

PESQUISA: “Publicidade de alimentos dirigida ao público infantil”

Mars

Compromisso assumido: Estados Unidos, União Europeia e OMS.

Resultado:

No período pesquisado não foi identificada publicidade ou prática de marketing da empresa de alimentos e bebidas não saudáveis para crianças.

No que diz respeito ao produto MMs, existe um personagem próprio, disponibilizado nas embalagens e que era parte da publicidade da empresa. Caso a regulamentação da Anvisa estivesse em vigor, tal personagem estaria irregular.

Artigo da Resolução proposta pela Anvisa na Consulta Pública 71:

Art. 6º No caso de propaganda, publicidade ou promoção de alimentos com quantidades elevadas de açúcar, de gordura saturada, de gordura trans, de sódio e de bebidas com baixo teor nutricional, é vedado utilizar figuras, desenhos, personalidades e personagens que sejam cativos ou admirados por esse público alvo.