



WHEXT. WHAT'S NEXT? TUDO SOBRE PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA ATÉ QUE TUDO MUDE.

22 e 23 de Maio – Centro Brasileiro Britânico

APRO DIVULGA ESTUDO SOBRE PRAZOS DE PAGAMENTO

- . Pesquisa feita junto a 200 empresas, entre produtoras de publicidade, agências e anunciantes, mostra que um mercado saudável requer prazos menos dilatados para pagamento de produções publicitárias;*
- . Empresas chegam a receber após 90 dias depois da aprovação dos orçamentos e conclusão dos projetos.*

São Paulo, 23 de maio de 2017 – Estudo feito pela Global Trevo Consultoria para a **APRO – Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais**, traz detalhes sobre um sério problema que as produtoras vêm enfrentando nos últimos tempos: os longos prazos de pagamento por parte dos clientes. Isso tem levado muitas delas a se endividarem para arcar com seus custos operacionais e com fornecedores. O levantamento foi apresentado em painel durante o **WHEXT**, festival da **APRO**, junto a sua plataforma de internacionalização **FilmBrazil**, em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – **Apex-Brasil**.

A pesquisa “Estudo de impactos de prazos de pagamento no setor de produção audiovisual”, feita entre dezembro de 2016 e fevereiro de 2017, em todo o Brasil, ouviu 100 dirigentes de produtoras audiovisuais e 100 contratantes. Apresentado em painel pelo presidente do conselho da **APRO**, Paulo Roberto Schmidt, o levantamento mostra que, por conta deste descompasso entre prazos, as produtoras muitas vezes se vêem obrigadas a recusar trabalhos e a não participar de concorrências, sob o risco de ter de financiar seu próprio contratante.

“Vimos pelo estudo a comprovação de algo que já estávamos sentindo no nosso dia dia. Muitos clientes atrasam os pagamentos de forma constante como prática de fluxo

de caixa, onerando e penalizado a produtora que necessita pagar seus custos, fornecedores e funcionários à vista, enquanto pode levar meses para receber pelo serviço prestado e entregue”, afirma Paulo R. Schmidt. A grande maioria das produtoras entrevistadas pela Global Trevo, 71% dos pesquisados, afirmou que os prazos de pagamento aumentaram muito no último ano.

De acordo com Schmidt, a prática lesiva às produtoras trouxe à tona um lado ainda mais perverso da crise que afligiu os mercados especialmente no último ano. “A partir de agora, com toda a expectativa de retomada do mercado no segundo semestre, esperamos que também essa prática que se tornou comum seja descontinuada. Caso contrário, estaremos sob risco de não sairmos da situação negativa colocada na crise e não nos beneficiarmos de um movimento que certamente tende a garantir a retomada em todo o segmento da comunicação publicitária”, complementa o presidente do Conselho da **APRO**.

A expectativa, ainda de acordo com Schmidt, é que a melhora do mercado também seja acompanhada de uma diminuição de prazos médios. O estudo aponta que a consequência imediata da redução deste intervalo é um impacto positivo significativo para as produtoras, formando um círculo virtuoso para que as estas empresas possam deslocar suas energias e gestão para a produção mais eficiente e com melhor qualidade das obras publicitárias tão importantes para a comunicação das marcas, havendo um aumento de concorrência e, conseqüentemente, diminuição de preços praticados e incentivo a novos profissionais no setor.

Para se ter uma ideia de como a questão dos prazos de pagamento é lesiva à empresa e pode comprometer a saúde financeira das produtoras, 61% das produtoras pesquisadas recusaram algum trabalho recentemente por esse motivo. Segundo o estudo, mais da metade das produtoras trabalha com prazos superiores a 45 dias.

Por se tratarem também do elo mais fraco da relação com o cliente, cerca de 21% das produtoras afirmaram já ter sofrido alguma retaliação por recusar algum tipo de trabalho, sendo que todas ficaram sem participar de orçamentos e concorrências durante algum período

O **WHEXT** acontece ao longo dos dias 22 e 23 de maio, no espaço de exposições do Centro Britânico, em São Paulo (Pinheiros). Além das palestras, mesas de debates e espaços de networking, o festival conta com as Oficinas de Produção, trazendo questões normativas e operacionais que integram o **IV Fórum da Produção Publicitária** (mais em www.whext.com.br).

A marca **WHEXT** foi criada pela Tátil Design e toda comunicação do festival e **IV Fórum da Produção Publicitária** foi desenvolvida pela equipe da agência de publicidade Dentsu Brasil. O **WHEXT** tem patrocínio dos Correios e apoio de mídia do Meio&Mensagem e da Elemídia.

Sobre a FilmBrazil

Desenvolvida desde 2003 pela Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais – **APRO**, a plataforma **FilmBrazil** conta, desde 2005, com a parceria da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – **Apex-Brasil**. Seus principais objetivos são promover as produtoras e talentos brasileiros no exterior, fortalecendo a imagem do nosso país no mercado externo e proporcionar aos parceiros internacionais todo o suporte necessário para a produção de filmes publicitários no Brasil. Atualmente, conta com 54 associados, grupo formado por produtoras de imagem, som e finalizadas.

Sobre a Apex-Brasil

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – **Apex-Brasil** tem a missão de incentivar as exportações de produtos e serviços brasileiros, contribuindo para a internacionalização das empresas do País, reforçando a imagem nacional no exterior e aumentando a atração de investimentos estrangeiros.

Mais informações:

Ediane Parente – Gerência de Comunicação e Marketing APRO (Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais)

E-mail:

ediane@apro.org.br

comunicacao@apro.org.br

Fone: 11 3089-9605

Cel. 11 98593-6887