

Comunicação Técnica nº 01/2011

Para conhecimento de Anunciantes, Veículos de Comunicação e Agências de Publicidade, por recomendação dos organismos de direção da entidade, o Presidente do CENP informa aos interessados:

1. Foram aprovadas em Assembléia Geral Extraordinária reunida no último dia 5, e passaram a vigorar, alterações nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária (NPAP), adequando-as ao disposto no art. 19 da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para a licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências. Tais alterações, por estarem relacionadas com a interpretação da lei de regência relacionada à concessão e recebimento do chamado desconto-padrão, é do interesse de todo o mercado, nas relações tanto do setor público quanto do privado.

2. Diz o art. 19 da lei 12.232/10:

“Para fins de interpretação da lei de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em conseqüência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse de desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação”;

3. Foi incluído o Capítulo 6, cuja íntegra é:

“6. DAS PRÁTICAS E PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS A ATIVIDADE PUBLICITÁRIA”.

6.1 A Agência de Publicidade que intermediar a veiculação atuará sempre por ordem e conta do Anunciante, observado o disposto nos itens 6.1.1 a 6.1.3.

6.1.1 É dever da Agência de Publicidade cobrar, em nome do Veículo, nos prazos estipulados, os valores devidos pelo Anunciante, respondendo perante um e outro pelo repasse do “Valor Faturado” recebido ao Veículo.

Entidades Fundadoras



6.1.2. A fatura do Veículo será encaminhada ao Anunciante por meio da Agência de Publicidade.

6.1.3 Tendo em vista que o fator confiança é fundamental no relacionamento comercial entre Veículo, Anunciante e Agência e sendo esta última depositária dos valores que lhes são encaminhados pelos Clientes/Anunciantes para pagamento dos Veículos e Fornecedores de serviços de propaganda, fica estabelecido que, na eventualidade de a Agência reter indevidamente aqueles valores sem o devido repasse aos Veículos e/ou Fornecedores, terá suspenso ou cancelado seu Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo CENP.

6.2 Em virtude de prévio e exposto ajuste, o Anunciante poderá repassar por meio do Veículo a importância correspondente ao “Desconto-Padrão”, observado que nesta hipótese o Veículo somente poderá faturar ou contabilizar como receita própria a parcela correspondente ao “Valor Faturado”.

6.3 Excepcionalmente, nos termos de prévio e exposto ajuste, o Anunciante, poderá efetivar diretamente os pagamentos correspondentes ao “Valor Faturado” e ao “Desconto-Padrão”, respectivamente, ao Veículo e à Agência de Publicidade.

6.4 É facultado à Agência negociar parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus com o respectivo Anunciante, observados os parâmetros contidos no ANEXO “B” - SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS, os quais poderão ser revistos pelo Conselho Executivo do CENP.

6.5 O “desconto padrão de agência” não será concedido:

a) a Anunciantes diretamente ou a “Departamentos de Propaganda” de Anunciantes ou Agências Próprias (“House Agencies”) que não se conformarem ao disposto no item 2.5 e subitens; e item 8.5 destas Normas-Padrão;

b) às empresas que se dedicam exclusiva ou principalmente à prestação de serviços de mídia, descritas nos itens 4.4 e subitens destas Normas-Padrão.

c) à Agência que comprar, autorizar e pagar mídia em favor de Cliente(s) e/ou marca(s) cuja conta publicitária esteja confiada à outra Agência.

d) quando o Veículo não reconhecer determinada Agência como responsável pelo pleno atendimento da conta publicitária de determinado Anunciante ou quando, mesmo reconhecida, não se tenha encarregado plenamente do atendimento da conta publicitária.

Entidades Fundadoras



6.6 Tanto nas relações com anunciantes do setor público quanto privado, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar valores correspondentes ao “desconto-padrão de agência” como receita própria, inclusive quando o repasse de tais valores à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

6.7 Para efeito dos itens 2.5, 6.6 e demais itens com estes relacionados, faz-se necessário inserir, no campo de informações adicionais das Notas Fiscais e Faturas Comerciais dos Veículos, a seguinte expressão:

“Valor de Referência do ‘Desconto-Padrão’ (remuneração da Agência – item 1.11 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária): R\$”

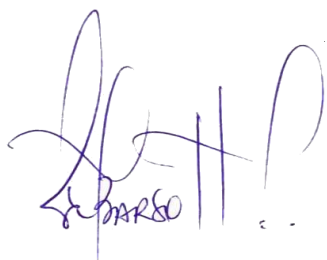
4. Para melhor entendimento, as alterações esclareceram, nos Itens 1.10 e 1.12 das NPAP o que seja Valor Negociado e valor faturado:

Valor Negociado: é o valor fixado na lista pública de preços dos Veículos de Comunicação, já deduzidos os descontos comerciais (obtidos na negociação em favor do anunciante);

Valor Faturado: é a remuneração do Veículo de Comunicação resultado da diferença entre o Valor Negociado e o Desconto-Padrão (receita efetiva do Veículo de Comunicação);

5. A íntegra das Normas Padrão da Atividade Publicitária, com as alterações agora aprovadas, já está disponível para consulta pública no site do CENP.

São Paulo, 17 de Janeiro de 2011.



Caio Barsotti
Presidente

Entidades Fundadoras

