



M. Graça Saraiva, Pinto Balsemão, Alberto da Ponte, Margarida Castro e Luísa Schmidt, Júri do Prémio Ideias Verdes



## ***A reunião do Júri do Prémio Ideias Verdes Luso-Expresso realizou-se no dia 14 de Julho para seleccionar o vencedor 2008***

Foram apresentadas 21 candidaturas ao Prémio Ideias Verdes 2008, iniciativa promovida pela Água de Luso e pelo “Expresso”. A Biodiversidade e Ciências da Vida foi a área que concentrou maior número de propostas, seguindo-se os temas Água e Mudanças Climáticas e Territórios Florestais e Protecção Civil.

Os projectos, cujos proponentes têm em média 39 anos de idade, são maioritariamente de âmbito académico, surgindo também alguns de âmbito empresarial e de comunicação/sensibilização.

O júri constituído por:

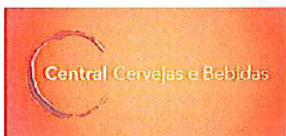
- Francisco Pinto Balsemão – Semanário “Expresso”
- Alberto da Ponte – Sociedade da Água de Luso
- Luísa Schmidt
- Margarida Castro
- Maria da Graça Saraiva
- António Costa Silva

apreciou as 21 candidaturas, tendo seleccionado a vencedora, que será comunicada na edição do “Expresso”, de 19 de Julho p.f.

O Prémio Ideias Verdes vai na sua 2ª edição e contempla uma dotação de 50 mil euros para a concretização do projecto considerado mais inovador e relevante para a sociedade portuguesa na área do Ambiente.



## **A SCC passou, a partir de 15 de Julho, a comercializar a marca HEINEKEN**

**Heineken**  
Espana S.A.

15 de Julho de 2008

A Heineken Espana, S.A. e a Delta vêm informar que fizeram cessar, nesta data, por mútuo acordo, o contrato de distribuição pelo qual a Delta vinha comercializando em Portugal a marca de cerveja Heineken.

Mais se informa, pela presente que, a partir de 15 de Julho de 2008, a marca Heineken passará a ser distribuída em Portugal pela SCC – Sociedade Central de Cervejas e Bebidas, S.A..

As referências a comercializar pela SCC – Sociedade Central de Cervejas e Bebidas, S.A. serão as que constam em anexo.

Em breve será visitado pelo representante Comercial da SCC – Sociedade Central de Cervejas e Bebidas, S.A., tendo em vista o esclarecimento de qualquer dúvida que possa subsistir. Para além disso poderá ainda obter esclarecimentos, incluindo pedidos de assistência técnica através da linha azul da SCC com o nº 808 204 771.

Finalmente, a Heineken Espana, S.A. e a Delta aproveitam a oportunidade para se congratularem pelo bom relacionamento institucional e comercial que sempre imperou entre as duas empresas, bem como pelo trabalho por ambas realizado em prol da marca e dos respectivos negócios.

Delta Cafés

SCC – Sociedade Central de Cervejas e Bebidas, SA

Heineken – Espana, S.A.

Comendador Rui Nabeiro

Alberto da Ponte

Luis Gastón Romeo



## **ICAP reconhece a tentação crescente dos anunciantes em se associarem a técnicas de marketing de emboscada**

Reconheceu o ICAP, na sua deliberação, a tendência crescente nos últimos anos da tentação de anunciantes se associarem de formas mais ou menos directas a eventos desportivos internacionais, esperando daí retirar benefícios sem os custos de investimento que o patrocínio oficial pode implicar, representando uma potencial lesão dos legítimos interesses dos patrocinadores oficiais.

Tal reconhecimento consta da notificação, ontem recebida na Central de Cervejas, da deliberação da Primeira Secção do Júri de Ética Publicitária (JEP) do ICAP que negou provimento à queixa, por si apresentada, relativamente à campanha publicitária efectuada pela sua concorrente Unicer à marca Super Bock, subordinada ao mote "Força Portugal", entendendo ainda o JEP serem os tribunais comuns o foro próprio para tais patrocinadores oficiais fazerem uso dos seus direitos, por constituir matéria que cai *"fora do domínio da ética publicitária"*.

Entendia - e continua a entender - a SCC que a campanha em causa constitui uma prática comercial desleal e enganosa da Unicer, nomeadamente pela colagem "parasitária" e não autorizada da referidas campanhas e marca à Selecção Nacional de Futebol e respectiva participação no Euro 2008, em detrimento não apenas dos direitos dos Patrocinadores Oficiais da Selecção - entre os quais se conta, como é sobejamente conhecido, a SCC - mas do próprio público em geral (que se vê sub-repticiamente enganado e confundido com práticas deste tipo).

Assim, a SCC reserva-se desde já a possibilidade de recorrer até às ultimas instâncias na defesa da referida ética publicitária, bem como dos seus direitos de patrocinador da Selecção Nacional de Futebol e de activar, junto de quem entender, os mecanismos de protecção da figura de patrocínio, que a não ser cabalmente defendida correrá o risco de perder consideravelmente o seu valor económico.



## **Encontro da Água de Luso com Editoras de publicações de beleza e de saúde**

Com o objectivo de criar empatia com as publicações femininas de beleza e de saúde, integradas no conceito de bem-estar, teve hoje lugar no SPA Spatitude – um espaço privilegiado criado com o objectivo de alcançar o tão ambicionado equilíbrio entre o corpo e a mente – um encontro com editoras da Vogue, da Máxima, da Elle, da Mulher Moderna, da Saber Viver, da Lux Woman, entre outras, com a Água de Luso, representada por Nuno Pinto de Magalhães, com as nossas nutricionistas Elsa Feliciano e Ana Pinto Coelho e com Mafalda Soares, Bárbara Vilar e Carla Caravela do Marketing Águas.



Nuno Pinto de Magalhães deu as boas vindas aos convidados e participantes.

Seguiu-se Elsa Feliciano que falou sobre os benefícios da água para o organismo, aconselhando o seu consumo e reforçando a sua importância como elemento essencial para uma boa hidratação e consequente bem-estar, realçando os seguintes aspectos funcionais decorrentes do consumo de água:

- regulação térmica
- equilíbrio ácido-base
- elaboração das secreções digestivas
- construção e reparação dos tecidos
- transferência dos nutrientes
- eliminação das toxinas

De seguida, Mafalda Soares destacou o que a Água de Luso tem realizado em prol das necessidades dos consumidores através do lançamento de produtos funcionais com benefícios para a saúde, como Formas Luso e Ritmo Luso, duas fórmulas inovadoras neste contexto.

O evento finalizou com algumas palavras da gestora de marketing da Spatitude, Susana Filipe, que se congratulou pela escolha deste local e anunciou uma parceria com a Água de Luso que passará a estar disponível para todos os utilizadores deste SPA.

**Edição:**

**Relações Institucionais**

**Nuno Pinto de Magalhães – email – [npmagalhaes@centralcervejas.pt](mailto:npmagalhaes@centralcervejas.pt)**

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