



CPMCS

Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social

**Incentivos Fiscais
ao
Investimento Publicitário**

**Proposta da CPMCS
ao
Governo Português**

Lisboa, 12 de Março de 2009



www.cpmcs.pt

Avenida do Brasil, nº1 . 5º
1749 - 008 Lisboa
T . 21 792 3736
F . 21 792 3851
geral@cpmcs.pt



CPMCS
Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social

Importância Económica da Indústria da Comunicação Social

- Representa cerca de 4 mil milhões de euros de volume de negócios,
- Abrange mais de 17 mil empresas;
- Responsável por mais de 50 mil postos de trabalho.

Investimento Publicitário – Situação

- Já em 2008, o investimento publicitário não conseguiu sequer atingir os valores alcançados no ano 2000, sendo inferior, a preços constantes, em 126 milhões de euros;
- Para 2009, as melhores previsões parecem apontar para uma queda de, pelo menos, 8,2% em relação a 2008;
- Saliente-se que já em Janeiro de 2009, esta previsão anual foi largamente ultrapassada na medida em que a Rádio, a Imprensa, o Cinema e a Televisão registaram quebras de receitas publicitárias de 32,5%, 21,38%, 20,79% e 17,45%, respectivamente;
- Numa recente sondagem realizada pela Sonda Central de Informação/Meios e Publicidade junto do sector da Comunicação Social, 98% dos inquiridos consideraram que 2009 será um ano Pior/Muito Pior que 2008.



www.cpmcs.pt

Avenida do Brasil, nº1 . 5º
1749 - 008 Lisboa
T . 21 792 3736
F . 21 792 3851
geral@cpmcs.pt



CPMCS
Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social

Algumas razões para incentivar o investimento publicitário

- 1) O desaparecimento de diferentes Órgãos de Comunicação Social empobrece o regime democrático e pode afectar de forma significativa o Pluralismo e a Liberdade de Expressão.
- 2) É motor de desenvolvimento da economia nacional, sendo um dos instrumentos mais eficazes para a retoma do crescimento económico, através do seu impacto muito positivo no estímulo do consumo.
- 3) Representa um estímulo fundamental para se criar um clima de confiança.
- 4) Contribui fortemente para o crescimento da competitividade e a inovação.
- 5) Pode ser um importante instrumento da política macroeconómica, a par do investimento público anunciado pelo Governo e de outras ajudas já concedidas.
- 6) O incentivo ao consumo, através da publicidade, vem garantir muitos postos de trabalho, de forma directa e indirecta.



www.cpmcs.pt

Avenida do Brasil, nº1 . 5º
1749 - 008 Lisboa
T . 21 792 3736
F . 21 792 3851
geral@cpmcs.pt



CPMCS
Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social

Incentivos Fiscais ao Investimento Publicitário

1. O Governo, a Administração Pública e o Sector Empresarial do Estado comprometem-se a aumentar o seu investimento publicitário em 2009, 2010 e 2011, de modo significativo, estimulando o crescimento do sector e da economia nacional como um todo.

Considera-se que o Estado Português, quer por ser um dos maiores investidores publicitários, quer ainda pela importância para a economia nacional atribuída ao sector da comunicação social, deve dar o exemplo.

2. Criação de um Incentivo especial, e temporário, às empresas que aumentem, mantenham ou iniciem, o seu investimento publicitário.

O incentivo referido será implementado através de uma bolsa fiscal em que o benefício se traduz no valor de 50% a deduzir anualmente à matéria colectável do Exercício, encontrado entre o investimento realizado em 2009, 2010 e 2011 e o do ano imediatamente anterior, na rubrica Promoção e Publicidade (POC 622); ou de 25%, a deduzir à matéria colectável do Exercício, tomando também por base a rubrica Promoção e Publicidade (POC 622), para as empresas que em 2009, 2010 e 2011 mantenham o investimento publicitário, apurado no exercício anterior.



www.cpmcs.pt

Avenida do Brasil, nº1 . 5º
1749 - 008 Lisboa
T . 21 792 3736
F . 21 792 3851
geral@cpmcs.pt

O mesmo incentivo, no valor de 25%, será também aplicado, em termos idênticos, às empresas que iniciem ou retomem investimentos publicitários nos exercícios de 2009, 2010 e 2011.

3. Outras medidas a definir, através de acordo entre a CPMCS e o Governo.

A Direcção