



**Código de Marketing**

[www.mars.com.br](http://www.mars.com.br)

## **Código de Marketing Mars para alimentos e chocolate**

A Mars, Inc. é proprietária de muitas das maiores marcas globais de chocolate, confeitos e alimentos e tem uma longa história de comercialização de seus produtos de maneira responsável. Nosso Código de Marketing, adotado em 2008, reflete nossos valores e princípios corporativos, bem como nosso compromisso com comunicações de marketing responsáveis em um ambiente de marketing dinâmico.

Este Código Global aplica-se a todas as comunicações de marketing de todos os produtos alimentícios, de chocolate e confeitos produzidos e licenciados pela Mars, Inc. Dentro destas ações, esta incluso sites das marcas, comunidades online, publicidade na mídia (transmitida, impressa e digital), anúncios, patrocínios, comunicados à imprensa e promoções de marcas.

Os compromissos neste Código se somam a todos os requisitos estatutários ou compromissos autorreguladores aplicáveis em cada país.

### **1. Princípios gerais**

- Acreditamos em uma alimentação saudável e nos orgulhamos da alta qualidade de nossos produtos. Com base em sólidos conhecimentos científicos, sabemos que eles podem fazer parte de uma dieta saudável e agradável para consumidores de todas as idades.
- Nossas comunicações não comprometerão a busca por uma dieta saudável, equilibrada e um estilo de vida ativo.
- Nossas comunicações não promoverão o consumo compulsivo de qualquer alimento, chocolate ou bebidas
- Não associaremos nossos produtos a pessoas que estão excessivamente abaixo ou



**Código de Marketing**

[www.mars.com.br](http://www.mars.com.br)

acima do peso.

- Não usaremos uma celebridade de maneira a iludir os consumidores com relação aos benefícios de nossas marcas.
- Nós endossamos iniciativas para incentivar estilos de vida ativos, o que inclui o patrocínio de eventos esportivos.
- Direcionaremos nossas comunicações de marketing, em todas as mídias, aos adultos que tomam as decisões de compras da família (guardiões) e a jovens de 12 ou mais anos, tanto em termos de conteúdo do anúncio quanto de compra de mídia.
- Continuaremos com a publicidade responsável e criativa que caracteriza os nossos produtos, marcas e personagens adequados a nosso público-alvo.

## **2. Princípios relacionados a comunicações de marketing a menores de 12 anos**

- Não anunciaremos nossos alimentos e chocolates em mídias direcionadas a menores de 12 anos, tanto em termos de conteúdo do anúncio quanto de compra de mídia. Para atender a este compromisso, não compraremos espaço publicitário ou anunciaremos em horários nos quais a composição da audiência esperada de menores de 12 anos exceda 25%.
- Não anunciaremos, patrocinaremos ou faremos *merchandising* de nossos alimentos e chocolates em filmes ou programações de mídia cujo público-alvo seja principalmente menores de 12 anos.

## **3. Representação de consumidores menores de 12 anos**

- Podemos mostrar menores de 12 anos em nossas comunicações de marketing se isso for relevante à mensagem de marketing como, por exemplo, a representação de uma situação ou atividade familiar.
- Quando mostrarmos menores de 12 anos, não apresentaremos os menores de 12 anos consumindo nossos produtos ou aparecendo como porta-voz da marca. Não retrataremos crianças fisicamente inativas como, por exemplo, apenas assistindo TV



**Código de Marketing**

[www.mars.com.br](http://www.mars.com.br)

ou jogando jogos de computador.

#### **4. Temas e eventos relevantes a menores de 12 anos**

- Nossas comunicações de marketing relativas a temas e eventos, como Páscoa, Natal, Dia das Mães, Ano Novo Chinês, Volta às Aulas, Halloween etc., que podem ser relevantes para crianças, serão dirigidas principalmente aos guardiões.

#### **5. Uso de celebridades e personagens licenciados**

- Não usaremos celebridades ou personagens animados licenciados com a intenção de atrair principalmente menores de 12 anos em nenhuma comunicação de marketing para promover nossos chocolates e alimentos.

#### **6. Escolas**

- Não colocaremos máquinas de venda automática com nossos chocolates em escolas de ensino fundamental.
- Não ofereceremos materiais com nossas marcas para uso em escolas de menores de 12 anos.
- Não patrocinaremos eventos esportivos em escolas de ensino fundamental.
- Continuaremos a doar fundos ou produtos a escolas e instituições comunitárias que tenham solicitado tal suporte especificamente e por escrito.
- Continuaremos a nos engajar em atividades voltadas a crianças e adolescentes relativas a nutrição, saúde ou exercícios físicos, em cooperação com o governo e/ou com outras autoridades reconhecidas.

#### **7. Mídia digital e promoções**

- Os textos e promoções via mídia digital serão direcionados principalmente a participantes acima de 12 anos. Não anunciaremos ou promoveremos nossos websites em mídias principalmente direcionadas a menores de 12 anos.



**Código de Marketing**

[www.mars.com.br](http://www.mars.com.br)

- Utilizaremos técnicas de triagem de idade para garantir que somente maiores de 12 anos possam baixar papéis de parede, protetores de tela ou outros materiais com as nossas marcas passíveis de *download* de sites de interesse potencial de públicos mais jovens.

Periodicamente, nós reveremos e atualizaremos nossos Compromissos do Código de Marketing para Alimentos e Chocolates a fim de garantir que eles permaneçam consistentes com nossos valores corporativos e princípios.