

**PROPOSTAS
DO SETOR
PUBLICITÁRIO
BRASILEIRO
PARA OS
PODERES
EXECUTIVO
E LEGISLATIVO**



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

NOSSO IMPACTO NA ECONOMIA E NA SOCIEDADE

“A publicidade contribui para o aumento da atividade econômica, ao estimular o consumo, e para o aumento da produtividade, ao estimular a busca por maior competitividade nos negócios.”

(Deloitte, 2020)

A publicidade é geradora de riqueza para a economia e a sociedade:

cada **R\$ 1,00** investido em publicidade gera um impacto de **R\$ 8,50** no PIB nacional

(Deloitte, 2020)



Investimentos

Em 2022, as agências de publicidade planejaram e investiram verbas de anunciantes de mais de

R\$ 20 bilhões

na compra de espaços publicitários em veículos de comunicação no Brasil

(Cenp-Meios)



Isso coloca a publicidade brasileira na **6ª posição no mundo** em valor de investimentos

(Mídia Dados)

Empregos

O setor emprega cerca de

450 mil

profissionais diretos e indiretos no Brasil

(Deloitte, 2020)



Salários

Os salários somam mais de

R\$ 2,5 bi

(Deloitte, 2020)

NOSSAS CONQUISTAS E REFERÊNCIAS



Há décadas, a publicidade brasileira é reconhecida internacionalmente como uma das 3 maiores potências criativas.

(Gunn Report)



Autorregulamentação

O Conar – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária – é uma referência de sucesso no mundo todo. **Em 40 anos, foram julgados mais de 10 mil casos**, com 100% de acolhimento das decisões por parte de anunciantes, agências e veículos de comunicação.



Autorregulação

Há mais de 20 anos, o Cenp – Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário – é a **referência legal para licitações públicas por meio da Lei nº 12.232**. São mais de 1.150 agências de publicidade brasileiras certificadas pelo Cenp e aptas a participar de licitações públicas para contratação de publicidade.



Compliance

As “Diretrizes de Compliance” da ABAP são reconhecidas por especialistas jurídicos e pelos órgãos de controle como uma peça fundamental para o elevado padrão ético da publicidade brasileira.



Estados e municípios

A publicidade pública é fundamental para estados e municípios de todo o Brasil, e os meios de comunicação regionais são importantes impulsionadores na geração de empregos e no estímulo da economia local.



Talento reconhecido

Só em 2022, agências e profissionais brasileiros receberam

70 troféus

no Festival Cannes Lions na França, a mais importante premiação de criatividade do mundo.



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

NOSSAS PROPOSTAS PARA O EXECUTIVO



1. Promover o máximo de transparência no investimento publicitário do Executivo, fundamental para a prestação de contas aos órgãos fiscalizadores e ao público, que, em última instância, é seu financiador.



2. Avançar os padrões técnicos, de ética e de transparência na remuneração de agências e veículos, produções publicitárias e meios digitais.



3. Seguir a Lei nº 12.232, que rege a forma de contratação dos serviços de publicidade para todos os entes públicos e reforça a transparência e a equidade na relação pública.



4. Aplicar rigorosamente as ferramentas tecnológicas de planejamento e execução de mídia para que as verbas publicitárias públicas voltem a respeitar os princípios técnicos de alcance e frequência, de modo a mensurar audiência e impacto, garantindo lisura na veiculação e eficiência na comunicação.



5. Restabelecer o IAP – Instituto para Acompanhamento da Publicidade. Criado em 1999 e extinto no governo Michel Temer, o IAP reunia os dados de todo o investimento publicitário dos órgãos públicos federais – administração direta e indireta – distribuído nos meios de comunicação espalhados pelo Brasil, incluindo o digital. Essa ferramenta permitia que a SECOM e o mercado tivessem informação precisa em tempo real.



6. Orientar a criação das peças publicitárias do Executivo para que estejam alinhadas com as características da sociedade brasileira em relação a diversidade e inclusão, sem distinção, respeitando a Constituição.



7. Assegurar, pelo conjunto de tópicos acima, que os investimentos publicitários não sejam pautados por orientação política e que não sejam direcionados aos veículos de comunicação com base em suas linhas editoriais.

NOSSAS PROPOSTAS PARA O LEGISLATIVO



1. Restabelecer o diálogo e a realização de consultas técnicas entre as assessorias técnicas do Legislativo e as entidades representativas do setor publicitário, com o intuito de evitar que projetos de lei sejam apresentados sem o conhecimento das regras vigentes do setor, das evidências de pesquisas acadêmicas e de casos em outros países.



2. Manter a Lei nº 12.232, que rege a forma de contratação dos serviços de publicidade para todos os entes públicos e reforça a transparência e a equidade na relação pública.



3. Enquadrar todo o “Sistema S” nas regras de licitação da Lei nº 12.232, proposta já em debate no Tribunal de Contas da União.



4. Enquadrar as plataformas digitais internacionais que atuam no Brasil nas regras e na legislação vigente do país, adotando mecanismos de controle já aplicados pela União Europeia, principalmente no aspecto tributário (PL nº 2.134/2021).

“A publicidade tem forte impacto na sociedade ao apoiar a divulgação de informações relevantes aos consumidores, fomentar a liberdade de imprensa por meio da geração de receita para veículos de comunicação e financiar eventos culturais e esportivos. Além disso, a publicidade comunica valores, promove entretenimento e impulsiona o desenvolvimento humano em saúde e bem-estar.” (Deloitte, 2020)

PARA MAIS DETALHES SOBRE
AS PROPOSTAS, AGENDE UMA
REUNIÃO COM A DIRETORIA
EXECUTIVA DA ABAP:

alexandre.gibotti@abap.com.br
+55.11.996287194



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

ACESSE ESTES
QR CODES E
BAIXE AS
PUBLICAÇÕES:



**Estudo Deloitte
sobre “O Valor
da Publicidade
no Brasil”**



**“Diretrizes
de *Compliance*”
da ABAP**



**Propostas do Setor
Publicitário Brasileiro
para os Poderes
Executivo e Legislativo**

WWW.ABAP.COM.BR