

economia@jb.com.br

Jornal do Brasil | **JB ECONOMIA** | **A19**
Segunda-feira, 3 de maio de 2010

Negócios & Propaganda



Claudia Penteado
negocios.propaganda@jb.com.br

COI prepara briefing

O Comitê Organizador dos Jogos Rio 2016 passará, no dia 11 de maio, o briefing inicial do programa da marca dos Jogos Olímpicos Rio 2016 para as agências inscritas no processo de seleção. O evento será no Centro de Convenções Bolsa do Rio, de 9h às 18h. Na primeira parte, os três níveis de governo (Federal, Estadual e Municipal) explicarão a importância do Rio 2016 para a cidade, o estado e o país. Também serão apresentados temas como olimpismo e valores olímpicos, força da marca olímpica, entre outros. A segunda parte do evento terá uma apresentação sobre história e programa de design nos Jogos Olímpicos.

A Fenapro recomenda

A Federação Nacional das Agências de Propaganda enviou, na semana passada, uma carta de recomendação a todos os Sindicatos a ela filiados alertando quanto aos materiais publicitários que tomam a Copa ou a Seleção Brasileira como referencial criativo, para anunciantes não patrocinadores do evento ou da Seleção. A intenção é evitar o chamado "marketing de emboscada".

Diz o comunicado: "Os anúncios que implicam em afrontas, estão sendo analisados em seu conjunto." A Fenapro vem prestando assessoria jurídica a quem tiver dúvidas.

A Play It Again carioca

A Play it Again, produtora de som paulista comandada por Tula Minassian, chega ao Rio por meio de uma associação com o estúdio Casa do Mato. A intenção é atender o mercado publicitário e também focar na produção de trilhas para o cinema, por meio da Play RK30, núcleo voltado à produção sonora de entretenimento, comandado por Bia Ambrogi, com foco em longas e curtas, documentários, eventos e programas de TV.

Propaganda celebra vitória

Na última quinta-feira o presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, sancionou a nova Lei das Licitações - de número 12.232 de 29/04/2010 - que visa regulamentar as concorrências públicas para a seleção de agências de publicidade em todas as esferas do poder público (Federal, Estadual e Municipal). O PL 197 que virou lei é de autoria do deputado federal José Eduardo Cardozo (PT-SP) e estabelece um sistema de licitação que busca reduzir as interferências políticas nas licitações, privilegia as melhores práticas e representa fim das cartas marcadas e dos pregões que visam os menores preços em detrimento da parte técnica. A lei sancionada foi amplamente debatida e aprovada por unanimidade em quatro

comissões da Câmara Federal e duas do Senado Federal. A sanção foi publicada no Diário Oficial da última sexta-feira e amplamente comemorada por todo o mercado.

- É uma das maiores vitórias da propaganda brasileira dos últimos tempos. A garantia de nossa sobrevivência. A lei torna a contratação dos serviços de publicidade pelas diversas esferas do poder público mais transparente e institucionaliza o Cenp como órgão certificador do setor. - comemora Clóvis Speroni, presidente do capítulo carioca da Associação Brasileira de Agências de Publicidade, que acompanhou ativamente o desenvolvimento do processo.

De fato, a nova lei reconhece o Conselho Executivo das Normas-Padrão (Cenp) co-

mo parâmetro para a relação dos órgãos públicos com as agências, além da concessão de benefícios dos veículos às agências.

- A nova lei dá maior transparência para o trabalho das agências junto ao Governo, fortalece em muito o Cenp e inclui práticas importantes nas concorrências públicas. Foi uma conquista importantíssima para o mercado publicitário brasileiro - conclui Gustavo Oliveira, diretor da Abap-Rio.

A partir de agora, a prática de pregão para contratar agência de publicidade fica proibida. As duas únicas modalidades de licitação aceitas são "melhor técnica" ou "técnica e preço". Isso torna o processo mais simples, racional e econômico.

Alguns dos itens importantes da Lei:

- Só poderão ser contratadas agências de publicidade cujas atividades estejam descritas na Lei 4.680/65, que regulamenta a atividade publicitária, e certificadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (Cenp).

- Fica definitivamente consagrado o modelo conhecido como full service de agências de propaganda.

- Não será mais aceito o pregão em nenhuma instância do

poder público para contratação de agências de publicidade.

- Julgará as propostas técnicas uma subcomissão técnica composta por, no mínimo, três membros formados em comunicação, publicidade ou marketing, um terço deles sem qualquer vínculo funcional ou contratual com o órgão responsável pela licitação.

- A entrega das propostas impedirá que qualquer enve-

lope contenha algum tipo de identificação.

- Haverá transparência na prestação dos serviços e as informações sobre valores pagos pela publicidade serão divulgadas em site próprio, disponível a qualquer pessoa.

- Estão legitimados os programas de incentivo instituídos pelos veículos de comunicação, reconhecendo que o resultado deles constitui receita própria da agência.

Exposição homenageia fundador da Casa da Criação

>> **GIAN CALVI** - Está no Centro Cultural dos Correios até o dia 23 de maio a exposição *Gian Calvi 50 anos - Vendo as coisas de outro jeito*, do fundador da agência Casa da Criação. A expo faz uma viagem no tempo e mostra a evolução da filatelia no Brasil. Durante a década de 70, como consultor artístico e designer da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (Correios), Calvi participou da revitalização da produção de selos, carimbos e fascículos.



>> Mix

CONQUISTA - Após um processo de concorrência que envolveu três agências, o Metrô Rio escolheu a Binder Visão Estratégica para criar sua nova campanha de posicionamento.

LIVRO 1 - Nesta quinta, a partir das 19h, Adilson Xavier, CEO da Giovanni+DraftFCB, lança seu primeiro romance, *E. O Atirador de Idéias*, na Livraria da Travessa, no Shopping Leblon.

LIVRO 2 - *Felicidade, o Deus nosso de cada dia - como, quando e onde encontrá-Lo* é o oitavo livro do Alfredo Assumpção, CEO & sócio-fundador da Fesa e Chairman & sócio-fundador da Asap, que será lançado quarta, na Saraiva do Rio Sul.

PROMOÇÃO - O Shopping da Gávea lança sua campanha publicitária de Dia das Mães com veiculação em mídia impressa, TV e rádio, anunciando o concurso cultural que levará uma cliente a Miami, com acompanhante. A promoção tem apoio da American Airlines e do JWMarriot.

DESAFIO - A Marketing Vision realizou uma ação promocional com a ESPM para divulgar entre estudantes a abertura das inscrições para o desafio Global Challenge 2010. Mais sobre o desafio em:

www.vaiencarar.net.br/

TED - A Pândega assina a cenografia do TEDxSudeste (Tecnologia, Entretenimento, Design), que acontece dia 8, no Planetário.

SHOPPING - O São Gonçalo Shopping investiu R\$ 270 mil no Dia das Mães e espera um crescimento de 18% nas vendas e um fluxo de 420 mil pessoas somente na semana que antecede a data.

PALESTRA - Gaetano Lops, diretor da Rio360, participa do Marketing Mix, quarta-feira, às 19h, na ESPM Jr. Informações: www.espm.br.

Esta coluna é uma realização da ABAP-Rio (Associação Brasileira de Agências de Publicidade - capítulo Rio - www.abap-rio.com.br)