

C.N. – 015

House Agency

São Paulo, 09 de março de 2010.

O CENP, no uso de suas atribuições e nos termos das Normas Padrão:

Diante da necessidade de por fim a certa indeterminação conceitual no disposto na cláusula 6.5, “a”, das Normas Padrão, no que se refere às “house agencies”, in verbis: “6.5 O ‘desconto padrão de agência’ não será concedido: a) a Anunciante 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.” E considerando:

- Que as Normas Padrão foram elaboradas com esteio nos direitos constitucionais da liberdade de expressão e da livre iniciativa, e nos princípios da boa-fé, moralidade, transparência, livre concorrência;

- Que tiveram por objetivo assegurar a ética das boas práticas comerciais nas relações entre Agências de Propaganda, Anunciantes e Veículos, evitando-se qualquer forma de deslealdade concorrencial e de condutas que atentem contra a Ordem Econômica nos termos das Leis nº 8.884/94 e 8.137/90; e que as Agências de Propaganda, os Anunciantes e os Veículos aderiram às Normas Padrão e suas regras de contratação no pleno exercício de sua autonomia, assumindo, uns perante os outros, as obrigações delas decorrentes; determina:

Art. 1º. Agência Própria ou Agência da Casa (House Agency) é a Agência de Propaganda, com personalidade jurídica própria, ligada acionariamente ao Anunciante, pessoa física ou jurídica, para o qual ela presta os seus serviços, podendo, ou não, atender a outros Clientes-Anunciantes.

§ 1º. Caracteriza a Agência da Casa, para efeitos do item 6.5 das Normas-Padrão, mas não exclusivamente, ter a Agência como cliente apenas o anunciante acionista, pessoa física ou jurídica, ou atender a empresas do Grupo Econômico ao qual pertença o anunciante acionista, ou ter clientes, que de forma direta ou indireta, façam parte da cadeia de fornecedores ou revendedores do Grupo Econômico a que pertença o anunciante acionista.

§ 2º. Caracteriza, também, Agência da Casa, o atendimento predominante a anunciante acionista e/ou a um mesmo Grupo Econômico, ainda que atenda a outros clientes fora da cadeia de fornecedores ou revendedores, mas cujas contas publicitárias, isoladamente ou no seu conjunto, não justifiquem a existência da estrutura empresarial autônoma de Agência; a existência de clientes eventuais, ainda que com potencial justificador, não descaracteriza a condição de Agência Própria.

§ 3º. A participação acionária de que trata este artigo caracteriza-se pelo controle de capital, controle de fato ou de direito do comando empresarial, de forma direta ou indireta, de acordo com as leis brasileiras, em especial, a Lei nº 8.884/94.

Entidades Fundadoras



Av. Paulista, 2073 - 6º andar - Ed. Horsa II - CEP: 01311-940

São Paulo - SP

Tel.: (11) 2172-2367 - Fax : (11) 2172-2381

Art. 2º. Pelo disposto no item 6.5 das Normas-Padrão, a Agência Própria não conta com o direito à percepção do “desconto padrão da agência”, devendo negociar diretamente com os Veículos de Comunicação a forma de sua remuneração pela intermediação publicitária, ressalvado o que dispõe o item 8.5, norma de eficácia restrita para atender a situação de fato do mercado publicitário nacional até o momento do início da vigência das Normas Padrão.

Art.3º. O CENP certificará excepcionalmente a Agência de Propaganda/Publicidade da qual participe o anunciante, pessoa física ou jurídica, sempre que for comprovada a conformidade ao disposto no Item 2.5 e subitens das Normas-Padrão, exigindo-se a prova de não se tratar de Agência da Casa nos termos do artigo 1º, § 3º desta Comunicação e o compromisso formal de respeito às normas padrão.

Art. 4º. A fim de assegurar o respeito à livre concorrência e ao compromisso ético e jurídico assumido na subscrição das Normas Padrão, as Agências certificadas controladas por Anunciante nos termos do § 3º do artigo 1º, que prospectem clientes entre empresas da cadeia de fornecedores ou revendedores de seu controlador, perderão o direito ao Certificado de Qualificação Técnica.

§ 1º. Para efeitos desta Comunicação Normativa, presume-se que a hipótese descrita no caput deste artigo caracteriza abuso do poder econômico, ao ensejar, mediante, entre outras práticas, a utilização de subsídios, ou vantagens, ou discriminação injustificada, efeitos prejudiciais à concorrência, nos termos do art. 173, § 4º, da Constituição Federal de 1988 e da Lei nº 8.884/94.

§ 2º. Em procedimento formal do Conselho de Ética, assegurado o mais amplo direito de defesa, o CENP poderá investigar e julgar as Agências que estejam ou passem a estar nas condições estabelecidas no caput deste artigo.

Caio Barsotti
Presidente

Entidades Fundadoras



Av. Paulista, 2073 - 6º andar - Ed. Horsa II - CEP: 01311-940

São Paulo - SP

Tel.: (11) 2172-2367 - Fax : (11) 2172-2381