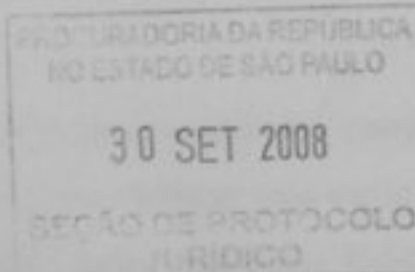


MACHADO, MEYER, SENDACZ E OPICE
ADVOGADOS



São Paulo, 30 de setembro de 2008.

PR/SP-SEPJ-
007631/2008



Ao

Ministério Público Federal

Secretaria dos Offícios de Tutela Coletiva – São Paulo

3º Ofício – Consumidor e Ordem Econômica

A/C: Dr. Márcio Schusterchitz da Silva Araújo

Procurador da República

Rua Peixoto Gomide, 768, 8º Andar

CEP 01409-904 São Paulo – SP

Ref.: Representação nº 1.34.001.003881/2008- 32

Ilustríssimo Procurador da República Dr. Márcio Schusterchitz da Silva Araújo,

Burger King Corporation (“BKC”), empresa situada na 5505 Blue Lagoon Drive, na Cidade de Miami, Estado da Flórida, nos Estados Unidos da América, CEP 33126, representada por seus procuradores infra assinados, vem expor e requerer o quanto segue.

Informamos que, em 20 de agosto de 2008, foi assinado o Termo de Compromisso de Ajustamento de Conduta nº. 28/2008 – PJC (“TAC”) com a 5ª Promotoria de Justiça do Consumidor do Ministério Público do Estado da Bahia (doc. 01), em que a BKC compromete-se a, por meio de seus franqueados, oferecer separadamente o brinquedo ou surpresa que compõe o Combo BKids. Importante

esclarecer que Ministério Público do Estado da Bahia notificou o BKC em momento anterior a V. Sra.

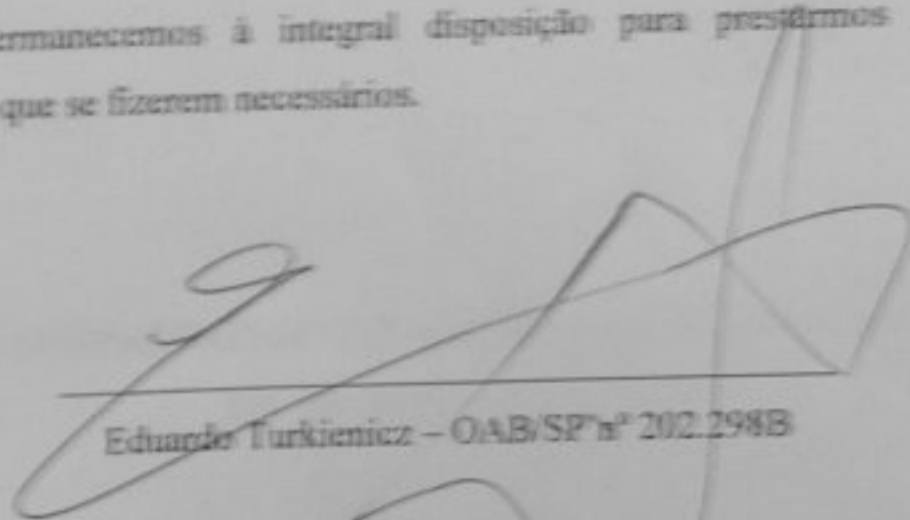
Adicionalmente, é imperioso ressaltar que os termos acordados entre o Ministério Público do Estado da Bahia e a BKC, conforme se pode verificar pela cópia do TAC anexa, são praticamente idênticos aos termos acordados pelo Ministério Público Federal de São Paulo e a empresa McDonalds (tratando da mesma matéria). As diferenças residem em questões operacionais, tendo em vista que o BKC não opera diretamente nenhum restaurante no Brasil, ao contrário de seu concorrente. Os termos do TAC aplicam-se a todos os franqueados do BKC no país.

Quanto à suposta propaganda abusiva, também entendemos, conforme já informado em nossa última manifestação, não haver qualquer descumprimento legal por parte da BKC, mas é necessário informar que a BKC não veicula, no momento, qualquer campanha promocional (além dos materiais do próprio *website* e *displays* em seus restaurantes), quer seja direcionada ao público infantil.

Ainda, cumpre mencionar que há, no Brasil, restrições à publicidade direcionada a crianças, as quais foram e são observadas pela BKC. Essa informação comprova-se pelo fato de que nenhuma de suas campanhas publicitárias foi sequer questionada pelo Conselho de Auto-Regulamentação Publicitária (CONAR) quanto à suposta abusividade. De forma diversa, não há, atualmente, restrições a campanhas publicitárias sobre produtos calóricos nem proibições à publicidade infantil, matérias que são tratadas em diversos projetos de lei, elencados, inclusive, no *website* do Instituto Alana, e ainda em tramitação.

Ante o exposto e levando-se em conta: (i) a anterioridade e a abrangência do TAC assinado com o Ministério Público do Estado da Bahia e as medidas já tomadas pela BKC e (ii) a inexistência, no Brasil, de normas que proíbam a publicidade de produtos calóricos ou destinada a crianças, requer-se o arquivamento da presente representação, tendo em vista que nenhuma prática abusiva ou que traga prejuízos ao consumidor foi praticada pela BKC.

Permanecemos à integral disposição para prestarmos a V. Sa. os esclarecimentos que se fizerem necessários.



Eduardo Turkienicz - OAB/SP nº 202.298B



Elton Minasse - OAB/SP nº 182.398