

BIMBO

PULLMAN

PLUSVITA

PJDIDCIJC.
FLS. 480H

Fls. (Ofício)	(R)
416	
417	
464	

Ilustríssima Senhora Promotora de Justiça da Promotoria da Infância
Juventude da Capital Dra. Luciana Bergamo - Setor de Defesa dos Interesses
Difusos e Coletivos
Rua Riachuelo, 115, 1º andar, salas 143/145 - Centro - São Paulo/SP

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO
PROTÓCOLO: 0018728/17
Data: 13/02/2017 Hora: 16:50:06
Local de Entrada: SUBÁREA DE APOIO ADMIN. - PROTÓCOLO GERAL 14050502
Assunto: RESPOSTA DE OFÍCIO
Interessado: BIMBO DO BRASIL

Ref: Inquérito Civil nº 48/2016

BIMBO DO BRASIL LTDA., pessoa jurídica de direito privado, devidamente qualificada nos autos do presente INQUÉRITO CIVIL, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, prestar as devidas informações e esclarecimentos no que diz respeito à petição apresentada pelo Instituto Alana (fls. 450/459), conforme passa a expor.

29/17

e

fazer o
e ass
do k
mit
de a
tudo,
o cona

BIMBO

PULLMAN

PLUSVITA

PJDIDCIJC.
FLS. 491 J

Fls. (Ofício)
716
917
464

I. DOS ESCLARECIMENTOS INICIAIS

Primeiramente, antes da peticionária prestar os devidos esclarecimentos relativamente a petição apresentada pelo Instituto Alana (fls. 450/459), cumpre tecer algumas considerações iniciais, que julga relevantes para o deslinde do presente Inquérito Civil.

Neste sentido, entende de extrema importância destacar o compromisso da peticionária na construção e aprimoramento de seus produtos com o objetivo de contribuir com os programas do Ministério da Saúde para redução das quantidades de açúcar, gorduras e sódio nos alimentos processados.

Tanto o é, que a ora peticionária é associada de entidades de classe, tais como ABIA- Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação e ABIMAPI- Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados, entidades estas que oficializaram em abril de 2011 pacto com o Ministério da Saúde, por meio de termo de compromisso entre aquele Ministério e entidades representativas das indústrias de alimentos, no qual são estabelecidas as categorias prioritárias para a redução dos ingredientes acima mencionados, quais sejam, açúcar, gorduras e sódio. Tais informações podem ser conferidas no website: http://dab.saude.gov.br/portaldab/ape_promocao_da_saude.php?conteudo=educao

e

BIMBO

PULLMAN

PLUSVITA

PIDIDCIC
FLS. 422

Importante ressaltar que além de participar de forma ativa na adoção de medidas para o cumprimento do pacto firmado com o Ministério da Saúde para redução de açúcar, gorduras e sódio em seus produtos, o Grupo Bimbo participa de importantes projetos comunitários visando ao bem-estar da sociedade. Para tanto, desenvolveu programa interno de Responsabilidade Social pautado nos seguintes pilares:

- a) Comprometidos com a sua saúde;
- b) Comprometidos com o Meio Ambiente;
- c) Comprometidos com os nossos colaboradores;
- d) Comprometidos com a Sociedade.

Nesse contexto, como já informado anteriormente, a petionária é signatária do Compromisso Público relacionado à publicidade de alimentos e bebidas para crianças firmado, voluntariamente, em 25/08/2009, cujo objetivo é controlar a comunicação mercadológica dirigida pelas empresas do segmento alimentício às crianças menores de 12 anos de idade.

Seguindo a mesma linha institucional e sua ideologia corporativa, o Grupo Bimbo firmou recentemente (setembro de 2016) novo **PACTO PARA COMUNICAÇÃO RESPONSÁVEL - CRITÉRIOS NUTRICIONAIS (Doc. 01)**, iniciativa voluntária de um grupo de empresas participantes do *International Food and Beverages Alliance (IFBA)* no Brasil.

No **PACTO PARA COMUNICAÇÃO RESPONSÁVEL** ficou acordado, dentre outros pontos, (i) a adoção de critérios nutricionais únicos, (ii) a realização de monitoramento das empresas participantes do Pacto e (iii) o aumento da restrição do público infantil de 50% para 35%.

BIMBO

PULLMAN

PLUSVITA

PJDIDCJC
FLS. 423

Com relação à padronização dos critérios nutricionais, estes tiveram como premissas:

- **Cientificamente fundamentados:** sustentados por uma análise da evidência baseada em ciência e tecnologias disponíveis;
- **Abrangentes:** aplicáveis a todos os produtos em categorias definidas, a menos que as isenções sejam justificadas cientificamente ou pelo fato de que tais categorias / produtos não sejam atualmente comercializados para crianças entre seis e doze anos de forma alguma;
- **Progressivos:** capazes de promover o progresso de critérios específicos de empresas existentes e capazes de incentivar a inovação de produtos e reformulação;
- **Apropriados:** adequados para o contexto atual e compatíveis com os padrões desenvolvidos em outros lugares;
- **Validados:** passíveis de um processo de validação, garantindo qualidade e legitimidade;
- **Transmissíveis:** com uma justificativa clara e relativamente simples de se comunicar externamente para públicos leigos.

Os critérios de nutrição foram desenvolvidos com base no **Pledge Europeu 2015**, que, por sua vez, teve seus critérios baseado em diretrizes internacionais disponíveis e reconhecidas.

Para o desenvolvimento do Pledge Europeu, o Grupo de Trabalho de Nutrição do IFBA Europeu assumiu os pontos-chave do Parecer da EFSA (2008), levando em consideração:

BIMBO

PULLMAN

PLUSVITA

PIDIDCIC
FLS. 474

- Recomendações dietéticas, considerações de saúde pública e evidências científicas geralmente aceitas sobre a relação entre alimentação, nutrição e saúde;
- A variabilidade dos hábitos e tradições alimentares e o fato de que mudanças na dieta levam tempo;
- A capacidade tecnológica da indústria para inovação de produto;
- Outras considerações de natureza industrial e cultural

Para o desenvolvimento dos critérios nutricionais do Pledge Europeu e, portanto, dos critérios adotados pelo **PACTO PARA COMUNICAÇÃO RESPONSÁVEL**, optou-se por uma abordagem baseada em categorias, com base em limiares de nutrientes essenciais e presença de componentes a serem incentivados, além de ter sido considerado também as características intrínsecas dos alimentos, bem como a tecnologia disponível para a sua produção.

O intuito é incentivar o desenvolvimento de opções com melhor qualidade nutricional dentro da mesma categoria, através de inovação e reformulação de produtos. O sistema leva em conta os componentes limitados e incentivados, tendo como objetivo promover a inovação e reformulação para uma mudança na comunicação por melhores produtos - do que um sistema baseado unicamente em "nutrientes a serem limitados".

- **Componentes limitados:** Energia/Sódio/Açúcares Totais/Gorduras saturadas;
- **Componentes a serem incentivados:** Nutrientes e/ou grupos alimentares presentes nas categorias (ex: cálcio e/ou proteína nos lácteos).

BIMBO

PULLMAN

PLUSVITA

PJDDICIJC.
FLS. 475 H

De acordo com o PACTO PARA COMUNICAÇÃO RESPONSÁVEL firmado, os critérios nutricionais harmonizados no Brasil são aplicados desde 31/12/2016. A aplicação de "componentes a serem incentivados" deverá ser gradual, para que a indústria possa se adaptar em até 3 anos e incluir esses componentes nas categorias em que são considerados relevantes.

Considerando os termos do PACTO PARA COMUNICAÇÃO RESPONSÁVEL firmado em setembro de 2016 em relação àquele firmado em agosto de 2009, destacamos os seguintes avanços:

- Alinhamento e padronização de critérios nutricionais do Brasil, que estão sendo seguidos por todos os signatários desde 31 de dezembro de 2016, contemplando um período de adaptação até 31 de dezembro de 2017;
- Monitoramento e auditoria da KPMG do conteúdo e veiculação de publicidade com ênfase nas principais datas comerciais para o público infantil;
- Aumento da restrição de audiência de público infantil de 50% para 35%, ou seja, para fins de restrição publicitária do compromisso, consideram-se audiências infantis aquelas que sejam compostas por 35% ou mais de público abaixo de 12 anos.

Sendo assim, claro está que a política corporativa adotada pela BIMBO está pautada na consciência e responsabilidade social, evidenciado por suas ações de responsabilidade social, como a participação como signatária - frise-se novamente, de forma voluntária - em acordos firmados com o fito de avaliar e controlar as informações mercadológicas a serem direcionadas pelas empresas atuantes na indústria alimentícia às crianças menores de 12 anos de idade.

e

BIMBO

PULLMAN

PLUSVITA

PJDIDCIJC.
FLS. 476

Portanto, por todos os compromissos voluntários firmados pela peticionária, não parece crível que esta os violaria por qualquer razão que seja, ainda mais, de forma intencional como quer fazer parecer o Instituto Alana regras para publicidade de alimentos para o público infantil.

II. DA PETIÇÃO DO INSTITUTO ALANA - FLS. 450/459

De início, a peticionária informa a este i. Ministério Público que as ações publicitárias - **Confeitaria Ana Maria e Fashion Weekend Kids Festival no Parque Villa Lobos** - mencionadas na representação oferecida pelo Instituto Alana, que motivou o presente Inquérito Civil, **não terão continuidade para o ano de 2017**, pelo que solicita a V.Sa. a retificação das informações constantes da Ata de Reunião realizada no dia 24 de janeiro p.p.

De outra parte, conforme informado na petição protocolada em 18 de novembro de 2016, a empresa participou da 2ª edição do Fashion Weekend Kids Festival no Parque Villa Lobos, em 08 de outubro de 2016, evento que consistiu na promoção de várias atividades ao ar livre com a participação das crianças e seus pais.

Nessa programação, a empresa informou que organizou um piquenique com bolinhos Ana Maria QD+ (com perfil nutricional adequado para as crianças abaixo de 12 anos), acompanhado com muitas frutas, água e sucos, além de fornecer um folheto para as crianças e seus pais com dicas para uma lancheira equilibrada e saudável.

BIMBO

PULLMAN

PLUSVITA

PJDIDCIJC.
FLS. 472/473

Desse modo, em complementação a petição datada de 18 de novembro de 2016, serve a presente para requerer a juntada do folheto com dicas de uma lancheira equilibrada (Doc. 02), entregue durante a 2ª edição do Fashion Weekend Kids Festival no Parque Villa Lobos, com informações sobre a importância da inclusão de alimentos fontes de carboidratos, frutas, legumes e um alimento proteico, como forma de comprovar a este i. Ministério que a diretriz adotada pela empresa no referido evento seguiu a recomendação do CONAR.



(Doc. 02 - Folheto)

Feitos os esclarecimentos acima, a peticionária passa a prestar as devidas informações com relação aos eventos noticiados pelo Instituto Alana às fls. 450/459.

O Instituto Alana alega, em apertada síntese, que a BIMBO segue com novas ações publicitárias para promoção dos produtos fabricados sob a marca Ana Maria, com a intenção "de utilizar a linguagem do entretenimento, por meio de brincadeiras e animações, para atingir diretamente o público infantil e, assim, transmitir sua mensagem comercial com mais eficácia", reforçando "o que a

BIMBO

PULLMAN

PLUSVITA

PJDIDCUC.
FLS. 488

empresa vem fazendo por meio do projeto "Confeitaria da Ana Maria" (fls. 458).

Respeitada as considerações do Instituto Alana, as novas ações publicitárias atendem integralmente a recomendação do CONAR e a legislação vigente, o que permite concluir que as afirmações feitas pelo Instituto Alana estão desprovidas de qualquer verdade e amparo legal.

Os eventos noticiados referem-se à parceria feita entre a BIMBO e a Globosat para os produtos Ana Maria QD+, linha de produtos com perfil nutricional adequado para crianças menores de 12 anos, projeto denominado de "Confeitaria Divertida".

Importante observar que a linha de produtos "Ana Maria QD+" foi criada para atender o perfil nutricional adequado para crianças menores de 12 anos, tratando-se de bolinhos recheados com combinação de chocolate e ingredientes naturais (como banana, cenoura, suco de laranja e farinha de aveia), quantidades reduzidas de sódio, açúcares e gorduras em sua formulação, tudo com o objetivo de priorizar os interesses das crianças e estimular a alimentação saudável, em consonância com a ideologia institucional da Bimbo e os compromissos firmados com o fito de avaliar e controlar as informações mercadológicas a serem direcionadas pelo setor na indústria alimentícia ao público infantil.

Em continuidade ao planejamento da empresa para divulgação da linha Ana Maria QD+, criou-se o projeto "Confeitaria Divertida" que foi baseado na obra seriada audiovisual intitulada "Tem Criança na Cozinha".

BIMBO

PULLMAN

PLUSVITA

PJDIDCIJC
FLS. 429

Quando da criação do projeto, a empresa e a emissora Globo por meio de consulta telefônica ao CONAR, demonstraram o projeto "Confeitaria Divertida", no qual não foi constatado nenhuma infringência às normas de propaganda e publicidade por parte órgão, com a consequente aprovação da denominação "Confeitaria Divertida" e a veiculação dos programas.

Apenas a título de esclarecimento, o programa "Tem Criança na Cozinha" é um programa de culinária em que os apresentadores (crianças) ensinam receitas para o público infantil e, com base neste programa, a BIMBO criou seu próprio programa "Confeitaria Divertida", **tratando-se, contudo, de programas distintos.**

A programação do projeto "Confeitaria Divertida" durou 03(três) meses - Setembro a Novembro de 2016 e consistiu nos seguintes eventos:

- a) **04 programetes** especiais com duração de 05 minutos cada, com a denominação de "Confeitaria Divertida", ocasião em que os apresentadores infantis ensinaram receitas de bolinhos;
- b) **Vinheta lancheira equilibrada**, com o objetivo de reforçar a importância de uma lancheira equilibrada;
- c) **Promoção "Bolinho decorado"**, com a seleção de receitas que foram publicadas no site do Gloob;
- d) **Divulgação no site e facebook do Gloob**;
- e) **Espaço exclusivo** no site mundo Gloob por 03 meses, com a promoção de brincadeiras, vídeos, receitas e jogos para a diversão das crianças.




PJDIDCIJC.
FLS. 480

O Programete "**Confeitaria Divertida**" é um programa de culinária e personalizado, com a presença de apresentadores infantis dos programas "**Tem Criança na Cozinha**" e "**Gaby Estrella**", em que as crianças aprenderam a fazer receitas especiais de bolinhos recheados.

O programa é composto de 04 (quatro) episódios de até 05 (cinco) minutos cada, intitulado "**Confeitaria Divertida**", exibidos durante a programação do canal televisivo Gloop, sendo 01(um) episódio ensinando 01(uma) receita com bolinhos Ana Maria QD+ e 03 (três) episódios com receitas de bolinhos decorados.

- (a) Programete "**Confeitaria Divertida**":
- Episódio 01 exibido no dia 05/10/2016;
 - Episódio 02 exibido no dia 12/10/2016;
 - Episódio 03 exibido no dia 19/10/2016;
 - Episódio 04 exibido no dia 26/10/2016.

O programa tem uma conotação lúdica, com a intenção de estimular a criatividade das crianças, para que de forma divertida, juntamente com sua família, possa cozinhar bolinhos decorados. Trata-se inclusive de estimular o convívio familiar.

Considerando trata-se de um programa distinto a empresa realizou a gravação do conteúdo audiovisual em um cenário distinto da cozinha apresentada no programa "**Tem Criança na Cozinha**", com a criação de um cenário colorido e divertido.

BIMBO

PULLMAN

PLUSVITA

PJ010010
FLS. 481

O Programete "Confeitaria Divertida" foi exibido durante a programação do canal Gloob e a petionária teve a cautela de que o conteúdo não fosse exibido durante o intervalo do programa "Tem Criança na Cozinha", com o intuito de deixar claro que os programas são distintos e que se trata de um Informe Publicitário.

A petionária informa que também foram produzidas 04 (quatro) versões reduzidas de 30 (trinta) segundos cada, referentes a cada um dos 04 (quatro) episódios do Programete "Confeitaria Divertida", para exibição exclusiva no site do canal Gloob (www.mundogloob.com.br).

Ainda, foram produzidas 02 (duas) chamadas comerciais, sendo: (i) uma chamada de 30" (trinta segundos) anunciando o Programete "Confeitaria Divertida" para exibição exclusiva no canal Gloob, e, (ii) uma chamada de 30" (trinta segundos) anunciando o Programete "Confeitaria Divertida" para exibição exclusiva no canal GNT

Conforme exposto acima e dos conteúdos dos programas, ora juntados através de CD (Doc. 03), verifica-se que a ideia principal do projeto é a de permitir que as crianças tenham contato com o universo culinário, a fim de estimulá-las e despertar seu interesse por atividades envolvendo sua alimentação, utilizando produtos de perfil nutricional adequado para as crianças, o que ao ver da petionária, é bastante salutar para o desenvolvimento da criança.

No mesmo sentido, a "Vinheta lancheira equilibrada" foi criada com o objetivo de reforçar a importância de uma lancheira equilibrada, utilizando-se de imagens de cenas de diversos programas exibidos na Televisão

Fls. (Ofício)

716
717
464

(R)

pagar
e a
e do
m
2
nter
C

BIMBO

PULLMAN

PLUSVITA

PJDIDCIJC.
FLS. 482 *et*

(imagens de frutas, sanduíches, sucos, bolinhos sem qualquer vinculação a marca da Ana Maria), promovendo o conceito de que o lanche deve ser variado, nutritivo, com alimentos coloridos, alimentos importantes para fornecer energia para as crianças brincarem no recreio, com apoio ao final da exibição da Ana Maria QD+.

Para dar maior amplitude ao projeto "Confeitaria Divertida", a empresa em parceria com o canal Gloop desenvolveu uma página especial dentro do site do Gloop com conteúdos extras, como vídeos, jogos interativos e a possibilidade dos usuários enviarem receitas de bolinhos e as mais criativas foram publicadas no site do Gloop.

Conforme se verifica das próprias fotos apresentadas pelo Instituto Alana, os jogos e as brincadeiras são divertidos e conhecidos pelas crianças, como Jogo da Memória, Jogo dos Sete Erros, sendo certo que em nenhum momento a petionária utilizou da personagem Ana Maria para induzir o consumo dos produtos pelas crianças.

Vê-se que, ao contrário do alegado pelo Instituto Alana, a empresa ao criar as novas ações publicitárias para os produtos Ana Maria QD+ manteve a recomendação do CONAR no sentido de promover eventos com produtos de perfil nutricional adequado para as crianças menores de 12 anos, com ênfase em informações sobre equilíbrio e educação alimentar, estimulando, assim, hábitos saudáveis, a demonstrar, portanto, a ausência de qualquer ilegalidade ou abusividade em quaisquer dos eventos e ações promovidas pela ora petionária, o que deve ser considerado por este Ministério Público.

Fls. (Ofício)	Fls. (Resposta)
416	425
417	
464	

e

*pagar a
e atual
do K
milit
de u
udo,
CONA*

BIMBO

PULLMAN

PLUSVITA

PJDIDCJC.
FLS. 4830

Assim sendo, resta demonstrado que os eventos realizados no canal e no site Gloob tiveram como principal finalidade promover a prática de hábitos alimentares saudáveis, tudo de uma forma lúdica e divertida para as crianças.

A petionária entende o papel do Instituto Alana, mas como restou claramente demonstrado jamais realizou qualquer ação que pudesse ser entendida como prejudicial às crianças, muito ao contrário, criou toda uma programação interativa entre as crianças e pais, com brincadeiras no parque e utilização de formas lúdicas e divertidas para inserir as crianças no universo culinário, demonstrando a importância do consumo de frutas, vegetais e sucos, bem como estimulando o consumo de alimentos industrializados, desde que sejam nutricionalmente adequados para as crianças.

Vale observar que nas oficinas que deram origem ao presente inquérito civil, os pais sempre validaram a participação dos filhos na programação oferecida.

Deste modo, não pode uma empresa que atua com tanto comprometimento ético e social com o público infantil ser penalizada simplesmente por oferecer às crianças opções lúdica para o contato com o universo culinário.

Fls. (Ofício)	Fls. (Resposta)
416	425
417	
464	

P

fazem a
e aces
e do K
muita
de u
intudo,
3' CONA

BIMBO

PULLMAN

PLUSVITA

PJDDICJC.
FLS. 484

III. DA CONCLUSÃO E PEDIDO

Conforme demonstrado desde o início do presente Inquérito Civil, a empresa sempre agiu e atuou em completa boa-fé e ética, sendo certo que todas as atividades publicitárias promovidas pela petionária para divulgação dos produtos Ana Maria QD+, tem como finalidade institucional vincular a marca a produtos nutricionalmente adequados para crianças, a atividades familiares, incluindo sempre atividades físicas e de conotação lúdica, exercidas de forma saudável e agradável, tendo como diretriz a transmissão de informações sobre equilíbrio e educação alimentação saudável, atendendo à exaustão a legislação vigente.

Muito embora, como já reconhecido pela petionária, na primeira ação publicitária tenha ocorrido uma isolada, única e involuntária troca relativa ao sabor do bolinho Ana Maria utilizado pelas crianças apenas no preparo do alimento(sabor chocolate), vale ressaltar que ao final da atividade foram aqueles os bolinho Ana Maria QD+ (sabor cenoura e sabor banana). Portanto, as crianças levaram os bolinhos Ana Maria QD+, que foram desenvolvidos exatamente com o intuito de ser nutricionalmente mais adequados ao público infantil. Acredita esta petionária que seria desproporcional e irrazoável, penalizar a empresa por um fato único e isolado que não redundou em qualquer prejuízo a quem quer que seja.

Com o aprimoramento dos eventos, a petionária buscou ressaltar ainda mais o caráter lúdico e educativo dos eventos, sempre com foco em uma alimentação equilibrada e sadia.

Fls. (Ofício)	Fls. (Resposta)
416	
417	425
464	

fazem o
e a
do k
mu
há
mudo
con

BIMBO

PULLMAN

PLUSVITA

PJDIDCIJC
FLS. 485 *st*

Assim sendo, por qualquer ângulo que se analise os argumentos expostos na representação que motivou o r. Inquérito e as demais petições do Instituto Alana, conclui-se que tais não merecem prosperar, ensejando o arquivamento do presente, ante a clara ausência de ilegalidade ou abusividade nos eventos promovidos pela empresa BIMBO.

Esperando ter esclarecido o quanto solicitado por V. Sa., a peticionária apresenta e renova nossos protestos de elevada estima e consideração.

São Paulo, 13 de fevereiro de 2017.

Flávia Toledo Antonanzas
FLÁVIA D. TOLEDO ANTONANZAS MARQUES
OAB/SP N.º 273.821

Fls. (Ofício)	Fls. (Respostas)
416	
417	485
464	