



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO  
MINISTÉRIO PÚBLICO DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS  
1ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

*Ref. ICP 08190.046312/17-49*

**TERMO DE AUDIÊNCIA**

**Aos catorze dias do mês de agosto do ano de dois mil e dezoito compareceu, a esta Promotoria de Justiça, a Dra. ELIANE PROSCURCIN QUINTELLA, OAB/SP [REDAZIDA], telefone [REDAZIDA], endereço eletrônico: [REDAZIDA], advogada da empresa Danone. Aberta a audiência, a dra advogada representante da Danone informou que a empresa não participava das campanhas nas escolas e tendo assistido às apresentações pode afirmar que não existia nenhuma referência aos produtos da empresa. Com relação às redações das crianças, afirma que possivelmente decorrem da associação que se faz da marca Danone com o produto iogurte, associação que se faz também hoje com, por exemplo, lâmina de barbear com gilete. Que a empresa sustenta que não dirigiu campanhas às crianças o que pode ser visto pelo folder de folhas 610 eis que não há nada indicando a marca da Danone. Que à época a empresa possuía alguns recursos e usando os benefícios da lei Rouanet promoveu a campanha. Hoje, em razão de dificuldades financeiras, não faz mais campanhas educacionais, limitando-se ao próprio marketing. A dra advogada ainda aponta o folder de folha 612 para destacar o caráter dissociado da marca Danone. Perguntada pelo promotor se o bonequinho que aparece na parte de cima do folder foi utilizado em alguma campanha da Danone, afirma que em nenhum momento isso foi vinculado. Que com relação à referência de lácteos afirma que a ideia era ressaltar a importância do Cálcio às pessoas, começando a educação ainda na tenra idade. Que o primeiro programa que a empresa fez foi o 1,2,3 lácteo e depois veio o 1,2,3 e saúde e foi mais amplo quando era destacado a importância da coleta seletiva do lixo e sem vinculação qualquer com a marca. Que pela lei Rouanet são proibidos de qualquer vinculação da marca. Que em um evento voltado a adultos no interno da empresa foi entregue uma garrafinha de água da marca mas que isso nunca ocorreu nas escolas e aquele evento interno era para público adulto sem a presença de crianças. Que na peça teatral apresentada às crianças, não havia nenhuma indicação da marca Danone, mas nos cartazes de apoio a logomarca da Danone constava pois seguia as regras da lei Rouanet conforme pode ser visto às folhas 632 e destacam-se várias empresas, aí incluídos a Colgate e também a logomarca do Brasil. Que o primeiro programa 1,2,3 lácteo pode ser visto pelo caderno divertimento de folha 583 a 591, ficando muito claro que não há vinculação com a marca Danone. Que a campanha da Danone fazia referência a vários alimentos, sendo que muitos deles sequer são comercializados pela empresa dado que a ideia era ressaltar uma alimentação saudável, que o caderno 1,,2,3 saúde está às**



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO**  
**MINISTÉRIO PÚBLICO DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS**

folhas 596 e seguintes e também não há nenhuma referência à marca. Perguntado pelo promotor sobre a proposta da Alana a advogada sustenta que a campanha ou as campanhas promovidas pela Danone não tiveram nenhum direcionamento da divulgação da marca às crianças, razão pela qual entende que a proposta da Alana seria penalizar a Danone pelo fato de ter contribuído com as boas práticas de uma alimentação saudável. Além disso, em decorrência do momento econômico, a empresa não dispõe de recurso próprios para custear uma campanha publicitária nos moldes sugeridos pela Alana. Pelo promotor de justiça foi dito que os autos fossem preparados pela decisão final desta promotoria de justiça. Nada mais, eu, Jaqueline Vasconcelos Soares, matrícula 4022-3, digitei este termo.

**PAULO ROBERTO BINICHESKI**  
Promotor de Justiça

**ELIANE PROSCURCIN QUINTELLA**  
Advogada da Danone