

PESQUISA: “Publicidade de alimentos dirigida ao público infantil”

Unilever

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 Frutilly, 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.