

AJUSTE NO FATURAMENTO

Lei 12.232/2010

Perguntas Frequentes:

1. O que representa e como é estabelecido o desconto-padrão de agência?

O desconto-padrão, segundo o que estabelece o art. 19 da Lei 12.232/10, constitui receita da Agência de Propaganda como remuneração pela concepção, execução e distribuição da propaganda, por ordem e conta de seus clientes, assim como também assegura e estabelece o art. 11 da Lei 4680/65 e tem como parâmetro os preços fixados nas listas divulgadas pelos Veículos de Comunicação.

2. É permitido aos Veículos faturarem o desconto-padrão contra o anunciante?

Não. Segundo expressamente determina o mesmo artigo 19 da Lei 12.232/10, o desconto-padrão constitui receita da agência de publicidade, sendo vedado ao veículo, para quaisquer fins, faturar e contabilizar os valores correspondentes ao desconto-padrão.

3. Onde é indicado o valor de referência do desconto-padrão e qual o procedimento deve ser adotado pela Agência para recebimento desta remuneração?

O valor do desconto-padrão está previsto pelas Normas-Padrão em razão da Lei 4.680/65, e os veículos devem explicitar, em campo próprio de sua nota fiscal/fatura, como referência, o valor do desconto-padrão assegurado à Agência que intermediou a veiculação. Salvo reduções permitidas pelas Normas-Padrão, este valor de referência deve ser faturado pela Agência contra o Cliente-Anunciante para o qual criou a peça publicitária, e, por cuja ordem e conta, encaminhou-a ao veículo de divulgação.

4. Quais são os procedimentos a serem adotados após o anunciante receber as notas fiscais/faturas do Veículo e da Agência?

O Cliente-anunciante pagará as notas fiscais/faturas de veiculação e dos serviços publicitários à Agência e esta, por sua vez, será responsável pelo repasse dos valores pertencentes aos Veículos.

É critério exclusivo do veículo estabelecer, nas relações cliente-agência-veículos casos nos quais a cobrança será feita diretamente pelo veículo, assegurado o direito da Agência à percepção do desconto padrão remuneratório.

Entidades Fundadoras



AJUSTE NO FATURAMENTO
Lei 12.232/2010

5. É possível estabelecer que outra forma de fluxo financeiro entre Cliente-anunciante/Agência/Veículo?

É facultado, excepcionalmente, aos Veículos, Agências e Anunciantes o estabelecimento de formas de relacionamento com previsão de recebimento das notas fiscais/faturas pelos Veículos diretamente dos Anunciantes, desde que respeitadas a legislação tributário- fiscal de regência que proíbe o faturamento do desconto-padrão pelo Veículo, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária e o direito da Agência ao recebimento do desconto-padrão remuneratório.

6. As agências que recebem o desconto-padrão do anunciante por intermédio dos veículos poderão continuar a fazê-lo?

Sim, pois as normas-padrão em seu item 2.4.2 admite essa possibilidade:

2.4.2 Em virtude de prévio e expresse 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”.

7. O anunciante que encaminhar publicidade diretamente aos veículos de divulgação pode se beneficiar do desconto-padrão?

Não. O parágrafo único do art. 11 da lei nº 4.680/65 proíbe a concessão de desconto-padrão a anunciante direto.

8. O CENP é o responsável pelas normas de faturamento dos veículos e das agências?

Não. Os procedimentos relacionados à operação de faturamento da veiculação de publicidade não são inovação do CENP. Trata-se de cumprimento de norma legal. As orientações do CENP estão sendo feitas a pedido das entidades nacionais representativas de Veículos, Agências e Anunciantes, como contribuição para a aplicação de boas práticas comerciais no negócio da publicidade.

9. O ajuste na forma de faturamento, promovida em vista do artigo 19 da Lei 12.232/10, acarreta em mudança na relação entre a Agência e seu Cliente-Anunciante?

Não. O ajuste na forma de faturamento não altera os valores expressos no pedido de inserção (PI) e não impacta no preço da veiculação, posto que o

Entidades Fundadoras



AJUSTE NO FATURAMENTO Lei 12.232/2010

Cliente-Anunciante, quando aprova o PI, responsabiliza-se pelo pagamento integral do Valor Negociado (Valor Faturado + Desconto Padrão de Agência). Ressalte-se, ainda, que o PI tem valor contratual na relação Veículo, Agência e Cliente, vinculando, juridicamente, as partes. Sugere-se que no campo de observações do PI seja incluída a seguinte observação: “Este PI será considerado resolvido por quitação após o pagamento das respectivas faturas com os valores aqui expressos (Valor Faturado mais o Desconto Padrão de Agência), em conformidade com o que determina o art.11, parágrafo único da Lei 4.680/65.”

10. Como os anunciantes do setor privado receberam o novo formato de faturamento dos veículos?

Os textos a seguir foram extraídos do comunicado publicado pela ABA- Associação Brasileira de Anunciantes em www.aba.com.br

- **“Não houve alteração nas Normas-Padrão no que se refere ao Desconto-Padrão de 20% às agências, ou seja, só as agências fullservice titulares da conta continuam recebendo esse valor...”**

- **“O veículo não poderá ficar com esse valor, quando houver a presença na relação de uma agência que se enquadre na definição acima, da mesma forma que o anunciante não poderá se apropriar desse valor...”**

leia a íntegra em

http://www.aba.com.br/noticias/comunicado_ABA_faturamento_veiculo_a_gencia.pdf

11. Nos contratos públicos a Agência também está obrigada emitir Nota Fiscal contra o ente público contratante?

SIM. As relações contábeis fiscais são idênticas para os setores público e privado. Recomenda-se a leitura atenta das obrigações da Agência nos contratos firmados com entes públicos e a consulta a quem contrata sobre a forma de prestação de contas, cumprindo as exigências estabelecidas.

12. Os contratos com entes públicos devem prever a remuneração pelo desconto-padrão? De que forma?

Os editais de licitação, por lei, devem conter a minuta de contrato, no qual deverá constar previsão sobre a remuneração, inclusive a referente ao desconto-padrão. As minutas de contrato da União, que podem ser adotados como paradigma, contam com cláusula específica sobre o desconto-padrão com a seguinte redação:

Entidades Fundadoras



AJUSTE NO FATURAMENTO Lei 12.232/2010

Cláusula..... – Além da remuneração, prevista na Cláusula...., a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência a ser fixado pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65.

13. Quais condutas devem ser adotadas na relação entre agência e cliente-anunciante, visando maior segurança para ambas as partes?

- Contrato escrito ou carta-acordo no qual se estabelece as bases de remuneração, serviços que serão prestados, direito autoral, etc.
- Carta de credenciamento (cliente-anunciante reconhecendo a agência para negociar/autorizar mídia em seu nome) a ser encaminhada aos veículos de comunicação;
- Documento que atesta a compra de mídia (AP, PI, AV, etc) devidamente assinado, indicando: valor negociado, “desconto padrão de agência”, valor faturado e a inclusão da observação (conforme sugerido no FAQ do Canal de Esclarecimento) “Este PI(AP, AV, etc) será considerado resolvido por quitação após o pagamento das respectivas faturas com os valores aqui expressos - Valor Faturado + Desconto Padrão de Agência-, em conformidade com o que determina o art.11, parágrafo único da Lei 4.680/65”.

14. Caso ainda persistam dúvidas sobre este tema onde encontrar mais esclarecimentos?

Diretamente com a entidade a qual sua empresa está associada ou entrar em contato com o Canal de Esclarecimento do CENP, por meio do endereço eletrônico: fat@cenp.com.br ou pelos fones: (11) 2172-2357, 2172-2364, 2172-2383 - de 2ª a 6ª feira das 9h às 18h - horário de Brasília.

Entidades Fundadoras

