

Veja nesta e nas páginas seguintes alguns dos momentos marcantes da história do CENP e da autorregulação comercial da atividade publicitária

06/1997

O governo federal desregulamenta a atividade publicitária, alterando o Decreto 57.690/66, que regulamentava a Lei nº 4.680/65, balizadora do mercado publicitário.

10/1997

Petrônio Corrêa é escolhido como coordenador dos encontros de representantes legitimados de anunciantes, agências e veículos nas reuniões de discussão que resultariam na elaboração das novas Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

1997

07/1997

Reunião na sede da APP Brasil, Associação dos Profissionais de Propaganda, mostra a necessidade de criação de uma entidade que reúna anunciantes, agências e veículos, com o propósito de qualificar as relações comerciais entre as partes envolvidas na atividade publicitária.

05/1998

Aprovado primeiro anteprojeto das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, submetido antes ao Comitê Executivo formado por presidentes de entidades nacionais representativas dos principais agentes da publicidade brasileira.

1998

16/12/1998

Cerimônia oficial de aprovação das Normas-Padrão da Atividade Publicitária e de assinatura da ata de fundação do Conselho Executivo das Normas-Padrão, prestigiada por todas as lideranças do mercado publicitário. Petrônio é escolhido como primeiro presidente da entidade.

01 a 03/1999

É o tempo da preparação de documentos legais e normas internas para início das atividades da entidade em criação.

1999

O CENP, já constituído, cria comissões de apoio e define a sua forma de atuar. As entidades fundadoras reafirmam o compromisso com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária e o apoio ao CENP. Tem início o processo de certificação de agências.

07/04/1999

Primeira reunião da direção provisória da nova entidade, ainda na sede da APP.

29/07/1999

Concedido o primeiro Certificado de Qualificação Técnica a uma agência de publicidade, com sede em Manaus.

1999

2000

09/2000

O CENP abre o diálogo com as entidades regionais, promovendo as Normas-Padrão, defendendo a liberdade de mercado e as melhores práticas comerciais.

22/11/2000

A criação do CENP e o acordo de autorregulação foram considerados institutos corretos pelo CADE, tendo sido as Normas-Padrão aprovadas e considerada a legalidade, em tese, de suas regras.

2000

Tem início o sistema de diligências de verificação das condições técnicas das agências e das relações com anunciantes e veículos. São visitadas agências dos Grupos I, II, III, as de maior volume de atendimento a clientes e, por consequência, de intermediação de publicidade.

2001

12/2001

Início do processo de qualificação técnica de mídia, com o acordo com as principais instituições de pesquisa – Ibope, Ipsos-Marplan e IVC -, ampliando o acesso, inclusive das médias e pequenas agências aos estudos de mídia, o que assegurou mais igualdade de oferta de serviços pelas agências certificadas pelo CENP.

2002

É viabilizado o acesso gratuito à pesquisa de mídia com a criação de um Banco de Informações de Mídia para consulta, via internet, pelas agências dos Grupos VI e VII. O Banco de Informações de Mídia foi possível por acordo com Ibope, Ipsos-Marplan e IVC e apoio do Grupo de Mídia São Paulo.

50 grandes agências, em cinco estados, e 160 médias e pequenas agências, em oito estados, recebem diligências técnicas de verificação do CENP

5/2002

Acordo firmado pelo governo federal com o CENP para que as ações da publicidade oficial fossem classificadas, conforme seu conteúdo, em institucional, comercial e de utilidade pública, com recomendação de prática pelos veículos de valores especiais para as mensagens de utilidade pública.

12/2002

O poder público federal, por meio do Decreto nº 4.563/02, que altera o regulamento aprovado pelo Decreto nº 57.690/66, para a execução da Lei nº 4.680/65, **reconhece** dispositivos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária como sendo **referência** para a contratação de serviços publicitários.

• Instalação do Conselho de Ética da entidade, com diligências nas agências e intauração de procedimentos recomendando o cumprimento de normas legais que regem a atividade publicitária. Por meio dele, o CENP constata a boa adesão do mercado às Normas-Padrão.

2003

2004

Lançada a CENP EM REVISTA, com tiragem de 10 mil exemplares auditados pelo IVC.

Adesão do governo do Estado de São Paulo ao acordo sobre publicidade de utilidade pública firmado com o governo federal em 2002.

2005

Implantação do projeto de treinamento de profissionais de mídia para melhor aproveitamento das informações contidas no Banco de Informações de Mídia.

Treinamentos acontecem em 20 cidades com participação de 1.200 profissionais.

Continuidade do projeto em mais 18 cidades. Treinamento atinge a marca de 2.500 profissionais capacitados.

2006

O CENP passou a certificar tecnicamente, para efeitos exclusivos da atividade publicitária, agências especializadas em promoção e marketing direto.

Criado o programa de visitas regulares a agências e veículos. O objetivo é conhecer os mercados e estabelecer um diálogo permanente.

2007

500 agências em 36 mercados nas cinco regiões brasileiras receberam diligências técnicas de verificação do CENP.

8/2007

O CENP participou da primeira audiência pública do TCU para discutir matéria em análise naquela Corte de Contas e que resultou na revisão de acórdão sobre o modelo de publicidade praticado no Brasil, cuja decisão, após a sanção da Lei nº 12.232/10, pacificou o entendimento quanto à legalidade da forma de contratar sob o que rege a Lei nº 4.680/65.

2007

A aproximação com o mercado continua: visitadas 206 agências, 83 veículos e 29 entidades em 48 cidades.

2008

12/2008

Início do desenvolvimento do Acordo de Serviços de Mídia Brasil pelo Grupo de Trabalho de Mídia, GTM, que visa ao aprimoramento técnico do instrumental de serviços de mídia disponíveis no país.



01/12/2008

CENP comemora 10 anos e reafirma o acordo histórico que consolidou as bases de desenvolvimento da propaganda brasileira.

2008

01/2009

Inicia-se o processo de sucessão no CENP. Caio Barsotti junta-se à equipe da entidade como vice-presidente institucional, acompanhando Petrônio Corrêa em todas as suas atividades.

2009

10/11/2009

Petrônio Corrêa, por iniciativa própria, deixa a presidência, sendo escolhido para sucedê-lo, Caio Barsotti. É criado o Conselho Consultivo, do qual Petrônio passa a fazer parte e presidir.

2010

04/2010

É sancionada Lei nº 12.232, que trata da contratação dos serviços de publicidade pela administração pública e, em seu artigo 4º, reconhece o CENP como entidade certificadora técnica de agências de publicidade.

08/2010

Por decisão do Conselho Executivo é instituída a Comissão de Pesquisa, de existência transitória, com o objetivo de indicar medidas e meios de qualificação dos serviços de informações de mídia.

11/2010

A categoria “Agência Especializada” passa a incluir as de Mídia Interativa, com as mesmas especificações exigidas das demais agências.

12/2010

Normas-Padrão são ajustadas à luz da Lei Federal nº 12.232/10.

2011

03/2011

É iniciado o credenciamento de novos estudos de informações de mídia, avaliados a pedido dos fornecedores pela Comissão de Pesquisa, ampliando a oferta daqueles serviços, inclusive regionalmente.

03/2011

CENP EM REVISTA inaugura novo projeto gráfico assinado por José Zaragoza, sócio-diretor da DPZ, gentilmente oferecido ao CENP.

11/2011

A ABDOH associa-se ao CENP em sinal de reconhecimento e apoio às Normas-Padrão. Também aprovada, semanas mais tarde, a Associação Institucional do IAB Brasil.

11/2011

Criado o BUP - Banco Único de Listas de Preço, instituindo o sistema de depósito de lista de preços dos veículos. O depósito permite a comprovação de unicidade e as consultas via web de interessados reconhecidos pelo CENP.

2012

É atualizado o anexo das Normas-Padrão, que trata das obrigações do uso de pesquisas de mídia, redefinindo as recomendações e ampliando o acesso aos serviços de informações de mídia, com base nos pilares técnicos de audiência, investimento e hábito, respeitando o mercado e o porte da agência.

03/2012

Passam a estar disponíveis todas as edições da CENP EM REVISTA no site da entidade.

05/2012

O CENP amplia a forma de credenciamento de entidades/empresas especializadas na verificação de circulação dos veículos impressos, o que reduz custos e facilita a adesão dos veículos ainda não auditados. Em São Paulo, reunião apresenta ao mercado a inovação e o que representa para a valorização da área de mídia.

05/2012

A Comissão de Pesquisa, por decisão do Conselho Executivo, transforma-se em Comitê Técnico de Mídia (CTM), de caráter permanente, com Regimento Interno de funcionamento e é formado por vinte e quatro profissionais de mídia, sendo oito de cada setor: anunciantes, agências de publicidade e de veículos de comunicação.

11/2012

Certificado de qualificação técnica passa a ser concedido exclusivamente à matriz das agências, com validade em todo o território nacional, mantida a exigência de comprovação, quando exigida, de condição técnica local de atendimento.

2012

11/2012

CENP concede credenciamento à primeira empresa de auditoria independente para verificação de circulação de veículos impressos. Estão hoje credenciados 38 fornecedores.

2013

03/2013

Aprovada e publicada a Resolução 01/2013, com o gabarito de pontos e aquisição e uso de pesquisa de mídia pelas agências.

6/2013

Mesa redonda reúne de forma inédita presidentes de Grupos de Mídia de várias localidades. Encontro buscou debater realidades diferentes e iniciativas em benefício da categoria. A matéria encontra-se disponível na edição 35 da CENP EM REVISTA e o vídeo no site.

08/2013

É homologado documento de conceitos e categorias de credenciamento do CTM e incorporado às Normas de credenciamento de Serviços de Mídia.

2013

08/2013

Petrônio Corrêa solicita seu desligamento do Conselho Consultivo durante reunião do Conselho Executivo e recebe salva de palmas em agradecimento e reconhecimento pelo seu empenho desde a criação do CENP.

2013

09/2013

Ampliação do Banco de Informações de Mídia, com novos institutos, oito estudos e vídeos tutoriais que beneficiam aproximadamente 1.600 agências dos Grupos VI e VII, que têm acesso gratuito ao serviço.

10/2013

O conceito de *Compliance* é incorporado às Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

3/12/2013

Reafirmação das Normas-Padrão da Atividade Publicitária em almoço promovido pelo CENP, para comemorar a autorregulação comercial e os 15 anos de fundação da entidade, com a presença das principais lideranças da atividade e dos principais dirigentes das entidades fundadoras e associadas .

09/2013

Registrada a primeira auditoria de circulação de um jornal diário por auditoria independente credenciada, pelo CENP. Jornal e auditoria têm sede na cidade do Recife.

1º/12/2013

Morre Petrônio Corrêa, presidiu o CENP de 1998 a 2009, é considerado principal articulador da autorregulação comercial da publicidade brasileira.

16/12/2013

CENP completa 15 anos.

2014

02/2014

Lançamento do livro *Compliance na Publicidade: Compliance e Proposições Éticas na Autorregulação da Publicidade*.

09/2014

Lançada campanha publicitária sobre “*Compliance na Publicidade*”.

11/2014

A FENAPEX, Federação Nacional da Publicidade Exterior, formaliza associação ao CENP. Adotado o Certificado de Qualificação Técnica Eletrônico.

06/2014

Disponibilizado simulador para que as agências possam, de forma fácil e rápida, planejar quais serviços de informações de mídia melhor atendem seus clientes.

10/2014

Entra no ar, totalmente renovado, o novo site do CENP. Todas edições da CENP em Revista passam a ser disponibilizadas gratuitamente para plataformas digitais como tablets e smartphones.

2015

01/2015

APP Brasil, Associação dos Profissionais de Propaganda, torna-se a primeira entidade de profissionais a aderir formalmente às Normas-Padrão, reafirmando seu histórico compromisso com as melhores práticas de autorregulação.

08/2015

Disponibilizados conteúdos essenciais em inglês e espanhol no site, somando-se a outros documentos já estavam disponíveis há muito tempo.

11/2015

Grupo de Mídia de São Paulo formaliza adesão e compromisso com as Normas-Padrão, associando-se ao CENP.

06/2015

GA – Grupo de Profissionais Atendimento formaliza adesão e compromisso com as Normas-Padrão, associando-se ao CENP.

10/2015

GP – Grupo de Planejamento formaliza adesão e compromisso com as Normas-Padrão, associando-se ao CENP.

11/2015

ARP – Associação Riograndense de Propaganda formaliza adesão e compromisso com as Normas-Padrão, associando-se ao CENP.

2015

11/2015

ABEP – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa firma convênio inédito com o CENP para colaboração técnica ao Comitê Técnico de Mídia do CENP.

● Decisão CADE – O processo administrativo instaurado em 2005 foi arquivado em 18/01/17, em decisão unânime do Tribunal do Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE.

2017