

São Paulo, 07 de junho de 2019

REDAÇÃO – SITE “O JOIO E O TRIGO”

R. Conselheiro Ramalho, 945

São Paulo - SP

01325-001

A/C João Peres

Guilherme Zocchio

Moriti Neto

Ref.: Sequência de imagens publicadas no perfil do Instagram @ojoioetrigo no dia 07 de junho de 2019

Prezados Senhores,

A **NESTLÉ BRASIL LTDA. (“NESTLÉ”)**, com sede na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na Rua Doutor Rubens Gomes Bueno, 691, inscrita no CNPJ/MF sob nº 60.409.075/0001-52, na qualidade de empresa diretamente mencionada nas postagens acima mencionadas, vem, pela presente, informá-los e esclarecer o que se segue.

No perfil do Instagram @ojoioetrigo, administrado por V.Sas., foi postada uma série de imagens (“stories”), contendo as fotos abaixo:



As referidas postagens têm por claro objetivo denegrir os produtos da Nestlé, mostrando-os sob uma ótica enviesada, na qual eles são tidos como “não-saudáveis”.

V.Sas., inicialmente, criticam a informação nutricional disposta na frente das embalagens (que informa os Valores Diários de Referência¹) e insinuem que ela não seria suficiente para verificar se um produto é saudável ou não, ao contrário do que o Ministro da Saúde teria afirmado e, ressalte-se, do que é, inclusive, usado em diversos países além do Brasil.

Para ilustrar alguns produtos supostamente não-saudáveis, V.Sas. utilizam quatro exemplos. É difícil crer que seja uma mera coincidência que três destes quatro produtos retratados sejam comercializados pela Nestlé. Ao lado das fotos destes produtos, fazem uma “pesquisa” com seus seguidores, para verificar se eles acham que cada um dos alimentos é saudável ou não.

Na sequência, colocam, ao lado de cada um dos produtos, o arbitrário sistema criado pela Organização Pan-Americana de Saúde, índices extraoficiais e não-aplicáveis de acordo com a legislação nacional, com o único objetivo de induzir o consumidor a concordar com o ponto de vista claramente tendencioso de V.Sas.

Esclarecemos, quanto ao produto SOPÃO MAGGI, que a Nestlé tem compromissos e políticas internas que têm por objetivo reduzir nutrientes críticos para a saúde pública, e sódio é um dos nutrientes foco. Nos últimos anos, a Nestlé deixou de colocar no mercado mais de 300 toneladas de sódio, sendo que a marca Maggi responde por mais de 60% desses números.

Vale ainda dizer que a Nestlé aderiu ao acordo de redução de sódio negociado entre a ABIA e Ministério da Saúde, que começou em 2011 e tem como meta chegar a 28,5 mil toneladas até 2020, e reafirmou um novo acordo de redução, também por meio da ABIA, em 2017 pois acredita que a evolução do oferecimento de opções mais equilibradas para a população é fundamental.

Nesse contexto, a marca Maggi tem trabalhado em uma jornada de melhorias no perfil nutricional de seus produtos, há mais de 1 década a fim de:

¹ GDA – Guideline Daily Amounts

- Oferecer produtos com menor teor de sódio: nos últimos anos, a Nestlé deixou de oferecer mais de 160 toneladas de sódio em Caldos, mais de 4 toneladas em Sopas e mais de 60 toneladas em temperos.
- Tornar a lista de ingredientes cada vez mais simples e de fácil entendimento: foi implementada em 2017, em toda linha de Sopões Maggi, uma lista de ingredientes 100% reconhecidos pelo consumidor e sem a adição de realçadores de sabor.
- Incluir e/ou aumentar ingredientes positivos, por exemplo: vegetais

Vale ressaltar que, segundo a ciência da nutrição, uma dieta equilibrada está diretamente relacionada ao hábito alimentar de um indivíduo e que a classificação de um único tipo de alimento como saudável não é reconhecida, já que cada indivíduo possui uma necessidade nutricional única e exclusiva.

A quantidade de sódio presente no produto exposto, corresponde a ½ colher de chá de sal e/ou 29% da recomendação de consumo diário.

A fim de oferecer opções cada vez mais equilibradas, a Nestlé lançou também a versão Sopo Equilibrium que oferece opções com até 40% menos sódio (comparado à linha regular).

Além das reduções realizadas no portfólio hoje existente, a marca está comprometida em trazer inovações que contribuam para uma alimentação mais equilibrada:

- Em 2017, lançou NATUSABOR, um tempero granulado, em 3 variedades que oferecem até 45% menos sódio e ingredientes reconhecidos pelo consumidor.
- Em 2018, Maggi trouxe o Caldo Equilibrium, que oferece o menor teor de sódio dos caldos do mercado (31% menos sódio que os principais concorrentes) e Nestlé Professional renovou seu Creme de Cebola, trazendo um produto que oferece 40% menos sódio comparado a média de mercado

É importante lembrar que a última edição da Pesquisa de Orçamentos Familiares, realizada pelo Ministério da Saúde, mostra que o sal de cozinha (aquele que é adicionado à comida) representa 71,5% do total do sódio ingerido pela população brasileira.

Já sobre o biscoito NESFIT, o produto retratado refere-se à formulação antiga. A nova formulação é desenvolvida com 100% do cereal integral como protagonista, com um



mix de grãos integrais: aveia, quinoa, trigo e centeio, além de fornecer fibras (fonte – 2,7g/porção) e proteínas (3,0 g/porção), provenientes dos próprios cereais integrais.

O produto contém 52 mg de sódio, o que corresponde a apenas 2% do valor diário recomendado. Mais de 70% das calorias fornecidas pelo produto são originadas de nutrientes positivos (25.2kcal de gorduras mono e poli-insaturada, 12 kcal de proteínas vegetais e 49,92 kcal de carboidratos complexo (cereais integrais))

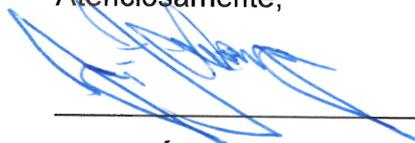
Diante do exposto, fica claro que as postagens se mostram absolutamente parciais e possuem viés contra a Nestlé, ainda mais se considerarmos a recente reportagem publicada no site de V.Sas., que segue o mesmo caminho, usando informações pouco confiáveis e também enviesadas para incutir no público um sentimento de antipatia pela empresa: <https://www.nestle.com.br/proposito/individuos-e-familias/nestle-vidas-mais-saudaveis/calculadora-de-acucar>.

Reforça-se, mais uma vez, que as liberdades de expressão e de opinião são direitos garantidos pela Constituição Federal e respeitados integralmente pela Nestlé, mas tais liberdades não podem servir de veículo para a disseminação de informações equivocadas com o único intuito de se impor um ponto de vista, sem o devido respaldo e comprovações técnicas, o que V.Sas. vêm fazendo de forma reiterada.

A Nestlé é uma companhia global com 150 anos de história no mundo e 98 no Brasil. Está presente em 194 países e seus 328 mil colaboradores estão comprometidos com o propósito da empresa de melhorar a qualidade de vida das pessoas e contribuir para um futuro mais saudável, ao contrário da impressão que V.Sas. querem passar aos consumidores.

Diante do exposto, a Nestlé afasta as análises equivocadas e tendenciosas da reportagem em tela, que parecem ter a única finalidade de denegrir sua imagem e convida V.Sas. a melhor avaliar, daqui em diante, qualquer informação divulgada sobre seus produtos.

Atenciosamente,



NESTLÉ BRASIL LTDA.

Flávio de Souza

Vice-Presidente Jurídico, de Compliance, Assuntos Institucionais e
Relações Governamentais