

São Paulo, 15 de abril de 2019.

AO

INSTITUTO ALANA – Programa Criança e Consumo

Rua Fradique Coutinho, 50 – 11º andar – Pinheiros

São Paulo – SP

CEP 05416-000

Ref.: Solicitação de Informações sobre a campanha de Páscoa 2019 da empresa – direcionamento de estratégias de publicidade e comunicação mercadológica a crianças.

Prezados(as) Senhores(as),

A **NESTLÉ BRASIL LTDA. (“NESTLÉ”)**, com sede na capital do Estado de São Paulo, na Rua Doutor Rubens Gomes Bueno, 691, Edifício Torre Sigma, Várzea de Baixo, CEP 04730-000, inscrita no CNPJ/MF sob nº 60.409.075/0001-52, vem, respeitosamente à presença de V.Sas., por meio de sua procuradora abaixo-assinada, em atenção à Solicitação de Informações em referência encaminhada por esse Instituto Alana - Programa Criança e Consumo, expor o que segue:

O Instituto Alana, por meio do seu Programa Criança e Consumo, solicitou informações à **NESTLÉ** sobre a estratégia publicitária que será desenvolvida pela empresa e suas marcas para a Campanha de Páscoa 2019, considerando o “Compromisso pela Publicidade Responsável para Crianças” firmado em 2016, do qual a **NESTLÉ** é signatária, e fazendo referência

Alana

ao fato de que chocolate é um dos produtos alimentícios com restrição de publicidade por aquele Compromisso, não podendo, assim, ser anunciado a crianças com menos de 12 anos.

Primeiramente, é fundamental ressaltar que a **NESTLÉ** é uma empresa que tem a nutrição como foco central de sua atuação, a qual é pautada pelo propósito de melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável. Nesse sentido, a **NESTLÉ** é orientada por valores baseados no respeito às pessoas e famílias, o que se traduz pela sua constante preocupação em oferecer produtos e serviços que proporcionem vidas mais saudáveis e felizes; no respeito à comunidade, por meio do desenvolvimento de comunidades prósperas e resilientes; e ainda, no respeito ao Planeta, protegendo os recursos para as futuras gerações.

Nesse contexto, é essencial esclarecer que **a NESTLÉ não anuncia produtos da categoria de chocolates para crianças menores de 12 anos**, sendo essa a premissa da Campanha de Páscoa 2019.

Dessa forma, com relação aos Ovos de Páscoa mencionados na Solicitação de Informações, apenas o Ovo **SURPRESA® Realidade Aumentada**, conta com ações específicas de comunicação, as quais, por sua vez, são direcionadas ao público jovem (acima de 12 anos).

A linha SURPRESA® Realidade Aumentada vem acompanhada de uma miniatura e um disco de metal (Portal de Realidade Aumentada) que, quando lido por meio do aplicativo NESTLÉ® Realidade Aumentada, mostra o animal se movimentando e interagindo através do celular. Trata-se de um aplicativo com foco educacional, feito em parceria com o canal ANIMAL PLANET™, do DISCOVERY CHANNEL™, dedicado principalmente a séries e documentários sobre animais selvagens e domésticos, o qual endossa o conteúdo apresentado pela tecnologia.

Vale ressaltar que para baixar e utilizar o aplicativo não é necessário comprar os Ovos de Páscoa, estando as informações sobre os animais disponíveis para todas as pessoas que quiserem acessar o conteúdo.

Tendo em vista o direcionamento da comunicação para o público jovem/adulto, estão dentro da estratégia publicitária da Campanha de Páscoa para a linha SURPRESA® Realidade Aumentada, as seguintes ações:



- 1) Ações Patrocinadas com Youtubers/Influenciadores, que divulgarão a Realidade Aumentada e o aspecto educacional da linha SURPRESA®, com o perfil dos canais direcionado para o público jovem;
- 2) Envio de Press Kits + Ovos de Páscoa da linha Surpresa® Realidade Aumentada para Youtubers/Influenciadores dos segmentos de *games*, tecnologia, cinema/entretenimento, *lifestyle/stars*, com o perfil dos canais direcionado para o público jovem.

Importante mencionar que a **NESTLÉ** não tem conhecimento das imagens anexadas à Solicitação de Informações (reproduzidas abaixo), não podendo, portanto, se manifestar a respeito, podendo afirmar, entretanto, que os Ovos de Páscoa das marcas NESTLÉ® e GAROTO® não vêm acompanhados dos itens que aparecem destacados:



É imperioso destacar que a **NESTLÉ** é a maior empresa de alimentos e bebidas do mundo. Está presente em 189 países e seus 328 mil colaboradores estão comprometidos com o propósito de melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável.

Nesse contexto, cumpre esclarecer que, desde janeiro de 2009, reforçando seu compromisso com o respeito ao consumidor, e principalmente com o público infantil, a **NESTLÉ** passou a adotar diretrizes mais rígidas para a publicidade voltada a esse público. Alinhada ao Grupo Nestlé mundialmente, a empresa se comprometeu a não dirigir nenhum tipo de comunicação ou atividade de marketing a crianças abaixo de 6 anos e, para a faixa etária entre 6 e 12 anos, restringir a propaganda a produtos com perfil nutricional que auxiliem em uma dieta balanceada e saudável.

A partir de uma rigorosa política de comunicação com o consumidor, o Grupo Nestlé adota os **Princípios de Comunicação da Nestlé**. Neste documento, a empresa formaliza seus



compromissos em relação à comunicação com crianças e atividades de marketing, tais como a observância das seguintes diretrizes:

- Devem encorajar a moderação, hábitos alimentares saudáveis e a atividade física;
- Não devem diminuir a autoridade dos pais;
- Não devem enganar as crianças sobre os benefícios potenciais do uso do produto;
- Não devem criar a sensação de urgência no consumo do produto;
- Não devem gerar expectativas irreais sobre popularidade ou sucesso;
- Não devem criar dificuldades para que a criança diferencie o conteúdo do programa e o conteúdo da propaganda;
- Não devem utilizar nenhum tipo de personagem de programas, que não sejam os personagens de direito autoral da empresa, para promover produtos em programas de televisão, filmes, revistas ou material impresso ou em websites na internet; e
- Em caso de atividades escolares, deverá haver um acordo e consentimento prévio da administração da escola e dos organizadores do evento.

Além disso, não se pode olvidar que, conforme mencionado por esse Instituto Alana, em 2016, a **NESTLÉ** assinou o "[Compromisso pela Publicidade Responsável para Crianças](#)" que reúne empresas do setor de alimentos e bebidas não-alcóolicas, comprometendo-se a anunciar para crianças menores de 12 anos apenas produtos que atendam aos critérios nutricionais comuns. As mídias abrangidas pelo Compromisso incluem televisão aberta e fechada, rádio, mídia impressa, cinema, Internet (incluindo sites pertencentes à empresa), DVD/CD-ROM, marketing direto, merchandising, jogos interativos, outdoor marketing (a ser definido por diretrizes de interpretação) e marketing por SMS e dispositivos móveis.

Some-se a isso o fato de que a **NESTLÉ** é associada do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária – CONAR, o qual tem uma sessão inteira do seu Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária voltada para as regras que devem ser observadas pelos anunciantes na publicidade de produtos dirigidos ao público infantil, regras essas inteiramente observadas pela **NESTLÉ**.

A **NESTLÉ** está presente em 99% dos lares brasileiros, segundo pesquisa realizada pela Kantar Worldpanel. E, como integrante da sociedade brasileira, assume ativamente seu papel na promoção da Nutrição, Saúde e Bem-Estar, sendo certo que, quando se trata de responsabilidade social, a empresa segue regras muito mais rígidas do que, tanto a Autorregulamentação, por meio do



Compromisso pela Publicidade Responsável e do CONAR, quanto a própria legislação determinam, particularmente no que se refere aos cuidados especiais com o público infantil.

Por todo o exposto, a **NESTLÉ** confia que as informações acima esclarecem todas as questões levantadas por meio da presente Solicitação de Informações. De todo modo, a **NESTLÉ** fica permanentemente à disposição para manter o diálogo aberto e construtivo com esse Instituto Alana.

Sendo o que cumpria para o momento, aproveitamos a oportunidade para renovar nossos protestos de estima e consideração.



NESTLÉ BRASIL LTDA.

Ana Cherubini

Gerente Legal & Compliance