



www.sosconsumidores.com

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR JUIZ DE DIREITO DA VARA CÍVEL
DO FORO CENTRAL DA COMARCA DE SÃO PAULO.**

A **ASSOCIAÇÃO CIVIL SOS CONSUMIDOR**, que objetiva a defesa dos consumidores, possui finalidade social, é constituída por tempo indeterminado, não possui fins econômicos, e tem caráter filantrópico, assistencial e educacional, pessoa jurídica de direito privado inscrita no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas sob o nº 07.270.305/0001-62, com sede à Avenida do Café, 130 - cj. 106 Vila Guarani em São Paulo-SP CEP 04311-000, por seus advogados infra-assinados, vem, respeitosamente à presença de Vossa Excelência, propor a presente.

AÇÃO CIVIL PÚBLICA
com pedido de antecipação de tutela

em face da **ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS – APAS**, com sede na Rua Pio XI, nº 1200, Bairro Alto da Lapa, São Paulo-SP, CEP 05060-001, e das maiores redes de supermercados do estado de São Paulo: **SONDA – SONDA SUPERMERCADOS EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO S.A.**, com sede na Avenida Itaberaba, 1853-1863, Freguesia do Ó, São Paulo – SP, inscrita no CNPJ sob o nº. 01.937.635/0001, **WALMART BRASIL LTDA.**, com sede na Avenida Tucunaré, 125, Alphaville, CEP 06460-020, Barueri – SP, **CARREFOUR COMÉRCIO E INDÚSTRIA LTDA.**, com sede na Rua George Eastman, 213, Vila Tramontano, CEP 05690-900, São Paulo – SP, **COMPANHIA BRASILEIRA DE DISTRIBUIÇÃO**, com sede na Avenida Brigadeiro Luis Antonio, 3.142, CEP 01402-901, São Paulo – SP, CNPJ-MF 47.508.411/0001-56, pelos motivos de fato e de direito a seguir elencados:



I – SÍNTESE DA DEMANDA

1. A presente ação civil pública tem por finalidade obrigar a ré APAS, que reúne “os empresários de todo o Estado, individual, ou coletivamente, com estabelecimentos de supermercados, como tal definidos em leis federais, estaduais e municipais”, e conta atualmente com 1200 associados segundo relata, a retomar a distribuição gratuita de sacolas plásticas para os consumidores, que permitam o armazenamento de suas compras.

Por força de iniciativa da ré APAS, deixaram de ser distribuídas sacolas plásticas pela grande maioria dos supermercados paulistas aos consumidores. Esta ação visa corrigir essa questão e coloca também no polo passivo as maiores redes de supermercados, que atendem mais da metade dos consumidores paulistas.

II – DO CABIMENTO DE AÇÃO CIVIL PÚBLICA

1. Diz o art.83 da Lei Federal 8.078 de 1990:

“Art. 83. Para a defesa dos direitos e interesses protegidos por este código são admissíveis todas as espécies de ações capazes de propiciar sua adequada e efetiva tutela.”

2. Assim, a Associação autora vale-se da presente visando a defesa dos interesses de centenas de milhares de consumidores paulistas, com fundamento no art. 29 do CDC, que equipara a consumidores “todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.”.

3. O recebimento de sacolas plásticas, para o armazenamento das compras realizadas nos supermercados, constitui direito costumeiro do consumidor, mercê de anos de práticas comerciais estabelecidas pelos próprios fornecedores desse setor. A teor do que dispõe o art. 7º, “caput” da Lei Federal 8.078 de 1990, os direitos previstos em lei coexistem com aqueles consagrados pelos princípios gerais do direito, pela analogia, pela equidade e pelos costumes.



4. Não obstante tratar-se de direito costumeiro, a ré estimulou seus associados a abolir a distribuição de sacolas plásticas de forma repentina, em manifesta afronta à dignidade dos consumidores que são vistos pelas ruas equilibrando as compras efetuadas nos supermercados, para evitar o pagamento pelas caras sacolas retornáveis, que estão sendo vendidas em substituição às sacolas plásticas que deixaram de ser distribuídas.

5. A ré APAS não promoveu o *“estudo e adoção de ações de viabilidade de substituição do uso de sacola plástica à base de petróleo em supermercados estabelecidos no Estado de São Paulo”*, conforme previa o compromisso por ela firmado perante o Governo do Estado de São Paulo. Tampouco estimulou a adoção de *“procedimentos de atuação dos supermercados filiados à APAS e aderentes à campanha, no sentido de desenvolver projetos de conscientização ambiental aos consumidores com a finalidade específica de substituir o uso das SPPD”* (OBS. A sigla SPPD quer dizer: sacolas plásticas à base de petróleo descartáveis) ^{*1}.

6. A presente ação visa também obrigar a ré APAS: a realizar os estudos a que se comprometeu perante o Governo do Estado de São Paulo, objetivando a substituição paulatina e gradual das sacolas plásticas não biodegradáveis por sacolas plásticas biodegradáveis, de papel ou retornáveis e, enquanto isso não ocorre, a promover, por meio de seus associados, à distribuição de sacolas plásticas suficientes para o acondicionamento digno das compras efetuadas pelos consumidores. Objetiva ainda obrigar que as maiores redes supermercadistas voltem a distribuir gratuitamente sacolas aos consumidores visando o armazenamento de suas compras.

7. Daí a demonstração de que a via processual eleita não poderia ser outra senão a Ação Civil Pública, tendo em vista que a ação objetiva a preservação da

^{*1} Cláusula Primeira do Protocolo de Intenções celebrado entre o Estado de São Paulo – Secretaria do Meio Ambiente – e a APAS para realização de estudo e adoção de ações de viabilidade de substituição do uso de sacola plástica à base de petróleo em supermercados estabelecidos no Estado de São Paulo. (doc. anexo).



dignidade de um universo difuso de consumidores, a fim de que seja obrigada a ré a promover os estudos ambientais que não executou, bem como a retomar a distribuição das sacolas plásticas aos consumidores, enquanto isso não ocorre, nos exatos termos do art. 84 da Lei Federal 8.078/90 - o CDC.

III - DOS FATOS

1. Em 09 de maio de 2011, o Governo do Estado de São Paulo e a Associação Paulista de Supermercados (APAS) celebraram “Protocolo de Intenções”, com o objetivo de: *“estabelecer procedimentos de atuação dos supermercados filiados à APAS e aderentes à campanha, no sentido de desenvolver projetos de conscientização ambiental aos consumidores com a finalidade específica de substituir o uso das SPPD”* (Cláusula Primeira do Protocolo de Intenções, doc. anexo).

2. Conforme constou do próprio preâmbulo daquele instrumento, tratou-se de um protocolo de intenções destinado à realização de estudos acerca da viabilidade de substituição das sacolas plásticas:

“Protocolo de Intenções que celebram entre si o Estado de São Paulo, por intermédio da Secretaria do Meio Ambiente e a APAS – Associação Paulista de Supermercados, para realização de **estudo e adoção de ações de viabilidade** de substituição do uso de sacola plástica à base de petróleo em supermercados estabelecidos no Estado de São Paulo.”

3. Também constou do Protocolo de Intenções que a ré se comprometeria a: substituir as sacolas plásticas a partir de janeiro de 2012, mediante a promoção de campanhas visando educar e conscientizar os consumidores.



4. Sem que qualquer estudo fosse realizado, a ré APAS determinou aos seus associados, nos quais se incluem os supermercados réus, que cessassem a distribuição gratuita de sacolas plásticas aos consumidores, a partir de 25 de janeiro de 2012, a pretexto da comemoração do aniversário da cidade de São Paulo.

5. Por representar significativa economia direta aos cofres dos supermercados, estes prontamente atenderam à determinação, até porque estão obrigados a fazê-lo por força de disposição estatutária, que os obriga a respeitar o estatuto, os regulamentos expedidos, bem como as deliberações da Assembléia Geral, do Conselho Deliberativo e da Diretoria Executiva da APAS. Em vista disso, do dia para a noite, deixaram de ser distribuídas sacolas plásticas nos supermercados aos consumidores paulistas por quase a totalidade dos estabelecimentos. Segundo estimativas da própria APAS 95% dos seus 1200 associados aderiram à determinação.

6. Em virtude da repercussão negativa provocada pela medida, face a não realização de qualquer campanha prévia informativa, o Ministério Público do Estado de São Paulo e a Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor – PROCON de São Paulo chamaram a ré APAS para uma reunião, da qual resultou a celebração de um Termo de Ajustamento de Conduta. Através desse termo a ré se obrigou a divulgar e a orientar, por meio de seu portal na internet, blog, comunicado direto via correio, via e-mail marketing, Twitter, Facebook, revista “Super Varejo” e revista “Acontece”, os supermercados e congêneres a ela associados, a prestarem informações aos consumidores no sentido da cessação da distribuição das sacolas plásticas, nas seguintes condições:

“A - Tendo em vista o disposto nos artigos 2º, 3º, 4º, III e IV, 6º, II e III, 29 e 31, todos da Lei Federal nº 8078/90 (Código de Defesa do Consumidor), a APAS obriga-se a divulgar e a orientar, por meio de seu portal na internet,



www.sosconsumidores.com

blog, comunicado direto via correio, via email marketing, Twitter, Facebook, revista Super Varejo e revista Acontece APAS, os supermercados e congêneres a ela associados, que, no exercício das suas atividades:

1 - Deverão informar aos consumidores, nas dependências dos estabelecimentos, prévia e ostensivamente, que não mais está (SIC) sendo fornecida as sacolas descartáveis para acondicionamento dos produtos comprados por eles, mediante ampla divulgação, inclusive com a presença de testeira de monitor e cavalete, no corredor de entrada das lojas;

1.1 - Durante o prazo de 60 (sessenta) dias, para os consumidores que não trouxerem suas sacolas e outros meios reutilizáveis, deverão disponibilizar a eles, **gratuitamente**, embalagens adequadas e compatíveis com os produtos adquiridos, visando o acondicionamento e o transporte dessas mercadorias; vedado o uso de embalagens utilizadas para o transporte ou acondicionamento de produtos perigosos ou substâncias químicas, para produtos alimentícios;

6. Justificando o TAC, nos “considerandos” constou que a ré APAS firmou “Protocolo de Intenções” com o Governo do Estado no sentido de **ABOLIR** a distribuição gratuita de sacolas plásticas e que estava em processo de divulgação campanha publicitária, intitulada “Vamos tirar o planeta do Sufoco”.

7. O Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) suspendeu a campanha publicitária da ré (“Vamos tirar o planeta do Sufoco”), por considera-la enganosa e por não respeitar as normas éticas para apelos de sustentabilidade na publicidade, criadas pelo órgão autoregular, uma vez que nunca foram comprovados os benefícios ambientais da campanha, conforme exigido inclusive pela Lei nº 8.078/90, nos seus artigos 38 e 69, “caput” (fonte: www.conar.org.br).

8. Na verdade, conforme já dito, não houve qualquer estudo prévio que justificasse o impacto ambiental provocado pelas sacolas plásticas dos supermercados, nos lixões e aterros sanitários. Se tal não bastasse, os supermercados réus e todos aqueles associados à APAS continuam embalando frutas, legumes, carnes e produtos a granel em sacolas e embalagens plásticas e de isopor, o que significa que a supressão das sacolas somente se faz lucrativa aos supermercados quando voltada para os consumidores, porque os fornecedores não adequaram seus comportamentos “do caixa para dentro”. Além de tudo isso, os consumidores, que antes utilizavam as sacolas plásticas recebidas nos



www.sosconsumidores.com

supermercados para dispor seu lixo residencial, passaram a ter que adquirir sacos de lixos pretos.

9. Conforme de constata pela decisão do CONAR, a dita campanha publicitária da APAS “Vamos tirar o planeta do sufoco” não passou de um pretexto para uma medida que representou economia direta no bolso dos supermercados que, além de deixarem de fornecer sacolas plásticas gratuitamente, passaram a vender toda a sorte de sacolas e embalagens retornáveis, mediante altas margens de lucro, sem falar também no aumento das vendas dos sacos de lixo.

10. Percebe-se, assim, que o planeta provavelmente não ganhou. De outra parte, os supermercados experimentaram redução de custos e aumentos dos lucros, que não foram de forma alguma repassados aos consumidores. Os supermercados até hoje não adotaram campanhas ambientais e não implementaram as diretrizes estabelecidas na lei nacional de resíduos sólidos, o que evidencia que o caráter ambiental da medida por eles adotada não passou de um pretexto.

11. Pesquisa (doc. anexo) realizada pela Data-Folha nos dias 2 e 3 desse mês, com 612 pessoas na capital paulista, apontou um interesse de 69% dos entrevistados de que as sacolas plásticas voltem a ser distribuídas nos supermercados. A mesma pesquisa mostrou que quatro em cada dez entrevistados já desistiram de fazer as compras por não disporem de sacolas plásticas para o transporte. Para 23% isso ocorreu no momento de pagar as compras, no caixa.

12. Muitos supermercados já sentiram o impacto direto dos consumidores, que reduziram suas compras e também migraram para outros supermercados que continuam distribuindo as sacolas plásticas. Por isso, a ré APAS adotou uma medida de empréstimo de sacolas retornáveis, mediante a qual, inicialmente, o consumidor paga pela sacola retornável recebendo de volta o dinheiro que pagou quando do retorno da mesma ao supermercado. **ESSA MEDIDA PALIATIVA QUE, MAIS UMA VEZ, SÓ PENSA NOS**



PRÓPRIOS SUPERMERCADOS, COLOCA EM RISCO A SAÚDE E VIDA DOS CONSUMIDORES, EM VISTA DA CONTAMINAÇÃO DAS SACOLAS QUE NÃO SÃO DEVIDAMENTE HIGIENIZADAS ENTRE UM EMPRÉSTIMO E OUTRO.

13. O mesmo risco de contaminação existe em relação às caixas de papelão, que são contaminadas pelos produtos que armazenam e ficam acondicionadas nos depósitos dos supermercados sujeitas a toda a sorte de proliferação de fungos e bactérias.

IV – DO DIREITO

DA INEFICÁCIA E INADEQUAÇÃO DO TAC – CONTRARIEDADE À LEI FEDERAL Nº 8.078/90 E LEI FEDERAL Nº 7.347/85.

1. Ainda que tenha a ré APAS firmado Protocolo de Intenções com o Governo do Estado, fato é que tal protocolo **NÃO DETERMINA**, em momento algum, que nos supermercados a ela filiados sejam abolidas as sacolas plásticas, pelo simples motivo de que **Protocolo de Intenções não é lei**. Tanto as autoridades governamentais participantes do Protocolo de Intenções já sabiam disso que, em momento algum, assim o disseram ou exigiram.

2. O protocolo dispôs sim que a ré **APAS deveria realizar estudos** para verificar a **viabilidade de substituição das sacolas plásticas**, assim como acerca da necessidade de promoção de campanhas publicitárias. Dispôs que a ré APAS se comprometeu a **SUBSTITUIR** as sacolas plásticas, a partir de janeiro de 2012, mediante prévia promoção de campanhas publicitárias para informar, orientar, educar e conscientizar os consumidores.



NUNCA O PROTOCOLO DE INTENÇÕES MENCIONOU A CESSAÇÃO DA DISTRIBUIÇÃO DE SACOLAS PLÁSTICAS!!!

3. Muito embora, surpreendentemente, ao firmar o TAC o Ministério Público e o PROCON do Estado de São Paulo pareçam ter concordado com a abolição do uso das sacolas plásticas, em manifesto prejuízo aos interesses dos consumidores, isso nunca foi objeto do compromisso firmado entre a ré APAS e o Governo do Estado de São Paulo. O TAC firmado, portanto, tem objeto distinto do protocolo de intenções assumido anteriormente e não visou seu cumprimento, em absoluto.

4. Além do TAC firmado pelo Ministério Público e pelo PROCON de São Paulo não interferir na atuação da autora SOS CONSUMIDOR que, nos termos do art. 82, IV da Lei nº 8.078/90, tem legitimação **CONCORRENTE E DISJUNTIVA**. Tenha-se ainda que o TAC não produziu eficácia plena nem mesmo no âmbito do Ministério Público, **PORQUE AINDA PENDE DE HOMOLOGAÇÃO POR PARTE DO CONSELHO SUPERIOR DO MINISTÉRIO PÚBLICO.**

5. De fato, nos termos do art. 234, V do Regimento Interno do Conselho Superior do Ministério Público de São Paulo, a eficácia plena do TAC perante aquele órgão só se dá com a sua homologação. Antes disso, pode haver, inclusive, a rejeição do TAC com determinação de remessa de ação civil pública.

6. Se o TAC não vincula ainda sequer o Ministério Público, muito menos obsta a atuação da autora SOS CONSUMIDOR, que com os seus termos não se conforma, porque entende que ele, assim como a medida adotada pela ré APAS, fere os direitos dos consumidores, previstos em regras de ordem pública, que não podem ser dispostas sequer pelos entes capacitados para firmar termos de ajuste de conduta.



7. Sem falar que, nos termos do art. 113 do Código de Defesa do Consumidor, artigo que acrescentou §§ 4º, 5º e 6º ao art. 5º. da Lei a Ação Civil Pública, a finalidade dos termos de ajustamento de conta é adequar os comportamentos ilícitos aos termos legais:

“Art. 113. Acrescente-se os seguintes §§ 4º, 5º e 6º ao art. 5º. da Lei n.º 7.347, de 24 de julho de 1985:

§6º Os órgãos públicos legitimados poderão tomar dos interessados compromisso de ajustamento de sua **conduta às exigências legais**, mediante combinações, que terá eficácia de título executivo extrajudicial”. (grifei)

6. O termo de ajuste firmado vai contra o próprio compromisso assumido pela ré APAS perante o Governo do Estado de São Paulo, de promover substituição gradual das sacolas plásticas e contra a lei, sem falar que, na prática, prejudicou inúmeros consumidores, que foram afrontados na sua dignidade e estão tendo que equilibrar suas compras pelas ruas.

ILEGALIDADE DA CESSAÇÃO UNILATERAL PELOS SUPERMERCADOS DA DISTRIBUIÇÃO DE SACOLAS PLÁSTICAS POR CONTRARIAR COSTUMES INCORPORADOS AOS DIREITOS DOS CONSUMIDORES POR ANOS DE PRÁTICAS COMERCIAIS.

1. A distribuição gratuita aos consumidores de sacolas plásticas, para o armazenamento das compras realizadas nos supermercados, constitui hábito de consumo antigo, que foi incorporado ao direito pelos próprios fornecedores. Consiste em prática comercial, inculcada nos hábitos e costumes do consumidor, consolidada enquanto direito costumeiro.



www.sosconsumidores.com

Conforme da doutrina:

“Ainda que não estejam previstas em lei, determinadas práticas comerciais adotadas no mercado incorporam-se aos costumes e acabam gerando direitos para os consumidores. Nesse sentido é a redação do art. 7º, caput, do CDC, que deixa claro que os direitos previstos em lei não excluem outros derivados dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade’.
... as práticas comerciais disseminadas no mercado, que sejam conformes ao direito, acabam se perpetuando e se incorporando aos costumes. Na medida em que determinada prática é costumeira, gera direitos para o consumidor, que fica na expectativa da sua realização. E tal expectativa é legítima.” Em “Responsabilidade Civil e Práticas Abusivas nas Relações de Consumo dano moral e punitive damages nas relações de consumo distinções inconstitucionais entre consumidores”, Arthur Luis Mendonça Rollo, Atlas, 2011, p. 157

2. Tratando-se de direito incorporado pelo comportamento do mercado, por óbvio não pode ser abolido do dia para a noite, por iniciativa direta dos próprios fornecedores. Quem vai ao supermercado e realiza suas compras tem a expectativa legítima de receber gratuitamente quantas sacolas plásticas forem necessárias ao armazenamento dos produtos adquiridos. Essa expectativa legítima decorre de anos de práticas comerciais semelhantes adotadas nesse setor.

3. A adoção das sacolas retornáveis não pode ser imposta aos consumidores. Depende de uma mudança de hábito de consumo, que deve ser feita de forma gradual e paulatina, por meio de conscientização e informação dos consumidores.

4. A medida adotada pelos réus não beneficiou o meio ambiente, porque as sacolas plásticas que deixaram de ser fornecidas foram substituídas por sacos de lixo, que causam o mesmo impacto nos lixões e aterros sanitários. De outra parte, a saúde dos consumidores está permanentemente em risco, com o acondicionamento de compras em caixas de papelão e sacolas retornáveis emprestadas contaminadas.



5. Sem falar na ofensa à dignidade dos consumidores, que são vistos pelas ruas equilibrando suas compras, quando tinham o direito costumeiro, que também é reconhecido pelo art. 7º, “caput” da Lei nº 8.078~~9~~0, de receber as sacolas gratuitamente.

6. As sacolas plásticas foram gratuitamente oferecidas aos consumidores por iniciativa dos próprios supermercados. Não foi o consumidor quem pediu. Romper com tal costume sem preparar o consumidor, sem realizar prévios estudos e pesquisas, sem educar o consumidor até que, aos poucos tome consciência da necessidade de ABOLIR TODA E QUALQUER EMBALAGEM PLÁSTICA de seu dia-a-dia, configura conduta de opressão por parte dos réus, que deve ser corrigida e que não pode ser tolerada.

7. A medida adotada unilateralmente pelos réus afronta diretamente o art. 7º, “caput” da Lei nº 8.078~~9~~0.

DA OFENSA AO DIREITO BÁSICO DO CONSUMIDOR À INFORMAÇÃO.

1. O custo das sacolas plásticas sempre foi repassado ao consumidor no preço pago pelos produtos adquiridos nos supermercados. Nunca, portanto, a distribuição foi gratuita. Apenas o seu custo foi embutido no preço dos produtos, dentro do cálculo do risco da atividade dos supermercados.

2. Se, portanto, estivessem os réus imbuídos de boa-fé, deveria ter havido o repasse da economia dos supermercados igualmente aos consumidores, na forma de redução proporcional dos preços dos produtos. Não foi isso o que se verificou.

3. Se realmente o objetivo fosse o desestímulo à utilização do plástico, antes de abolir a distribuição aos consumidores, os réus deveriam ter dado o exemplo, deixando de embalar os produtos que comercializam “do caixa para dentro” com materiais não biodegradáveis, como plástico e isopor.

4. Se a finalidade da supressão das sacolas fosse estimular a utilização de sacolas retornáveis, deveria haver sua comercialização a preço de custo. Ou seja, os supermercados não deveriam lucrar com a medida.



5. Assim como ocorreu com a campanha suspensa pelo CONAR, os réus vêm veiculando toda a sorte de informações enganosas, em manifesta ofensa ao direito básico do consumidor à informação, previsto no art. 6º, III do CDC.

6. Da forma como a medida foi adotada, foi igualmente retirado o direito do consumidor de escolha, porque, conforme informou a própria ré APAS, cerca de 95% dos seus associados adotaram a medida. Isso significa que para a imensa maioria dos consumidores não existem supermercados que continuam distribuindo de forma gratuita as sacolas plásticas. Vale dizer, o consumidor não tem como se rebelar contra essa medida que o desagrada, conforme retrata a pesquisa feita pelo Data-Folha, porque isso implicaria na necessidade de deixar de fazer compras ou ter que realizar grandes deslocamentos, o que torna a resistência à medida impraticável.

7. Está havendo desinformação dos consumidores também no que diz respeito ao estímulo à utilização de caixas de papelão e sacolas retornáveis, sem que haja esclarecimentos acerca da necessidade de higienização, adequada e periódica, dessas últimas.

8. Afirmam os réus que a utilização de caixas de papelão é adequada e, por isso, eles até a estimulam. As caixas de papelão acarretam sérios riscos à saúde dos consumidores, mercê da sua contaminação por resíduos dos produtos que armazenam e também pela sua permanência em condições inadequadas nos depósitos dos supermercados, antes do seu repasse aos consumidores. Quando isso ocorre, portanto, já existe a contaminação.

9. O mesmo risco existe em relação às sacolas retornáveis emprestadas, e até mesmo próprias, quando não corretamente higienizadas.

10. O armazenamento de frutas, verduras, carnes e alimentos em geral, em caixas de papelão e sacolas retornáveis, pode causar a sua contaminação. Por isso, o consumidor acaba tendo as seguintes opções: se conforma com isso; compra sacolas retornáveis ou biodegradáveis dos réus a cada vez que realiza suas compras; leva as compras nas mãos ou, pura e simplesmente, não compra e deixa de atender a necessidades suas.



11. A concentração do mercado nos grandes supermercados tirou a comodidade, que antes os consumidores tinham, de comprar em pequenas quantidades nas pequenas mercearias próximas à sua residência. Até o início dos anos 70, o consumidor comprava nas mercearias ou nos pequenos mercados os chamados “secos e molhados”, que, na realidade, eram mais secos (grãos) que molhados. Levavam tudo em sacolas, sacos de papel etc, o que era possível diante da pequena quantidade de produtos comprados.

12. Hoje, o consumidor realiza suas compras, normalmente para a semana ou para todo o mês, quando volta do trabalho para casa. A complexidade atual acaba fazendo com que ele compre mais produtos congelados, prontos, do que produtos “secos e molhados”. Quando sai do trabalho, o consumidor geralmente não dispõe de sacolas de pano, retornáveis ou recicláveis, simplesmente porque muitas vezes a ideia de passar no supermercado surge no decorrer do dia.

13. O trânsito infernal das grandes cidades paulistas inviabiliza que o consumidor passe em casa antes de ir ao supermercado para buscar o carrinho de compras ou mesmo sacolas retornáveis. Esta é uma contingência da vida moderna. Onde é que ele vai levar os congelados?

14. Ao consumidor deve ser garantida a liberdade de escolha (art. 6º, II da Lei Federal nº 8.078/90). Também lhe é garantido o direito de proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos (art. 6º, I da Lei Federal nº 8.078/90). Acondicionar alimentos em embalagens inadequadas expõe o consumidor e sua família a riscos à sua vida e saúde.

15. A supressão da distribuição das sacolas perpetrada pelos réus veio impregnada de inúmeras informações enganosas, desinformando o consumidor, com ofensa ao art. 6º, III da Lei nº 8.078/90. Na prática acabou também ofendendo o direito à liberdade de escolha, porque pouquíssimos são os estabelecimentos que continuam fornecendo gratuitamente as sacolas plásticas.



DA CONFIGURAÇÃO DA VENDA CASADA

1. Levar os produtos em caixas de papelão ou utilizar sacolas retornáveis emprestadas não deveriam ser opções dos consumidores para embalar suas compras, porque isso, como visto, representa risco à saúde e segurança.

2. As opções reais, portanto, consistem na utilização de sacolas retornáveis ou mesmo na aquisição de sacolas compradas nos supermercados. O dia a dia complexo nas grandes cidades, conforme já dito, acaba acarretando aos consumidores a necessidade de comprar sacolas a cada vez que comparece ao supermercado.

3. Na prática, o consumidor acaba tendo que comprar sacolas plásticas biodegradáveis ou retornáveis toda a vez que comparece aos supermercados. Conforme pondera Rizzato Nunes, se trata *“tipicamente uma operação casada, que é vedada pelo Código de Defesa do Consumidor. Na realidade, o que se constata é que obrigar o consumidor a adquirir uma sacola, qualquer que seja ela, de plástico, papel ou tecido, para poder levar consigo os produtos que adquiriu no próprio estabelecimento comercial, é uma típica operação casada porque obriga o consumidor a comprar e pagar por algo que não queria comprar e muito menos pagar. E a regra estabelecida atualmente pelos empresários do setor é esta: leva nos braços ou paga pela sacola.”*².

4. Ainda que os réus não imponham diretamente a aquisição de sacolas, a escassez de supermercados que continuem realizando sua distribuição gratuita determina, na prática, que os consumidores venham a adquirir sacolas todas as vezes que comparecem nos supermercados para realizar compras.

²RIZZATTO NUNES “O abuso das operações casadas” – Disponível em: <http://www.migalhas.com.br/ABCdoCDC/92,MI156156,91041-Os+abusos+das+operacoes+casadas>> acesso 03/06/2012



5. Essa imposição dos réus, que dominam o mercado paulista, acaba sujeitando os consumidores a vendas casadas, porque não têm a opção de outros meios seguros para armazenar suas compras.

6. Chama a atenção igualmente o altíssimo valor cobrado pelas embalagens retornáveis nos supermercados, que assegura seu lucro. Isso faz com que os réus ganhem duas vezes, ao final de contas já embutiram há tempos o custo das sacolas plásticas que antes forneciam gratuitamente aos consumidores no preço dos produtos que comercializam. Além de não repassarem a redução do custo proporcionada pela medida aos consumidores, ainda cobram pelas embalagens retornáveis valor consideravelmente maior do que o seu custo. O lucro é duplo, em manifesta afronta ao art. 170, V da Constituição Federal.

7. Nos termos do TAC firmado entre a ré APAS, o PROCON e o Ministério Público, os supermercados obrigaram-se a vender sacolas “recicláveis” por preço que não exceda R\$ 0,59 (cinquenta e nove centavos) pelo prazo de 06 meses. Esse valor é altíssimo se considerado o número de sacolas que o consumidor tem que adquirir para o armazenamento de todas as suas compras. Na prática ele terá que comprar menos, porque o valor total que destinaria às compras agora terá que arcar também com as sacolas que terão que ser adquiridas.

8. A medida adotada pelos réus configura venda casada, lucro excessivo e também por essas razões deve ser corrigida.

PEDIDO DE ANTECIPAÇÃO DE TUTELA

1. Tendo em vista que os consumidores não podem mais esperar e já estão sofrendo, desde fevereiro, os impactos das práticas abusivas que foram adotadas pelos réus, que afrontam diretamente sua dignidade e representam desinformação, porque as justificativas adotadas foram as mais estapafúrdias;



www.sosconsumidores.com

2. Em vista da importância da questão, que vem prejudicando todos os consumidores paulistas e considerando-se todos os argumentos jurídicos já tecidos, que justificam a relevância da demanda,

3. REQUER-SE A ANTECIPAÇÃO DA TUTELA PARA:

3.1. OBRIGAR QUE A RÉ APAS – EXEÇA, NOS TERMOS DOS SEUS ESTATUTOS, DETERMINAÇÃO AOS SEUS ASSOCIADOS NO SENTIDO DE QUE CONTINUEM A DISTRIBUIR GRATUITAMENTE AOS CONSUMIDORES TANTAS SACOLAS PLÁSTICAS, PREFERENCIALMENTE BIODEGRADÁVEIS, OU DE PAPEL QUANTAS FOREM NECESSÁRIAS AO ACONDICIONAMENTO DE SUAS COMPRAS

3. 2. PARA PROIBIR O FORNECIMENTO AOS CONSUMIDORES DE CAIXAS DE PAPELÃO QUE TENHAM SERVIDO ANTES AO ACONDICIONAMENTO DE QUAISQUER PRODUTOS AOS CONSUMIDORES PARA O ARMAZENAMENTO DE SUAS COMPRAS.

3.3. QUE OS SUPERMERCADOS RÉUS SEJAM OBRIGADOS A DISTRIBUIR GRATUITAMENTE AOS CONSUMIDORES, QUE EFETUAREM COMPRAS EM TODOS OS SEUS ESTABELECIMENTOS LOCALIZADOS NO ESTADO DE SÃO PAULO:

3.3.1. TANTAS SACOLAS PLÁSTICAS, PREFERENCIALMENTE BIODEGRADÁVEIS OU DE PAPEL;

3.3.2. QUANTAS FOREM NECESSÁRIAS AO ACONDICIONAMENTO DE SUAS COMPRAS;



4. O pedido acima tem fundamento no art. 84, §3º do CDC e a necessidade de sua concessão é determinada pela natural demora dos processos judiciais e especialmente de ações coletivas como esta. Enquanto o processo tramita os consumidores já necessitam da proteção, visto que dia a dia estão sendo lesados nos supermercados em todo o Estado de São Paulo, por força da medida incorretamente adotada pela ré APAS. Requer-se que sejam multas para o descumprimento da antecipação de tutela, não inferiores a R\$25.000,00 (vinte e cinco mil reais) diários (mesmo valor de multa fixado no TAC).

V- DOS REQUERIMENTOS

1. Requer-se a CITAÇÃO dos réus para que, em o querendo, contestem os termos da presente, apresentando a defesa que tiverem, dentro do prazo legal, sob pena de revelia.

2. Requer-se, ao final, a procedência dos pedidos, para o fim de obrigar a ré APAS a, nos termos do compromisso que firmou perante o Governo do Estado de São Paulo, realizar estudos no sentido de substituir paulatinamente as sacolas plásticas à base de petróleo por sacolas de outro material biodegradável, que cause menos impacto ao meio ambiente, o que deverá ser feito não só “do caixa para fora” como também “do caixa para dentro”. Qualquer alteração na forma de distribuição de sacolas aos consumidores, deverá ser precedida de prévia campanha informativa.

3. Enquanto isso não ocorre, requer a autora que os réus sejam obrigados a continuar distribuindo gratuitamente aos consumidores tantas sacolas plásticas, preferencialmente biodegradáveis, ou de papel quantas forem necessárias ao acondicionamento das compras efetuadas nos seus estabelecimentos situados no território do Estado de São Paulo. Requer-se também que os réus se abstenham de fornecer aos consumidores caixas de papelão, que já tenham sido utilizadas para o armazenamento de quaisquer outros produtos, para o armazenamento das mercadorias compradas.



4. Protesta provar o alegado por todos os meios de prova em direito admitidos, requerendo, desde já, a produção de prova pericia e testemunhal, sem prejuízo de outras que V. Exa. entender cabíveis.

5. Requer-se a intimação do Ministério Público Estadual para atuar nesta causa enquanto fiscal da lei.

6. Requer-se que sejam enviados ofícios, bem como seja dada a publicidade, via imprensa oficial, necessária à presente, nos termos do art. 94 do CDC, a fim de que os interessados venham intervir como litisconsortes, sem prejuízo de divulgação que a ASSOCIAÇÃO SOS CONSUMIDORES fará.

7. Atribui-se à presente o valor de R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil de reais).

Nestes termos,
pede deferimento.

São Paulo, 06 de junho de 2012

Marli Aparecida Sampaio
OAB-SP 134.739
Presidente da SOS Cconsumidor

Arthur Luis Mendonça Rollo
OAB-SP 153.769