

FERRERO

São Paulo, 15 de julho de 2013

Ao

Instituto Alana

Projeto Criança e Consumo

At.: Marcos Nisti, Isabella Henriques e Pedro Affonso D. Hartung

NESTA

Prezados senhores,

Acusamos o recebimento de sua correspondência, em que parabenizam a iniciativa da Coca Cola Company em não mais direcionar publicidade de seus produtos ao público menor de 12 anos, em qualquer lugar do mundo. Ao mesmo tempo, convidam as empresas a fazer o mesmo.

A Ferrero é membro do IFBA – International Food and Beverage Alliance (<https://www.ifballiance.org/>), que reúne mais de dez indústrias de alimentos com atuação global. Esta aliança foi criada com o propósito de endereçar soluções por meio de colaboração, educação e inovação para ajudar os consumidores a alcançar uma dieta balanceada e um estilo de vida saudável.

Para alcançar esse objetivo, os membros dessa entidade assumiram um compromisso expresso na “Política Global IFBA para propaganda e marketing para crianças”, disponível no link abaixo, e que é seguido pela Ferrero assim como por todos os demais membros.

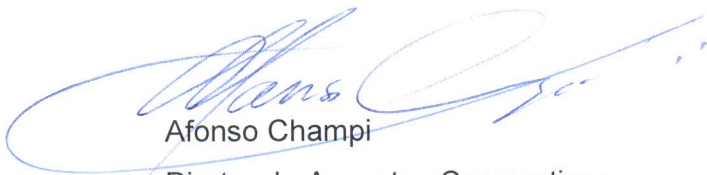
<https://www.ifballiance.org/sites/default/files/IFBAGlobalPolicyonAdvertisingandMarketingCommunicationstoChildrenFINAL112011.pdf>

Convém ressaltar ainda que, como parte dos procedimentos desse compromisso, o IFBA promove anualmente uma auditoria realizada por entidade externa independente (Accenture), e os resultados do monitoramento mais recente, realizado em 2012, podem ser consultados no link

<https://www.ifballiance.org/sites/default/files/IFBAGlobalPolicyonAdvertisingandMarketingCommunicationstoChildrenFINAL112011.pdf>

Agradecemos o envio do convite, que nos permitiu compartilhar com este Instituto os compromissos assumidos por nossa empresa, bem como a forma como temos tratado este importante tema em nossas decisões.

Cordialmente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Afonso Champi', is written over a faint, larger blue signature that is partially obscured.

Afonso Champi

Diretor de Assuntos Corporativos