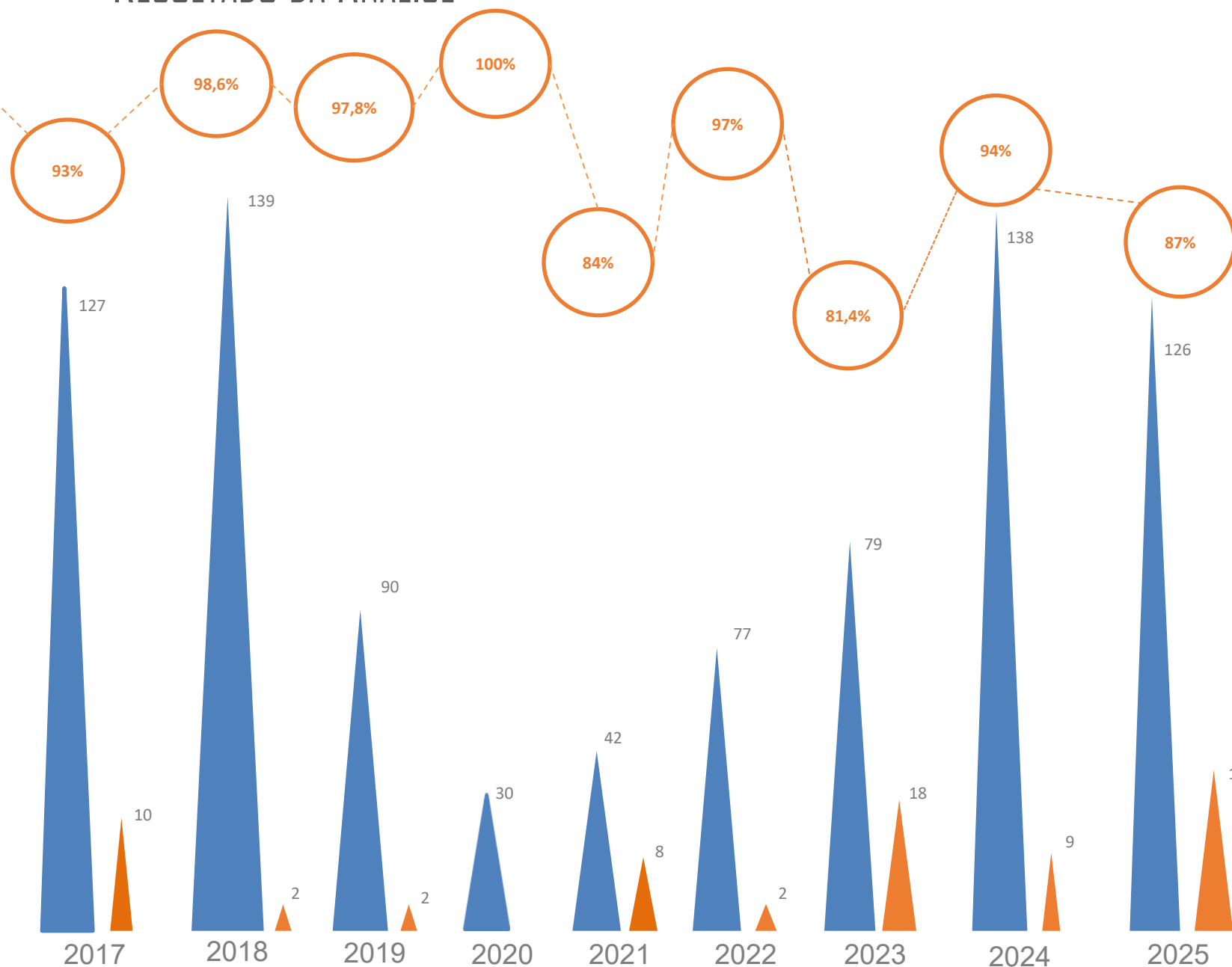
Em termos globais, a soma de todos os anúncios submetidos a monitorização nos últimos 9 anos, coloca o nível médio de conformidade nos 93%.

ANÚNCIOS c/ OBSERVAÇÕES

Em 2025, foram registados 19 anúncios com observações. Contudo, os mesmos foram rectificados e reanalisados, passando a estar em conformidade.

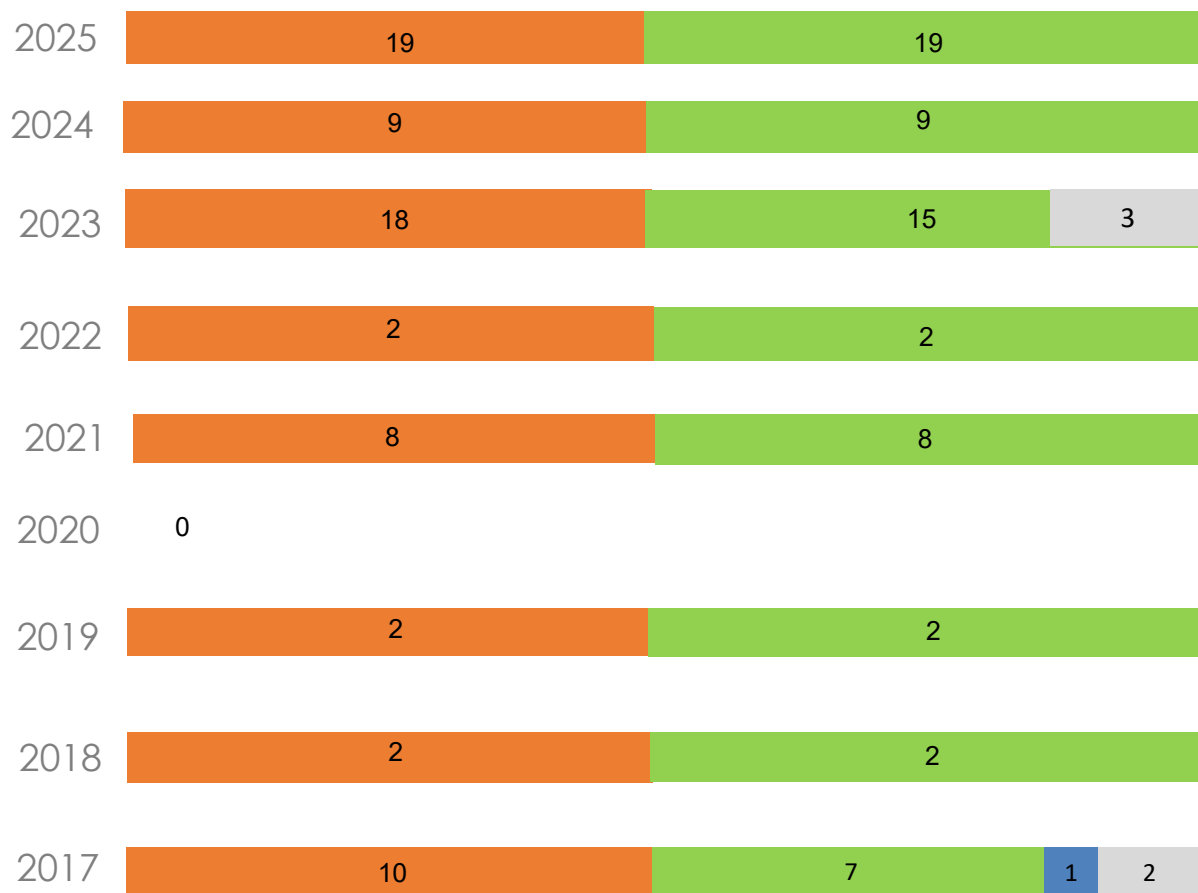
■ Anúncios em conformidade

■ 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 19 anúncios identificados com observações durante o ano de 2025 (todos de Publicidade Exterior), as inconformidades identificadas em 4 desses anúncios referiam-se à ausência da frase educacional “SEJA RESPONSÁVEL. BEBA COM MODERAÇÃO”, como dispõe o n.º 2 dos PRINCÍPIOS GERAIS PARA O CONSUMO RESPONSÁVEL DE CERVEJA do CÓDIGO DE AUTORREGULAÇÃO DOS CERVEJEIROS PORTUGUESES PARA A COMUNICAÇÃO COMERCIAL. Nos restantes 15 anúncios desconformes, a frase educacional não ocupava 33% do comprimento da face com maior dimensão, tal como prescreve o n.º 5 dos referidos princípios. Ressalva-se, aqui, que estas inconformidades são unicamente do âmbito da Auto Regulação Publicitária, que inscreve elevados padrões de actuação ética.

19

Anúncios de
PUBLICIDADE
EXTERIOR

19

Anúncios de
CERVEJA



6

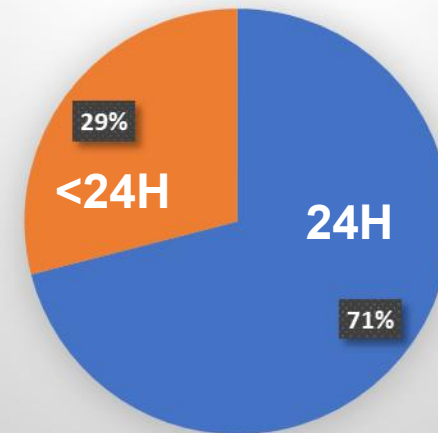
PRAZO DE RESPOSTA

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 145 anúncios monitorizados em 2025, 100% obteve uma resposta em apenas 1 dia útil. Por sua vez, 42 anúncios foram monitorizados em menos de 24H e os pareceres respeitantes aos restantes 103 anúncios foram enviados no prazo de 24H.





7

CONCLUSÕES

Depois de exposta toda a actividade de monitorização decorrida em 2025, incluindo a comparação necessária com períodos homólogos, permitindo assim um nível de compreensão mais abrangente, seguem-se ainda as conclusões pertinentes retiradas deste exercício.

ACTIVIDADE

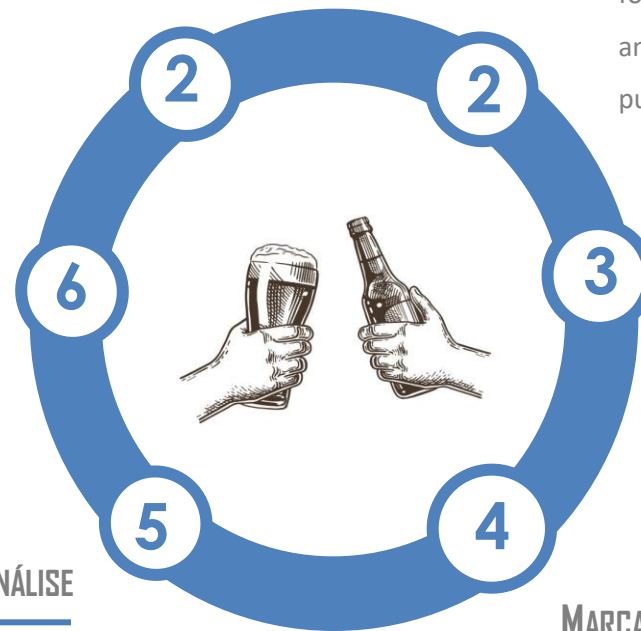
A actividade de monitorização registada em 2025 apresentou uma diminuição de 1,4% face ao período homólogo.

PRAZO DE RESPOSTA

A eficácia da Auto Regulação Publicitária está bem justificada pelo curto prazo de resposta às solicitações de análise, visto que, dos 145 anúncios monitorizados em 2025, 100% obteve uma resposta em apenas 1 dia útil.

RESULTADO DA ANÁLISE

Em 2025, a conformidade da análise foi de 87%, tendo sido registadas observações em 19 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 2025, 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 84% de toda a publicidade monitorizada.

EMPRESAS

O ano de 2025 foi protagonizado por dois intervenientes, os 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 2025, foram monitorizados anúncios de 7 marcas de Cervejas e de uma marca de Sidras, registando-se um aumento da aposta das empresas cervejeiras nas Sidras, que representaram, este ano, 3% do total de anúncios monitorizados, o que equivale a um crescimento nesta categoria de produto em relação ao ano anterior.

2025

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



**AUTO
REGULAÇÃO
PUBLICITÁRIA**

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

