

IC nº 048/2016

ATA DE REUNIÃO

Aos 24 dias do mês de janeiro de 2017, às 15 horas, no Gabinete da Promotoria de Justiça da Infância e da Juventude da Capital – Setor Defesa dos Interesses Difusos e Coletivos, situado na Rua Riachuelo, nº 115, 1º andar, nesta capital reuniram-se a **Doutora LUCIANA BERGAMO**, Promotora de Justiça da Infância e da Juventude da Capital, a Dr. **PATRICIA FUKUMA**, OAB/SP nº 107.635 e a Sra. **FLÁVIA TOLEDO ANTONANZAS**, OAB/SP nº 273.821, ambas do escritório "Fukuma Advogados", endereço Rua Gomes de Carvalho, 1069 – CJ. 112, São Paulo/SP, CEP 04547-004, telefone: (11) 3083-3539. Neste ato, as Dras. Patricia e Flavia explicaram que a Bimbo do Brasil sempre se preocupou em transmitir, em suas comunicações mercadológicas dirigidas a crianças e adolescentes, a preocupação da empresa com a educação alimentar e a necessidade da promoção de hábitos alimentares saudáveis. Disseram que, de fato, na campanha mencionada pelo Instituto Alana e citada na portaria inaugural, houve a distribuição de Bolinhos Ana Maria sem as características dos produtos "QD+", que apresentam perfil nutricional adequado a menores de 12 anos, ou seja, são constituídos de cenoura e frutas, com teores reduzidos de sódio, gordura e açúcar em relação aos bolinhos convencionais da marca. Na primeira ação mercadológica, a empresa tinha o intuito de distribuir bolinhos de banana e cenoura, mas tal não aconteceu. Acabaram sendo distribuídos às crianças também bolinhos de outros sabores. A partir da recomendação do CONAR, na segunda ação mercadológica, a empresa reforçou a necessidade da promoção de hábitos alimentares saudáveis, distribuindo folhetos educativos aos pais, conforme já mencionado na petição apresentada nos autos. Além disso, aumentou a exposição e a oferta de sucos e frutas durante a realização das atividades lúdicas com as crianças nos parques e centros de compra. As atividades consistem na confecção de bolinhos. Nos parques ainda são promovidas outras atividades, inclusive com a prática de atividades físicas. Estão sendo previstas novas ações publicitárias em parques e centros de compras para este ano de 2017. A campanha publicitária deve perdurar durante todo o ano de 2017. Sobre a página interativa existente no site oficial do

1

não do Conar.

