



**COCA-COLA INDÚSTRIAS LTDA.**

Praia de Botafogo, 374

Rio de Janeiro/RJ – CEP 22250-040

Rio de Janeiro, 17 de junho de 2016.

Ao

**INSTITUTO ALANA**

Rua Fradique Coutinho, 50, 11º andar

Pinheiros, São Paulo - SP

CEP 05416-000

**Ref.: Notificação sobre a Campanha de Natal da Coca-Cola em 2015.**

Prezados Senhores,

Em decorrência do recebimento de Notificação datada de 10 de maio p.p., pela qual V. Sas. solicitaram esclarecimentos acerca dos materiais publicitários desenvolvidos pela Coca-Cola para a Campanha de Natal de 2015, servimo-nos da presente para apresentar nossas considerações e comentários, a seguir expostos:

1. Primeiramente, gostaríamos de ressaltar, mais uma vez, a nossa admiração e reconhecimento pelo relevante trabalho feito pelo Instituto Alana no cumprimento de sua missão de honrar a criança, especialmente no que se refere às iniciativas do Projeto Criança e Consumo. A seriedade e o compromisso do Instituto Alana, bem como o nosso reconhecimento de que desempenhamos um papel importante em parte dos temas que são objeto da atuação de V. Sas., fazem com que mantenhamos um diálogo constante, sempre aberto ao debate de novas ideias e conceitos, em busca dos melhores resultados para ambas as partes e para a sociedade em geral.

2. Especificamente em relação às peças da Campanha de Natal de 2015, entendemos que a empresa buscou seguir sua política global de marketing responsável, que tem como diretriz a não realização de publicidade voltada para crianças (pessoas de até 12 anos de idade). Assim, o filme publicitário divulgado no final de 2015 tinha como objetivo destacar uma bonita história de amor de um pai por seu filho e relembrar a especial magia do Natal, que une famílias e amigos durante aquela época do ano, bem como convidar as famílias a acompanhar a passagem da tradicional Caravana de Natal por diversas cidades do país.

3. Não havia, portanto, qualquer intenção de realizar comunicação direta às crianças, mas sim às famílias. No filme, não foram mostradas crianças consumindo qualquer produto de nosso portfólio e sua veiculação se deu de maneira a atingir uma audiência formada por, pelo menos, 65% de pessoas maiores de 12 anos, ou seja, o filme foi ao ar em horários previamente definidos para que pudesse ser visto predominantemente por esse público.

4. No que se refere à figura do Papai Noel, entendemos que a mesma é um ícone das campanhas publicitárias da Coca-Cola, sobre a qual possuímos, inclusive, registros de propriedade intelectual em inúmeros países ao redor do mundo. É parte da essência da empresa utilizar em suas peças publicitárias figuras e desenhos de nossa propriedade, elementos tão identificados com a marca Coca-Cola, onde o público enxerga uma relação natural e direta (podemos citar o urso polar como outro exemplo dessa natureza).

5. Assim, não nos parece que a simples utilização da figura do Papai Noel possa ser considerada como uma forma de direcionar a publicidade para crianças. Com efeito, o Papai Noel é um elemento que personifica a celebração do Natal para toda a família e pode-se dizer que o público até mesmo espera por sua presença em nossas campanhas. A questão aqui é a forma pela qual a Coca-Cola, ano após ano, apresenta sua campanha de natal para o público em geral e, neste ponto, buscamos e continuaremos sempre buscando comunicar nossos valores, crenças e marcas de maneira extremamente responsável e cuidadosa, em estrito cumprimento às nossas políticas e diretrizes globais, que o Instituto Alana conhece tão bem.

6. Não obstante os esclarecimentos apresentados acima, podemos afirmar que a notificação encaminhada por V. Sas. nos fez refletir e avaliar oportunidades para evoluir ainda mais na execução de nossa política de marketing responsável. Assim, em respeito ao elogiável trabalho feito por esse Instituto e ao proveitoso relacionamento que vimos mantendo nos últimos anos, esperamos contar a presença de V. Sas. em nossa sede no Rio de Janeiro, no próximo dia 29 de junho, para que possamos debater, trocar ideias e, possivelmente, adotar medidas que atendam aos nossos interesses comuns.

Atenciosamente,

**COCA-COLA INDÚSTRIAS LTDA.**