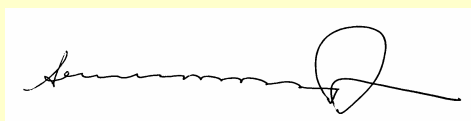


Caros “Stakeholders”,

É com grande satisfação que vos damos conhecimento de mais uma vitória da nossa marca Sagres. No estudo “Marcas de Confiança na Europa 2008”, realizado pelas Selecções Reader’s Digest, **SAGRES** foi, pelo segundo ano consecutivo, considerada a marca de confiança dos consumidores portugueses, na categoria das cervejas.

Dedicamos este galardão a todos os clientes e consumidores que confiam na nossa marca. Muito obrigado.

Com os melhores cumprimentos,



Alberto da Ponte

Presidente da Comissão Executiva da SCC



Marca da Central de Cervejas lidera pelo segundo ano consecutivo

Sagres é a marca de cerveja em que os portugueses mais confiam

Vialonga, 22 de Fevereiro de 2008 - A Sagres volta a ter a preferência dos consumidores portugueses que apontam a cerveja nacional como a marca de maior confiança na categoria das cervejas, segundo o último estudo “Marcas de Confiança na Europa 2008” realizado pelas Selecções Reader’s Digest.

A marca nacional da Sociedade Central de Cervejas e Bebidas (SCC) conseguiu obter 45 pontos percentuais na categoria de cervejas, reforçando a liderança pelo segundo ano consecutivo. Com este resultado a SCC confirma o sucesso da estratégia que tem vindo a seguir nos últimos anos, que em 2007 registou um aumento nos resultados operacionais e nas vendas líquidas, aumentando a quota de mercado no segmento cervejeiro para 44,2%.

Com este resultado a Central de Cervejas demonstra a enorme proximidade que existe entre os consumidores portugueses e a Sagres, uma marca que é 100% nacional, e que promove cada vez mais o espírito e o orgulho de ser portugueses.



Cont.



“É gratificante constatar que a Sagres merece inequivocamente o voto de confiança dos portugueses. Estamos extremamente satisfeitos com uma escolha que reflecte o sucesso da nossa estratégia de inovação e a aposta constante nos consumidores”, sublinha o presidente da Comissão Executiva da SCC, Alberto da Ponte.

O estudo “Marcas de Confiança na Europa 2008”, realizado pelas Selecções Reader’s Digest, prende-se com a avaliação dos níveis de confiança dos consumidores em inúmeras marcas. A análise baseou-se num universo de 1012 leitores que, em Portugal, avaliaram marcas de confiança em 37 categorias. Do total, 20 das categorias foram analisadas a um nível global (países europeus) e 17 a um nível local, seleccionadas por cada país.

Edição:
Relações Institucionais
Nuno Pinto de Magalhães – email – npmagalhaes@centralcervejas.pt

SCC-Sociedade Central de Cervejas e Bebidas, S.A.