

PESQUISA: “Publicidade de alimentos dirigida ao público infantil”

Ferrero

Compromisso assumido: União Européia.

Detalhes dos compromissos assumidos (para empresas que assumiram compromissos mais rigorosos, além dos compromissos gerais): a empresa assumiu apenas compromissos gerais, inclusive o que veda publicidade de produtos não saudáveis voltada para crianças de até 12 anos.

Produto: Kinder Ovo

Resultados:

A empresa mantém o website www.kinderovo.com.br, repleto de jogos e brincadeiras voltados para o público infantil. Existe um personagem próprio ligado ao produto, um Kinder Ovo estilizado, que aparece por todo o website.

- A empresa não tem padrão nutricional próprio. Para suprir essa lacuna podemos utilizar o padrão proposta pela Anvisa, que em muito se assemelha a outros padrões adotados internacionalmente. **Utilizado o padrão nutricional proposto pela Anvisa na Consulta Pública 71, o produto é evidentemente não saudável, tendo mais de quatro vezes o limite de gordura saturada recomendado.**

QUADRO RESUMO NUTRICIONAL

ANVISA Gordura saturada ultrapassa limite de 5g/100g (23g/100g)
--

- Não sendo o produto saudável, se a empresa adotasse no Brasil o mesmo padrão de conduta assumido em outros lugares, não poderia fazer esse anúncio de seu produto, sob pena de violar a sua autorregulamentação.
- **Como também não se enquadra nos critérios nutricionais estabelecidos pela Anvisa na CP 71, sea resolução estivesse em vigor, o anúncio seria proibido no Brasil.**