



Marca celebra festa do futebol com nova campanha

Cerveja Sagres lança plataforma de ativação "Sagres Somos Futebol"

A Cerveja Sagres, a marca de Cerveja mais vendida em Portugal, apresentou uma campanha para lançamento da nova plataforma de comunicação da marca para o futebol, "Sagres Somos Futebol", que pretende reforçar o apoio da marca ao desporto preferido dos Portugueses, celebrando as emoções da festa do futebol.

A campanha deste lançamento, que está presente, desde 5 de Abril pp, em televisão, na SPORTTV, internet e nos vários Estádios de futebol espalhados pelo País, pretende evocar os momentos e emoções que todos os adeptos vivem durante um jogo de futebol da Liga ZON Sagres e da Selecção Nacional, num registo intimista, memorável e de paixão.





A Cerveja Sagres é a primeira patrocinadora da Selecção Nacional - desde 1993, patrocinadora da Liga de Futebol Profissional, bem como de clubes como o Benfica, Braga, Académica, Olhanense, Estoril, Rio Ave, Beira Mar e ainda da Liga Portuguesa de Futebol Não Profissional.

Este apoio e investimento constantes na modalidade contribuíram para que a Cerveja Sagres se tornasse na marca Portuguesa com maior associação ao futebol.

Para além dos patrocínios, a Cerveja Sagres foi pioneira ao possibilitar experiências inovadoras e inéditas aos seus Consumidores, através de ativações como o "Entra em Campo", "Vip Tour", "Penalty Cup", "Sagres Street Football" e "Estádios Sagres", entre outras.





Cerveja Sagres volta a conquistar Medalhas de Ouro no Monde Selection

Água de Luso conquista Grande Medalha de Ouro, o mais alto galardão, pela quarta vez consecutiva

As marcas da Central de Cervejas, Cerveja Sagres e Água de Luso, voltaram a ser distinguidas pela sua qualidade na edição de 2013 do prestigiado concurso *Monde Selection de la Qualité*, que, de forma recorrente, as tem reconhecido ao longo dos anos.

Na edição deste ano, a Cerveja Sagres Branca conquistou a 13ª Medalha de Ouro e a Cerveja Sagres Bohemia a sua 8ª Medalha de Ouro consecutiva no prestigiado concurso, tendo a Cerveja Sagres já, em termos acumulados, 33 Medalhas de Ouro deste reconhecido concurso internacional.

A Água de Luso, água mineral natural e líder nacional do mercado de águas engarrafadas sem gás, foi premiada, pela quinta vez, com o mais alto galardão do Monde Selection de la Qualité, a Grande Medalha de Ouro, prémio que recebeu consecutivamente nos últimos quatro anos.

“Esta distinção, do mais prestigiado Concurso Internacional de Qualidade, vem confirmar o reconhecimento que os nossos Consumidores atribuem às marcas Sagres e Água de Luso, que nas suas categorias são as mais vendidas em Portugal”, sublinhou Nuno Pinto de Magalhães, Diretor de Comunicação e Relações Institucionais da Sociedade Central de Cervejas e Bebidas.





Brinde à Cerveja!

APCV congratula-se com redução em 50% das taxas de embriaguez nos jovens mas não a atribui à crise económica

Lisboa, 05 de abril de 2013 - A APCV – Associação Portuguesa de Produtores de Cerveja congratula-se com os resultados do estudo nacional (realizado junto de 6000 portugueses), onde se verifica que a prevalência de bebedeiras entre os jovens dos 15 aos 19 anos diminuiu 50% entre 2007 e 2012.

Estes resultados reforçam a estratégia da APCV e do setor cervejeiro nacional, conforme ontem reafirmou **Francisco Gírio, secretário-geral da Associação**, durante o Fórum Álcool e Saúde, do qual a APCV é membro fundador: *“independentemente dos 16 ou 18 anos, o grande desafio é implementar estratégias que realmente alterem comportamentos entre os jovens e isso passa obrigatoriamente pela aposta na educação e formação, nomeadamente em ambiente familiar”*.

É esse trabalho que a APCV e outros operadores económicos, organizações governamentais e não-governamentais têm vindo a realizar em conjunto nos últimos quatro anos, tendo os resultados dessas ações sido ontem apresentados pelo SICAD – Serviço de Intervenção de Comportamentos Aditivos e Dependências de uma forma muito clara no Fórum Álcool e Saúde. São os países com as leis mais fundamentalistas e proibicionistas, do ponto de vista do consumo do álcool quem desempenha pior o papel mais fundamental na prevenção do consumo de álcool na juventude: o papel que está destinado à educação, aos Pais e à Família.



SAGRES



Heineken



LUSO



Os resultados agora divulgados pelo SICAD mostram que não são alterações legislativas na idade mínima legal de consumo que fazem a diferença nos comportamentos daqueles que abusam. Para **António Pires de Lima, Presidente da APCV**: *“É convicção da APCV que a principal responsabilidade no papel educativo dos jovens sobre o adequado consumo de álcool compete aos Pais e à Família, embora o mesmo deva ser complementado pelo Estado, nomeadamente na definição legal da idade mínima, que veio agora, e bem, diferenciar aquilo que é o consumo de bebidas fermentadas, com baixo teor de álcool, como é a cerveja e o vinho, do consumo de bebidas de forte teor alcoólico”*.

António Pires de Lima acrescenta ainda: *“A nova lei aproxima Portugal daquela que é a realidade existente na Áustria, Bélgica, Alemanha, Itália, Malta, Suíça e Noruega, países onde o consumo de álcool pela juventude apresenta alguns dos valores mais baixos da Europa. Este é um facto que está fundamentado nos estudos da OMS – Organização Mundial de Saúde, que a APCV entregou ao Governo no âmbito da discussão deste tema, e onde se demonstra que é nos países com legislação mais proibicionista, como os países do norte da Europa, que o fenómeno do binge drinking tem maior gravidade, chegando a atingir 60% e 70% na população jovem tenham eles 18, 19 ou 20 anos”*.

Para mais informações, por favor contactar:

Pure Activism – Carla Grou; 91 802 81 01 - carla.grou@pure.activism.pt

Fonte: APCV – Press release

