



COMPROMISSO BRASILEIRO DA KELLOGG

A Kellogg Brasil Ltda. ("Kellogg") uma empresa com tradição de mais de 100 anos na área da saúde, bem-estar e nutrição tem sério compromisso de longa data na realização de publicidade responsável para crianças, conforme indicado em nossas "Diretrizes Globais de Publicidade de Comunicação". Além da ativa participação em inúmeros programas auto-regulatórios e em outras iniciativas voluntárias de marketing em todo o mundo, a Kellogg está, totalmente comprometida em atender às necessidades específicas de seus consumidores.

A Kellogg tem a satisfação de ser uma das empresas fundadoras do "Compromisso Público" em vários países e também no Brasil. Temos ciência de que empresas do setor alimentício podem ter um papel preponderante na mudança de diferentes tipos de produtos anunciados para crianças, a fim de refletir em escolhas saudáveis. A Kellogg está seriamente engajada neste importante esforço para cumprir os objetivos e metas desta iniciativa. Indicamos abaixo os nossos compromissos:

A. Informações Cadastrais

Razão Social e endereço da Empresa Participante:

Kellogg Brasil Ltda. (Kellogg's)

Rua Augusto Ferreira de Moraes, 602, São Paulo – SP CEP 04763-001.

B. Princípios Fundamentais

1. A Kellogg cumprirá o "Compromisso Público" através das seguintes ações:

- A Kellogg manterá sua prática de não fazer publicidade em eventos públicos, cuja composição seja de 50% (cinquenta por cento) ou mais de crianças com idade pré-escolar, ou seja, com menos de 6 (seis) anos de idade).
- A Kellogg não fará publicidade de alimentos que não atendam Critérios Nutricionais (conforme definidos abaixo) em veículos de comunicação como: televisão, mídia impressa, rádio e mídia de terceiros veiculada na Internet dirigida especificamente para crianças com menos de 12 (doze) anos de idade.
- No que se refere à publicidade transmitida através da televisão, a Kellogg não fará publicidade de alimentos que não atendam os preceitos do nosso Critério Nutricional destinado à programação para crianças, sendo este definido como qualquer programa de veiculação da mídia em que o público alvo seja composto de 50% (cinquenta por cento) ou mais de crianças com menos de 12 (doze) anos de idade durante sua transmissão. Além disso, em programas onde o público alvo no horário da transmissão seja estimado de 35% (trinta



e cinco por cento) a 49% (quarenta e nove por cento) de crianças com menos de 12 (doze) anos de idade, a Kellogg não fará publicidade de alimentos caso não atendam aos preceitos do nosso Critério Nutricional a fim de não influenciar a opinião de crianças com menos de 12 (doze) anos de idade.

- No caso de publicidade transmitida por rádio ou mídia de terceiros veiculada na Internet, caso seja "dirigida especialmente para crianças com menos de 12 (doze) anos de idade" e o público alvo nesse horário da transmissão da publicidade seja composto de 50% (cinquenta por cento) ou mais por crianças com menos de 12 (doze) anos de idade não haverá publicidade.
- No que se refere à mídia impressa, compromete-se em não realizar publicidade que não atenda aos preceitos do nosso Critério Nutricional e que se destinem especificamente a influenciar a opinião crítica de crianças com menos de 12 (doze) anos de idade (por exemplo: personagens lúdicos).
- A Kellogg já implantou o compromisso em sua totalidade no tocante a publicidade em televisão, rádio, transmissões de terceiros via Internet e em mídia impressa desde 1º de janeiro deste ano, conforme exposto abaixo.

2. Descrição de como a Kellogg espera cumprir o "Compromisso":

Não fazer, para crianças abaixo de 12 (doze) anos, publicidade de alimentos ou bebidas; com exceção de produtos cujo perfil nutricional atenda a critérios de nutrientes conforme especificado abaixo:

a. **Critérios Nutricionais.** Os Critérios Nutricionais adotados pela Kellogg são os seguintes:

- Quantidade não superior a 200 **calorias** por porção;
- Quantidade não superior a 2 g de **gorduras saturadas** por porção;
- 0 g de **gordura trans** por porção;
- Quantidade não superior a 230mg de **sódio** por porção; e
- Quantidade não superior a 12 g de açúcares, por porção.
- Base para os **Critérios.** Os Critérios Nutricionais derivam-se tanto de normas governamentais (FDA dos Estados Unidos da América) e científicas (Instituto de Medicina da Academia Nacional de Ciências/ dos Estados Unidos da América/IOM). Iniciamos com os padrões para macro-nutrientes estipulados pelo IOM para dietas diárias de uma forma geral. Especificamente nos baseamos nas Recomendações Diárias Totais/Ingestão Dietética



de Referência de vários relatórios do IOM relatados para calorias (2.000), gorduras saturadas (20g em 10% de calorias de gordura saturada), sódio (2.300mg baseado no Nível Máximo de Tolerabilidade estabelecido para sódio) e açúcar (125 g baseado nas recomendações do IOM relativas ao valor limite máximo para a adição de açúcares, em virtude da preocupação sobre diluição de nutrientes). Para gorduras trans, utilizamos o padrão FDA de "0" como padrão de rotulagem para menos que 0,5 g por porção. Para converter esses níveis diários de ingestão para valores nutricionais individuais de calorias, gordura saturada, sódio e açúcar, buscamos no FDA a porcentagem relativa para desqualificação de critérios nutricionais (20%) e, de maneira conservadora, utilizamos a metade, 10%, para atingir os níveis máximos de cada nutriente, conforme estipulado acima.

3. Escolas.

A Kellogg reafirma os preceitos do Compromisso ao manter sua prática de não fazer publicidade diretamente a crianças que tenham menos de 12 (doze) anos.

Compromissos Adicionais

4. **Uso de Licenciados:** As normas indicadas abaixo foram adotadas, especificamente no que se refere ao uso de personagens licenciados de terceiros (como, por exemplo, personagens, jogos, brinquedos, filmes, entre outros), em conformidade com os termos dos acordos celebrados após junho de 2007.
 - a. A Kellogg não utilizará licenciados de terceiros em anúncios de publicidade na mídia em geral ou em mídia digital de sua titularidade ou controlada pela por ela dirigida e/ou que se destine especialmente para crianças com menos de 12 (doze) anos de idade em conexão com produtos que não atendam os "Critérios de Nutrientes Globais Kellogg".
 - b. A Kellogg não utilizará propriedades de terceiros para a promoção de seus produtos, sem que estes atendam as disposições estipuladas em "Critérios de Nutrientes Globais Kellogg".
 - c. As restrições acima se aplicam **tanto** para ações diretas com produtos licenciados propriamente ditos, como também, para a promoção do referido produto, se este for especificamente destinado a influenciar crianças com menos de 12 (doze) anos de idade.
 - d. As restrições acima também se aplicam em *displays* e a outras promoções em lojas que utilizem licenças de terceiros caso sejam essencialmente dirigidas ou que se destinem especificamente a influenciar crianças com menos de 12 anos de idade.



5. **Distribuição do Produto:** A Kellogg declara que não patrocinará nem, tampouco, fará a distribuição de produtos promocionais (como, por exemplo, a inserção de nossos produtos em programas ou em conteúdos editoriais, identificando-os de outra forma que não "sob o patrocínio da Kellogg Brasil") em relação a **qualquer** produto, bem como através de qualquer meio (tais como, vídeo games, show de televisão, livros, filmes) fundamentalmente dirigido ou objetivando influenciar crianças com menos de 12 (doze) anos de idade, não obstante os produtos estarem em conformidade ou não com as disposições dos "Critérios de Nutrientes Globais Kellogg".
6. **Outras formas de Publicidade/Mídia:** A Kellogg compromete-se a não realizar atividades e/ou técnicas abaixo caso sejam dirigidas a crianças com menos de 12 (doze) anos de idade, relacionadas com produtos que não estejam relacionados nos "Critérios de Nutrientes Globais Kellogg".
- Celebridades utilizadas como porta voz, relacionadas ou associadas à mídia em geral quando a publicidade for dirigida especificamente a crianças com menos de 12 (doze) anos de idade (como, por exemplo, artistas de programas de entrevistas ao vivo que visem atingir público composto por crianças com menos de 12 anos de idade).
 - Publicidade eletrônica especificamente dirigida a crianças com menos de 12 (doze) anos de idade (como, por exemplo, "encaminhe a um amigo" ou "mensagens eletrônicas").
 - Brinquedos e jogos que sejam produtos de marca (em contrapartida a produtos genéricos da Kellogg) que sejam comercializados ou distribuídos a crianças com menos de 12 (doze) anos de idade (como, por exemplo, brinquedos e jogos fabricados sob licença e comercializados no varejo).
 - Patrocínio de produtos (em contrapartida ao patrocínio de produtos genéricos da Kellogg) em "clubes de crianças" ou outras atividades infantis do gênero.
 - Mensagens de publicidade dirigida a telefones celulares ou utilizando os mesmos (como, por exemplo, toques de celular, mensagens para crianças).

A Kellogg orgulha-se em fazer parte desta importante iniciativa e compromete-se com o seu sucesso e em ativamente participar através de suas contribuições.

São Paulo, 18 de agosto de 2009.

KELLOGG BRASIL LTDA.