

## Anunciantes reforçam compromisso na publicidade para crianças

No seguimento da assinatura dos Compromissos da Indústria Alimentar, no dia 5 de Novembro, a Associação Portuguesa de Anunciantes (APAN) reforça a importância desta iniciativa enquanto solução de auto-regulação e contributo para o bom funcionamento do sector.

Subscritos por 26 empresas que operam no mercado nacional, os compromissos visam garantir uma actuação mais consistente, responsável e sustentável da comunicação no sector. O documento, elaborado sob os princípios da abertura, independência e transparência, é sujeito à monitorização por uma entidade independente, a partir de 2011, que no final do ano divulgará os resultados.

A iniciativa da indústria associa-se ao Media Smart, o programa lançado pelos anunciantes em 2008, e que já está presente em quase 2.200 escolas do país, tendo em vista promover a literacia para a publicidade das crianças com entre sete e 11 anos.

Uma parte dos compromissos intergra ainda um conjunto mais alargado de iniciativas de auto-regulação, que incluem o perfil nutricional dos produtos e a informação ao consumidor.

Manuela Botelho, secretária-geral da APAN esclarece: “Estes compromissos não visam banir a publicidade infantil, mas sim aplicar medidas que regulem a comunicação comercial dirigida aos menores de 12 anos. Esta é apenas parte da resposta da indústria, já que estamos a trabalhar para reforçar os códigos de conduta da auto-regulação acompanhando as melhores práticas internacionais.”

Informações adicionais: **Ana Maria Silva**

**LPM Comunicação**

Tel. 21 850 81 10 :: Tlm. 96 379 43 04

E-mail: [anamariasilva@lpmcom.pt](mailto:anamariasilva@lpmcom.pt)

Ed. Lisboa Oriente, Av. Infante D. Henrique, 333 H - Escritório 49, 1800-282 Lisboa

[www.lpmcom.pt](http://www.lpmcom.pt)