

Entidades do mercado publicitário pedem auxílio ao governo

Entre as solicitações estão linhas de crédito, redução da jornada de trabalho e isenção do recolhimento de impostos para o setor

Por Propmark
30 de março de 2020 | 18:04

Oito entidades representativas, no âmbito nacional, dos segmentos das agências de publicidade, dos agentes digitais, de marketing promocional e dos produtores de audiovisual encaminharam, nesta segunda-feira (30), ao governo federal reivindicação, em caráter excepcional, para proteção do setor de comunicação em virtude dos impactos do Covid-19 na economia.

“Precisamos urgentemente de medidas para preservação do setor da comunicação não apenas enquanto setor, mas também sob a óptica de seu papel para manutenção da confiança dos mercados, expansão dos setores e recuperação de toda economia e conjunto do PIB”, diz o documento.

Assinam o texto a Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap); Federação Nacional das Agências de Propaganda (Fenapro); Associação Brasileira dos Agentes Digitais (Abradi); Associação dos Profissionais de Propaganda (APP); Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais (Apro); Associação Brasileira das Produtoras de Fonogramas Publicitários (Aprosom); Associação de Marketing Promocional (Ampro); e Associação Brasileira de Propaganda (ABP). A Confederação Nacional da Comunicação Social (CNCOM) também apoia as medidas. A carta foi encaminhada à Presidência da República, ao Ministério da Economia, à Secom-PR, à Câmara dos Deputados e ao Senado Federal.

“A publicidade exerce um serviço essencial de comunicar as medidas de saúde e também de conectar as marcas e empresas com os cidadãos de maneira transparente. Precisaremos preservar o nosso maior ativo, que é o capital humano. Nossa atividade será vital na retomada da economia”, diz Mario D´Andrea, presidente nacional da Abap.

Para Enio Vergueiro “a preocupação da APP em qualquer acontecimento de impacto econômico é pela preservação, o máximo possível, dos postos de trabalho da indústria da propaganda”.

“Em um momento de crise, as entidades precisam se unir e mostrar a importância do nosso setor, fazendo de tudo para que o impacto seja o menor possível”, diz Bruno Dreux, presidente da ABP.

“A grande maioria dos anunciantes e clientes das agências se viram impossibilitados em continuar investindo no estímulo a vendas pois, simplesmente, estão sem ter para quem vender. Essa grande retração traz um desafio ainda maior para todos nós, que já estávamos na busca dos caminhos de recuperação de uma crise que dura cinco anos”, diz Daniel Queiroz, presidente da Fenapro.

Na semana passada, os segmentos da publicidade e comunicação já tinham se mobilizado para mitigar as perdas do setor.

“Estamos totalmente engajados às ações que possam minimizar o enorme impacto da crise no mercado de Live Marketing. É hora de juntar forças e atuar lado a lado com o universo da comunicação”, diz Alexis Pagliarini, presidente da Ampro. O presidente da Abradi, Marcelo Sousa, também destaca que “os agentes digitais precisam encontrar formas de flexibilizar a contratação e o pagamento de seus serviços”.

Para o presidente da Confederação Nacional de Comunicação Social (CNCOM), Glaucio Binder, uma publicidade forte viabiliza uma imprensa democrática. “Toda economia precisa de ajuda. A publicidade também. É uma indústria que impulsiona todas as outras.”

A Apro destaca que com as produtoras impossibilitadas de realizar filmagens, foram impactados diretamente a renda de inúmeros profissionais autônomos. “Formamos uma cadeia produtiva pulsante, de acordo com dados da FDC – a indústria do audiovisual gerou 98,7 mil empregos formais e 107,6 mil informais, representa 0,5% do PIB do país, movimenta R\$ 25,49 Bilhões. Por isso, nos unimos por uma causa única: manter a saúde financeira das nossas empresas, para que sigam firmes contribuindo com a economia brasileira, gerando empregos e divisas ao nosso país”, diz Marianna Souza, presidente da Apro.

Segundo Pedro Turra, presidente da Aprosom, “estamos vivendo tempos difíceis no mercado criativo e audiovisual, empresas fechando as portas, reduzindo pessoal, todos em suas casas, mas estamos segurando para não chegarmos em um caos, e por isso necessitamos aprovação destas medidas para que assim possamos continuar com nossas equipes e empresas do ramo funcionando”.

Para que as empresas possam manter suas atividades e o máximo de empregos possíveis, as entidades requerem:

- 1) Disponibilização de linhas de crédito de longo prazo, especialmente do BNDES, para capital de giro das empresas, sem juros e com carência de 24 (vinte e quatro) meses para o restabelecimento as atividades normais da indústria da comunicação;
- 2) Desoneração de folha de pagamento para os empregados com isenção do recolhimento de INSS e FGTS referente às competências março, abril, maio, junho, julho e agosto de 2020;
- 3) Isenção do recolhimento de impostos federais aplicáveis ao mercado de propaganda, referente às competências março, abril, maio, junho, julho e agosto de 2020; (notadamente SIMPLES NACIONAL, IR, CSLL, PIS, COFINS);
- 4) Suspensão dos pagamentos dos mensais das estimativas, para as empresas sujeitas ao regime de Lucro Real referente às competências março, abril, maio, junho, julho e agosto de 2020;
- 5) Possibilidade de férias coletivas de 60 (sessenta) dias, para os empregados que optarem, havendo isenção do INSS, tanto da parte do empregador, como do empregado;
- 6) Possibilidade de implementação do art. 2º da lei 4923/65 (redução da jornada de trabalho ou número de dias trabalhados) por falta de recursos financeiros, para empresas que apresentem uma queda superior a 25% (vinte e cinco por cento) de sua receita, aplicando-se imediatamente redução proporcional dos salários dos empregados em até 25% (consoante o disposto no art. 503 da CLT), sem que haja a necessidade de prévio acordo com as entidades sindicais representativas dos seus empregados;
- 7) Disponibilidade financeira para todos os contratos públicos zerarem os valores pendentes de pagamento dos Restos a Pagar e das campanhas realizadas em 2020;

8) Suspensão dos vencimentos das parcelas do Refis, Programa de Recuperação Fiscal por 24 (vinte e quatro) meses, bem como instituir a carência de 180 dias para o pagamento da primeira parcela de novos financiamentos firmados.

<https://propmark.com.br/novo-coronavirus/juntas-entidades-pedem-auxilio-ao-governo/>