

MERCADO DE PUBLICIDADE MODERNIZA NORMAS DO CENP

O Conselho Superior do CENP, com presença de representantes de todas as suas entidades fundadoras, aprovou em reunião realizada hoje atualizações e complementos às Normas-Padrão da Atividade Publicitária, especialmente quanto ao Anexo B, que recebeu adendo, e ao Anexo A, que trata dos Compromissos com Serviços de Informações de Mídia (Pesquisa). “Em sua essência, estas e outras iniciativas reafirmam as virtudes do Modelo Brasileiro de Publicidade”, diz Caio Barsotti, presidente do CENP.

No Anexo A, a mudança mais significativa é a adoção da receita de mídia anual para efeitos de certificação e enquadramento técnico das agências. “O Conselho Superior considerou este indicador como mais preciso para definir o elenco mínimo de recursos técnicos de serviços de informações de mídia, considerando suas dimensões, abrangência de atuação e carteira de clientes”, explica Caio. Até então, o indicador usado era a receita operacional bruta da agência, envolvendo, além da receita de mídia, aquelas referentes a outros serviços prestados aos clientes. Agências dos grupos menores seguem tendo acesso gratuito ao Banco de Informações de Mídia.

O Anexo B, por sua vez, estabelece novas faixas de investimento de mídia em veículos aderentes às Normas-Padrão e respectivos percentuais passíveis de retorno do desconto-padrão de agência em favor dos anunciantes. “As novas referências tornam mais transparente e flexível o relacionamento entre anunciantes e agências, promovendo o compliance às Normas-Padrão e leis federais”, diz Caio.

A íntegra das Normas-Padrão, já com a nova redação dos Anexos A e B, pode ser conhecida no site do CENP: <https://www.cenp.com.br/>

Definição de veículos

O Conselho Superior com base na lei 4680/65 aprovou a Resolução 01/2019, que declara e reconhece como veículos de divulgação/comunicação, para os efeitos da legislação de regência, “todo e qualquer ente jurídico individual que tenha auferido receitas decorrentes da sua capacidade de transmissão de mensagens de publicidade”. A Resolução define os seguintes meios/categorias:

- Cinema
- Internet-busca
- Internet-social
- Internet-vídeo
- Internet-áudio
- Internet display e outros

- Jornal
- Revista
- Televisão por assinatura
- OOH/mídia exterior
- Rádio
- Televisão aberta.

“Com esta Resolução, o CENP poderá esclarecer, se questionado, se determinada empresa é ou não veículo de divulgação nos termos da lei 4680/65”, explica Caio.

Convênio com o Governo Paulista

Foi referendado pelo Conselho Superior acordo solicitado pelo Governo do Estado de São Paulo com o CENP, sobre publicidade de utilidade pública em suas diferentes faces, nos mesmos moldes do convênio já firmado com o Governo Federal.

Concorrência privada

Foi aprovado também documento reunindo recomendações de melhor prática para concorrências privadas, com definições sobre os convites às agências, número de participantes, forma de remuneração das agências desde esta fase e o tratamento dado aos materiais apresentados, entre outras.

Grupo de Acompanhamento

Em razão da acelerada dinâmica de transformações em vários setores da economia, foi criado um Grupo de Acompanhamento de Mercado, que se reunirá sempre que for demandado pelo Conselho Superior ou pela diretoria do CENP.

Nova Associada Institucional

O Conselho Superior acolheu ainda a Associação Brasileira de Marketing e Negócios – ABMN na qualidade de Entidade Associada ao CENP, juntando-se ao IAB, ABOOH e Fenapex. Agora são 21 o total de entidades institucionalmente ligadas ao CENP.