



Excelentíssimo Senhor Doutor Promotor de Justiça da **Segunda Promotoria do Consumidor** da Procuradoria-Geral de Justiça do Estado de São Paulo

Por dependência ao  
Inquérito Civil nº 1020/2013

**A Associação Mundial Antitabagismo e Antialcoolismo - Amata**, criada em 22 de abril de 2005 para a função institucional de combater o tabagismo enquanto elevado à categoria de doença pela Organização Mundial da Saúde, sediada no Município de São Paulo, Estado de São Paulo, na Rua Dois de Julho, nº 252 - térreo - Ipiranga - CEP: 04215-000 - São Paulo/SP, inscrita no CNPJ/MF sob nº xx.xxx.xxx/xxxx-xx, vem, respeitosamente, requerer o chamamento, para a assinatura de um **TERMO DE AJUSTAMENTO DE CONDUTA COMPLEMENTAR**, das empresas **Souza Cruz S/A**, com sede à Av. Condessa Elisabeth de Robiano nº 1246, Parque São Jorge, São Paulo, SP, CEP: 03086-035, e **Philip Morris Brasil Indústria e Comercio Ltda.**, com sede à Av. Tucunaré, nº 711, Sítio Tamboré, Barueri, SP, CEP: 06460-020, pelas razões que seguem:

**Preliminarmente**, solicita-se a distribuição da presente por dependência à Representação que gerou o Termo de Ajustamento de Conduta - TAC nº 51.161.1020/2013-4. Parabenizando esta D. Promotoria, extensível ao Procon, pela condução do referido inquérito, esta representação é apresentada de forma apartada para não interromper o regular andamento da homologação e vigência do respectivo termo, e a fim de solucionar a obscuridade ou omissão quanto à proibição da publicidade de cigarros ou produtos derivados do tabaco na forma de displays ou expositores contendo embalagens vazias desses produtos.



## DAS RAZÕES DA REPRESENTAÇÃO COMPLEMENTAR

No termo de Ajustamento de Conduta - TAC nº 51.161.1020/2013-4, do procedimento em epígrafe, as empresas Souza Cruz e Philip Morris Brasil assumiram o compromisso de se absterem de exibir nos locais de venda pôsteres, painéis e cartazes de propaganda comercial de seus produtos, nos termos do art. 3º da Lei nº 9.294/96.

Mas, como constou do TAC, o art. 3º da Lei nº 9.294/96 dispõe sobre a excepcionalidade de exibição dos produtos fumígenos nos locais de venda:

Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2o, 3o e 4o deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo. (Redação dada pela Lei nº 12.546, de 2011)

E as empresas investigadas vêm substituindo a propaganda comercial de seus produtos pela exibição, em luxuosos *displays*, das embalagens dos maços de cigarros, como se pode observar das imagens em anexo (documentos nºs 1 a 8). Um desses *displays*, inclusive, *instalado* pela Souza Cruz num ponto de venda no Centro de São Paulo no mesmo dia em que assinado o referido TAC (doc. nº 6).

É certo que, em tese, o termo “painéis” que constou do TAC compreende qualquer tipo ou forma de veiculação ou exibição de propaganda comercial, mas as representadas podem interpretar a excepcionalidade de exibição dos produtos fumígenos nos locais de venda, contida no art. 3º da Lei nº 9.294/96, como um permissivo da exibição da embalagem dos seus produtos, cheia ou vazia, em painéis.

Como bem assinalou a Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa nas Considerações Finais de seu Parecer às fls. 244 e ss dos



autos do Inquérito em epígrafe, meros “mocapes” de embalagens vazias não representam as embalagens do produto.

Com efeito, qualquer glamour dado ao produto, como sua embalagem emoldurada em luxuosos displays, possui claramente o efeito de propaganda ou publicidade, nos seus sentidos mais básicos, respectivamente, de *propagar* ou *divulgar* um produto, utilizando-se de veículos normais de visualização como painéis, pôsteres ou cartazes; ou seja, tergiversando, flagrantemente, o comando legal de regência.

*Digno representante do Ministério Público.*

Há anos a indústria do tabaco vem instalando ou colaborando na instalação de balcões, móveis ou prateleiras nos pontos de venda, para o armazenamento e a propaganda comercial de cigarros.

Que continue fazendo, como lhe permite a atual redação do art. 3º da Lei nº 9.294/96, para o *armazenamento* dos seus produtos, contudo, **sem a exibição das suas embalagens na forma de publicidade**, como nas imagens dos documentos anexos.

Isto posto, **para alimentar a segurança jurídica e a efetividade do Termo de Ajustamento de Conduta nº 151.161.1020/2013-4**, ante a ausência de disponibilidade de qualquer recurso procedimental no inquérito em epígrafe, solicita-se a instauração de um novo Inquérito Civil para a celebração de um Termo de Ajustamento de Conduta Complementar, e a notificação das empresas investigadas, a fim de que se *abstenham* de exibir embalagens estampadas em pôsteres, painéis ou cartazes.

Respeitosamente.

São Paulo, 15 de maio de 2014.

Silvio Tonietto  
*Diretor-Geral*



São Paulo/SP – Mar/2014 (doc. 1)



São Paulo/SP – Mar/2014 (doc. 2)



São Paulo/SP – Mar/2014 (doc. 3)



São Paulo/SP – Mar/2014 (doc. 4)



São Paulo/SP – Mar/2014 (doc. 5)



São Paulo/SP – Abr/2014 (doc. 6)



São Paulo/SP – Mai/2014 (doc. 7)



São Paulo/SP – Mai/2014 (doc. 8)