

MAUTONE E OYADOMARI ADVOGADOS

Franco Mautone

Vitor Hugo Mautone

Franco Mautone Júnior

Terezinha Kazuko Oyadomari

EXCELENTÍSSIMO(A) SENHOR(A) DOUTOR(A) PRESIDENTE DO
CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO
PUBLICITÁRIA.

A ABIQ - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE QUEIJO, associação privada sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ/MF: 59.488.718/0001-1 1, com sede na praça Dom José Gaspar, 30, 10^o andar, São Paulo, SP, na pessoa do seu presidente FÁBIO SCARCELLI, brasileiro, casado. portador da cédula de identidade RG nº 5.642.565, inscrito no CPF/MF sob número 814.214.608-82, vem, por seu advogado, à presença de Vossa Excelência., com apoio das demais entidades representativas do setor, a seguir nomeadas:

- Associação Brasileira de Láceos Longa Vida — ABL V — CNPJ nº 00.035.186/0001-14
- Conil Conselho Nacional da Indústria de Laticínios — CNPJ nº 52.804.713/0001OI
- Associação Brasileira das Pequenas e Médias Cooperativas e Empresas de Laticínios (G-100) - CNPJ nº 06.724.655/OOOI -99
- Sindicato das Indústrias de Laticínios Produtos Derivados Estado Minas Gerais (Silemg) - CNPJ nº 16.620.494/0001-47
- Sindicato da Indústria de Laticínios e Produtos Derivados no Estado de São Paulo (Sindieite) - CNPJ nº 47.463.1 79/0001-87
- Associação Brasileira de Laticínios — Viva Láceos — CNPJ nº 20.318.714/0001-50;
- Associação Brasileira dos Produtores de Leite — Leite Brasil — CNPJ nº 44.61 1.523/0001-40

R. Cel. Xavier de Toledo,

Tel./fax. 11 3105-2059 e

Site:



MAUTONE E

ADVOGADOS

Franco Mautone

Hugo Nlautone

Franco Mautone Junior

ere:inha Ka,'uko

REPRESENTAR, COM PEDIDO DE LIMINAR

contra AMBEV - COMPANHIA DE
BEBIDAS DAS AMÉRICAS, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no

210, conjunto 54, Centro, São Paulo, SP CEP 01048-000
3129-4826 — email moadvogados@moadvogados.com
www.moadvogados.com

OYADOM

Viter

IO} adomari

CNP.) MF sob o nº 02.80S.708 '0001-07. com sede na cidade e comarca de São Paulo SP. na Rua Doutor Renato Paes de Barros. 1.017. 4º andar, Itaim Bibi. CEP 04530-000. consubstanciada nas razões de fato e de direito abaixo deduzidas:

I. Dos fatos

A Representada veicula em mídias sociais intot•me publicitário de lançamento da linha de produtos que intitula Leite Vegetal de coco da Inarca "Do Bem".

Eis um dos links e aquele que motiva a representação

<https://www.facebook.com/ideos101> 39905647713/

A veiculação da peça e outras vinculadas a essa campanha. já anunciadas na peça de lançamento devem cessar. já que violam regras de publicidade.

Com efeito a Representada. para lançar um produto seu. o leite vegetal de coco. o compara ao produto contra o qual quer concorrer, o leite de vaca e. então nesta comparação usa estereótipos que denigrem o produto cotnparado.

Nesta peça publicitária. no que se retQ•re especificatnente ao leite de origem animal. o video exhibe as seguintes cenas: a

R. de 54,
e enlail
Site

MAUTONE E OYADOMARI ADVOGADOS

Franco Mautone

Vitor Hugo Mautone

Franco Mautone Júnior

Terezinha Kazuko Oyadomari

ordena é feita de maneira manual e o produto (leite) é posto, para fins de transporte, em latão e, por fim, é retirado da propriedade rural em carroça. Fivendo-nos crer que a ataidade está ainda nos primórdios ou então muitas décadas atrás. práticas toram abolidas pelas indústrias de laticínios há muito, se ia em decorrência da legislação. há esta o disposto nos arts. 483 - decreto 9013/17 (que regulamentava as leis nº 1283, de 15 de dezembro de 1950 e a lei nº 7889, de 23 de novembro de 1989 e da IN no. 51 do Ministério da Agricultura (de 18) que ditam normas de deve ser armazenado transportado leite, os quais contrariam a discutem as referidas normas. Estas obrigações decorrem da legislação e suas normas também da consciência e responsabilidade das indústrias que querem levar ao mercado e ao consumidor um produto da melhor qualidade possível.

Xavier de Toledo, 210, conjunto 54, Centro, São Paulo, SP CEP 01048-000
fax. 11 3105-2059 e 3129-4826 – email moadvogados@moadvogados.com
Site: www.moadvogados.com



Cel. I el.

A peça busca enaltecer o produto lançado usando o desmerecimento do produto concorrente, mecanismo que afronta as regras do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

Em razão desta violação, a Representante busca sejam as peças publicitárias e as demais peças integrantes dessa campanha, retiradas imediatamente do ar.

2. Do Direito

A publicidade comparativa não é proibida, mas para que seja aceita alguns preceitos devem ser seguidos e a peça produzida pela Representada não atende estes preceitos.

Segundo o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, em seu art. 32, item a publicidade

R. Cel. Xavier de Toledo,

Tel./fax. 11 3105-2059 e

Site:

MAUTONE E

ADVOGADOS

Franco Mautone

Hugo Nlautone

Franco Mautone Junior

ere:inha Ka,'uko

comparativa será aceita desde que "...não se caracterize concorrência desleal. denegrimto à imagem do produto ou à marca de outra empresa".

A peça da Representada denigre a imagem do produto de várias empresas, muitas delas associadas da Representante. quais sejam, empresas de leite e de produtos lácteos derivados.

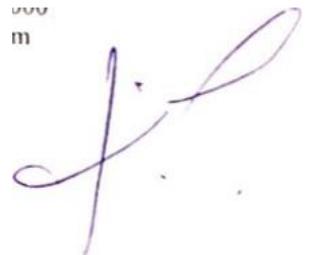
A propaganda veiculada pela Representada transforma o leite, produto natural que alimenta a humanidade desde seus primórdios, em algo pernicioso, um líquido que é meramente extraído de forma imprópria de um animal, transportado em carroça estereotipando a produção à um modo arcaico, trazendo e ligando a imagem do leite de vaca a de uma atividade rústica e pouco profissional.

A publicidade objeto desta representação atribui ao produto natural e reconhecidamente nutritivo- o leite de vaca, a ideia de antiquado, impróprio e superado que deve ser substituído , porque desde sua obtenção — extração conlOrme tuna das cenas — até seu acondicionamento — em latões, outra cena — e transporte — em carroça, também urna das cenas da peça _está vinculado a métodos anti-higiênicos, insalubres e retrógados, que causariam algum mal ao consumidor. Neste sentido, a publicidade da Representada acusa toda a indústria láctea de descwnpridora das normas sanitárias rígidas e modernas que devem ser seguidas;

210, conjunto 54, Centro, São Paulo, SP CEP OI 048-000

3129-4826 — email moadvogadosg

moadvogados.com imvw.movadvogados.com



R. de 54,
e enlail
Site

MAUTONE E OYADOMARI ADVOGADOS

Franco Mautone

Vitor Hugo Mautone

Franco Mautone Júnior

Terezinha Kazuko Oyadomari

A Representada parece não saber que os estabelecimentos que recebem leite e seus derivados para beneficiamento ou industrialização, são inspecionados e fiscalizados pelo Serviço de Inspeção Federal — DIPOA — do Ministério da Agricultura - art. 6^o. V, do Regulamento do RIISPOA — decreto nº 9013/17 - e devem seguir rigorosas regras legais desde a ordenha até que o produto chegue ao consumidor final. O cotidiano campestre retratado na peça publicitária pejorativamente não é a realidade da atual produção de leite e de lácteos.

As atividades dos laticínios atingidos pela peça publicitária da Representada seguem as regras do RIISPOA — Regulamento de Inspeção industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal — hoje o Decreto 9013, de 29 de março de 2017, que regulamenta a Lei 1283, de 18 de dezembro 1950 e a lei 7889, de 23 de novembro de 1989 ¹ (o RIISPOA anterior vigeu de 7 de julho de 1952 a 28 de março de 2017 ²).

O capítulo que regula a inspeção industrial e sanitária de leite e seus derivados é inaugurado com dispositivo que indica existência de regras para toda a cadeia de produção de leite e derivados, o que demonstra que o processo atual deste ramo do agronegócio não pode ser caricaturado como foi pela peça da representada.

Eis o que estabelece o citado dispositivo inaugural do referido capítulo sobre inspeção de leite e derivados:

"Art. 233. A inspeção de leite e derivados, além das exigências previstas no Decreto, abrange a verificação:

/ - do estado sanitário do rebanho, do processo de ordenha, do acondicionamento, da conservação e do transporte do leite:

l/ - das instalações-primas, do processamento do produto, da estocagem e da expedição; e

l/1 - das instalações laboratoriais, dos equipamentos, dos controles e das análises laboratoriais. " — destacamos.

A desobediência a essa norma constitui infração ao Regulamento (art. 496 -IX do RIISPOA).

R. Cel. Xavier de Toledo. 210, conjunto 54,

Tel./fax. 11 3105-2059 e 3129-4826 email

Site: www.movadvogados.com

MAUTONE E OYADOMARI ADVOGADOS

Franco Mautone

Vitor Hugo Mautone

Franco Mautone Júnior

Terezinha Kazuko Oyadomari

Dispõe sobre a inspeção industrial e sanitária dos produtos de origem animal
Modernização do Regulamento em vigor em 1998 em 1998:
{Ulirnal/modernizacao-do-rj.i»peo. consultado em 16/01

— Centro, São Paulo, sp CEP 01048-000
moad\ogadosímoadvogados.com



R. Cel. Xavier de Toledo. 210, conjunto 54,

Tel./fax. 11 3105-2059 e 3129-4826 email

Site: www.movadvogados.com

MAUTONE E OYADOMARI ADVOGADOS

Franco Mautone
Vitor Hugo Mautone
Franco Mautone Júnior
Terezinha Kazuko Oyadomari

Os termos em destaque tratam de cada um dos pontos caricaturados pela peça da Representada: ordenha, transporte, acondicionamento e análises laboratoriais constantes para garantir a qualidade do produto.

E o RIISPOA inclusive define o que é leite efetivamente, e nesta definição também trata da condição de sua extração:

"Art. 235. Para os fins deste Decreto, entende-se por leite, sem outra especificação, o produto oriundo da ordenha completa, ininterrupta, em .. condições de higiene, de vacas sadias, bem alimentadas e descansadas.
- desracamos

O descumprimento dessa norma é infração art. 496 VIII do RIISPOA.

E como se nota, as exigências são tão rígidas que tratam até mesmo das condições dos animais. Então nos parece que as vacas não precisam de férias; não são mal tratadas.

Poderiam ser trazidos uma série de artigos do decreto federal que demonstram a infeliz comparação feita pela Representada. A Representante cita alguns outros, que tratam especificamente sobre alguns dos pontos da publicidade questionada.

O art. 6^o demonstra que a fiscalização do leite começa já na ordenha, diretamente na fonte:

"Art. 6^o A inspeção e a fiscalização de que trata este Decreto serão realizadas:

I - nas propriedades rurais fornecedoras de matérias-primas destinadas à manipulação ou ao processamento de produtos de origem animal:

Sobre o transporte, há dispositivo que proíbe seja feito por transportador não vinculado ao programa de coleta dos estabelecimentos sob inspeção federal:

MAUTONE E OYADOMARI ADVOGADOS

Franco Mautone

Vitor Hugo Mautone

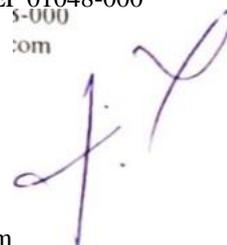
Franco Mautone Júnior

Terezinha Kazuko Oyadomari

Art. 750. Os estabelecimentos devem dispor de mecanismos de controle para assegurar a rastreabilidade das "latérias-primas e dos produtos,

Centro. São Paulo, SP CEP 01048-000

5-000
:om



moacfiogados@moadvogados.com

R. Cel. Xavier de Toledo, 210, conjunto 54,

Tel./fax. 11 3105-2059 e 3129-4826 – email

Site: www.movadvogados.com

MAUTONE E OYADOMARI ADVOGADOS

Franco Mautone
Vitor Hugo Mautone
Franco Mautone Júnior
Terezinha Kazuko Oyadomari

Portanto, de plano o estereótipo trazido pela Representada em sua peça é rechaçado: desde a ordenha até a colocação dos produtos finais no mercado o processo é moderno, integrado e em muitos exemplos, contínuo e automatizado.

Quer a Representada, proprietária da marca "Do Bem", lançar a ideia de que o leite de vaca, leite de fato, é "DO

Neste trilha, e como o art. 7º do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária afirma que a "publicidade exerce forte influência de ordem cultural sobre grandes massas da população", não houve outra saída que não requerer a intervenção do CONAR para interromper a veiculação da supracitada publicidade a fim de impedir que o mercado consumidor seja induzido a erro.

Do precedente do CONAR.

O CONAR julgou em novembro de 2004 representação da ABIQ, ora requerente, contra a UNILEVER em razão do anúncio publicitário "NOVO CREAM DORIANA. DÁ GOSTO TER SAÚDE ASSIM". (Representação n.º : 204/04 - Relator(a): Paulo Chueiri Marcello Salles Gomes), a qual foi acolhida para proibir a veiculação do anúncio, uma vez que induzia o consumidor a erro, com fundamento nos artigos 4º 14 17 23 24 e 50 letra c do CBAP

De acordo com o resumo extraído do site do CONAR:

Resumo: Filme para a TV de Cream Doriana, produzida pela Unilever, mostra homem correndo ao lado de boneco estilizado como uma fatia de queijo. () ho•nem estimula o boneco a correr mais, mas este dá mostras de falta de fôlego, tropeçando e caindo. () locutor diz: 'Certos queijos vão ter que mudar de vida se quiserem ser tão saudáveis como o novo (ream Doriana". homem completa, dirigindo-se ao boneco: vai ter de treinar muito para ficar tão saudável 'f.

R. Cel. Xavier de Toledo, 210, conjunto 54,

Tel./fax. 11 3105-2059 e 3129-4826 email

Site: www.movadvogados.com

MAUTONE E OYADOMARI ADVOGADOS

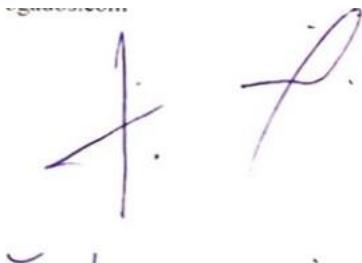
Franco Mautone

Vitor Hugo Mautone

para a Abiq - Associação Brasileira das Indústrias de Queijo. o filme da Unilever denigre a imagem do queijo por meio de uma figura

— Centro, São Paulo, SP CEP 01048-000

moadvogados@moadvogados.com



R. Cel. Xavier de Toledo. 210, conjunto 54,

Tel./fax. 11 3105-2059 e 3129-4826 email

Site: www.moadvogados.com

UTONE E

Mautone

Mautone

MA

YADOMARIADVOGADOS

Franco

Vitor Ilugo

Franco Mautone Júnior

Iluzinha Kazuko Yad01nari

ridícula, com estirpa de obeso e incapaz de fazer exercícios. A denunciante lembra que nada justifica tal imagem do queijo. uma das maiores fontes de proteína e cálcio. Entende ainda a Abiq que o filme explora o medo - o que é reprovado pelo Código Brasileiro de Autoregulação Publicitária - ao fazer crer que o queijo é prejudicial à saúde.

Em sua defesa, a Unilever afirma ser óbvio o apelo cômico do filme. promovendo produto dirigido àqueles que desejam menor teor de gordura nos alimentos. Considera que o boneco, antes de ser ridículo, é lúdico. alegre e divertido. Anexou pesquisas onde consumidores demonstrariam entender esta relação.

Em primeira instância, o relator recomendou a sustação. considerando que o filme não é objetivo ao tecer a comparação. podendo estabelecer confusão entre os consumidores. Sua proposta foi acolhida por unanimidade pela 2ª Câmara do Conselho de Ética.

A Unilever ingressou com recurso contra a decisão. propondo o arquivamento ou a alteração, com colocação de lettering especificando as vantagens de Cream Dorian.

Estes argumentos não convenceram o relator do recurso ordinário. para quem a comparação direta é inequívoca. Ele entende que o filme explora a falta de conhecimento dos consumidores sobre o que é ou não saudável em termos de alimentação e também denigre a imagem do queijo.

Reafirmou a decisão inicial, pela sustação. acolhida por unanimidade pela Câmara Especial de Recursos

A retirada e proibição da veiculação das propagandas.

Considerando que a peça da Representada não segue as regras de publicidade comparativa, considerando que a propaganda

R. Cel. Xavier de Toledo, 210, conjunto 54,

Tel./fax. 11 3105-2059 e 3129-4826 – email

Site: www.movadvogados.com

UTONE E

Mautone

Mautone

deprecia o produto leite, considerando que a peça transmite ao consumidor ideia equivocada a respeito do processo que envolve a produção de leite e de seus derivados para consumo humano o que pode representar um prejuízo incalculável à indústria láctea e à nutrição da população, a Representante postula que as peças publicitárias da Representada sejam imediatamente retiradas do ar, com a proibição de sua veiculação, até julgamento final desta representação.

Centro. São Paulo. SP CEP 01048-000
moadvogados@moadvogados.com
gados.com



OYADOMARI ADVOGADOS

Franco

Vitor Hugo

Franco Mautone Júnior

Terezinha Kazuko Oyadomari

co,n disponibilidade de iuformações de toda a cadeia produtiva, em consonância com este Decreto e com as normas complementares.

Parágrafo único. Para fins de rastreabilidade da origem do leite, fica proibida a recepção de leite cru refrigerado, transportado em veículo de propriedade de pessoas físicas ou jurídicas não vinculadas, formal e comprovadamente, ao programa de coleta a granel dos estabelecimentos sob inspeção federal..

As ideias que a Representada veicula com sua publicidade, não exprimem então a realidade.

A Representada, para lançar seu produto no mercado, o compara ao leite de vaca, produto com que rivaliza. A comparação não é proibida. porém não pode denegrir a marca ou o produto comparado — art. 32, item 'f' do CBAP.

A peça da Representada transm ite a ideia de que todas as indústrias do ramo lácteo são violadoras de regras, já que mostra ao consumidor que a extração do leite é feita de forma imprópria. insegura e superada,

R. Cel. Xavier de Toledo, 210, conjunto 54,

Tel./fax. 11 3105-2059 e 3129-4826 –email

Site: www.movadvogados.com

UTONE E

Mautone

Mautone

fazendo supor que todas as indústrias do setor lácteo não respeitam as leis federais. Regras sanitárias e regulatórias rígidas são estabelecidas e as punições àqueles que não as seguem são severas — desde multa até cessação da atividade (art. 507 a 519 do decreto).

Ademais a Representada desqualifica o leite de vaca, sugerindo que não seja mais consumido levando ao consumidor supor que o seu produto Leite Vegetal de Coco tenha as mesmas propriedades nutricionais do leite de vaca, o que se constitui em informação enganosa para o consumidor.

O CDC proíbe a chamada publicidade enganosa, que nada mais é que qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. (art. 37, SI^o, CDC).

Centro, São Paulo. SP CEP 01048-000

s.com



moadvogados@moadvogados.com

OYADOMARI ADVOGADOS

Franco

Vitor Hugo

Franco Mautone Júnior

Terezinha Kazuko Oyadomari

O CBAP traz em seu art. 29 a possibilidade da concessão da medida liminar para suspender a veiculação da publicidade objeto da representação junto ao CONAR.

R. Cel. Xavier de Toledo, 210, conjunto 54,

Tel./fax. 11 3105-2059 e 3129-4826 –email

Site: www.moadvogados.com

UTONE E

Mautone

Mautone

No presente caso, entendemos que está presente uma das hipóteses de cabimento da medida liminar, qual seja, a inserta no art. 30, incisos I e II, do CBAP, ou seja, quando houver justo receio de que a reprovação do anúncio — ao tempo do julgamento pela Câmara ou pelo Plenário — possa resultar ineficaz e possa implicar grave risco ou prejuízo do consumidor. Assim, levando-se em conta a força de alcance e convencimento do anúncio publicitário (art. 7, CBAP), a manutenção do anúncio publicitário acima mencionado trará ou poderá trazer ineficácia do provimento final e o risco para o consumidor.

Pretende-se, em resumo, assegurar o resultado útil do presente do processo ético.

Requer-se, assim, desde já, a concessão da medida liminar para suspender a veiculação da publicidade objeto da presente representação até o julgamento definitivo do processo ético contencioso.

3 - Pedido

Desta forma, postula a Representante:

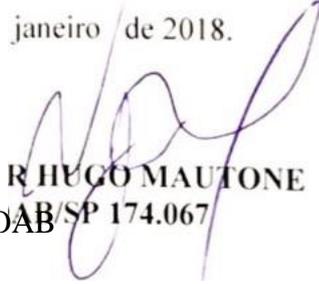
- a) Retirada imediata das propagandas da Representada objeto desta reclamação e sua continuidade nas mídias sociais como prometido no âmbito da publicidade original;
- b) Citação da Representada para, querendo, apresentar sua defesa e
- c) Acolhimento deste pedido para que a referida campanha publicitária seja considerada concorrência desleal, à luz do art. 32, item "f" do C13AP e então retirada definitivamente do ar, em qualquer veículo.

São Paulo, janeiro de 2018.
18 de janeiro
de


FRANCO MAUTONE

OAB/SP 30.324

RANCO VITO


R. HUGO MAUTONE
OAB/SP 174.067

Centro, São Paulo. SP CEP 01048-000
moadvogados g moadvogados.com

R. Cel. Xavier de Toledo, 210, conjunto 54,

Tel./fax. 11 3105-2059 e 3129-4826 – email

Site: www.moadvogados.com