# Câmara Municipal de Cascavel
ESTADO DO PARANÁ

SUBSTITUTIVO Nº 1 , AO PROJETO DE LEI Nº 28, DE 2024.
(Proponente: Vereador Dr. Lauri /MDB)

CÂMARA MUNICIPAL DE CASCAVEL
15/04/24
Mazutti
Vereador - 1º Secretário

Autoriza o Poder Executivo a celebrar contratos de cessão onerosa de direito à incorporação de publicidade ao nome de equipamentos públicos municipais na cidade de Cascavel ("Naming Rights")

CÂMARA MUNICIPAL DE CASCAVEL
Recebido em 15/04/24
Protocolo

A Câmara Municipal de Cascavel, Estado do Paraná, aprova:

**Art. 1º** Fica o Poder Executivo autorizado a celebrar contratos de cessão onerosa de direito ("Naming Rights") com a iniciativa privada, para a incorporação de publicidade ao nome de equipamentos públicos municipais, desde que cumpridos os requisitos previstos nesta Lei.

**Art. 2º** O contrato de cessão onerosa de direito à incorporação de publicidade ao nome será precedido de procedimento licitatório e edital para seleção dos interessados, mediante critérios previamente estabelecidos pelo Poder Executivo Municipal, observadas as normativas municipais, estaduais e federais que versem sobre contratações públicas.

§ 1º Poderão participar do procedimento licitatório, as empresas em dia com a legislação federal, estadual e municipal, isoladamente ou em consórcio.

§ 2º As cessões onerosas de direito à incorporação de publicidade ao nome de equipamentos públicos municipais terão obrigatoriamente prazo determinado de duração a ser definido em edital.

**Art. 3º** O contrato deverá prever contrapartida pela associação de publicidade, através da utilização da marca da pessoa jurídica pertencente à iniciativa privada, na forma de pagamento mensal ou anual em pecúnia ao município.

**Parágrafo Único.** Desde que previstas em edital, a realização de benfeitorias, promoção de atividades de interesse coletivo, incentivos da ação e dos participantes pertencentes ao equipamento parceiro, bem como outras ações de interesse público, poderão ensejar desconto no valor anualmente devido pela cessionária.

**Art. 4º** A cessionária incluirá na placa de anúncio indicativo, presente nas testadas dos equipamentos públicos, sua marca após o nome do equipamento.

§ 1º Para a inclusão da marca nas placas de anúncio indicativo do imóvel, a cessionária deverá cumprir as regras presentes na Lei nº 6.584/2016 que dispõe a respeito do ordenamento para instalação e veiculação da propaganda e publicidade no município de Cascavel, bem como garantir a manutenção das placas durante a vigência contratual.

§ 2º A responsabilidade pelos custos relacionados à troca das placas de anúncio indicativo será sempre da cessionária.

CONFERIDO
DIRETORIA LEGISLATIVA

**Art. 5°** O Poder Executivo regulamentará a presente Lei, no que couber e for necessário para sua efetiva aplicação.

**Art. 6°** Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Palácio José Neves Formighieri, 72° aniversário de Cascavel.
Cascavel, 12 de abril de 2024.

**Dr. Lauri**
Vereador/MDB

Justificação,

O conceito de Naming Rights é definido como o direito de nomear um bem, evento ou atividade. Essa cessão onerosa é um modelo já bastante difundido mundo afora, mas pouco explorado pelo poder público brasileiro. Enquanto empresas e marcas vêm fazendo uso desse modelo de maneira natural em arenas que recebem jogos esportivos e shows musicais, por exemplo, a Prefeitura de Cascavel ainda não explora essa oportunidade alternativa de geração de receita.

Trata-se de uma oportunidade com aderência de interesse nos dias de hoje para que ambas as partes, poder público e iniciativa privada, atinjam seus objetivos finais. Pensando nos benefícios para a municipalidade, a partir do momento em que há uma nomeação disciplinada de determinado equipamento público com a possibilidade de investimento de recursos privados, haverá melhoria na infraestrutura oferecida aos usuários, intensificação do uso dos equipamentos pela população e aumento da oferta de atividades exercidas no equipamento nomeado.

No que tange aos benefícios para a Prefeitura, há um aumento da diversificação das receitas públicas e a possibilidade de exploração econômica de um ativo público com valor comercial. Ou seja, quando o nome do equipamento faz referência à atividade ali exercida cria-se um potencial econômico para impacto social.

Essa iniciativa, esse modelo de parceria não é novidade e já foi utilizado município de São Paulo. Em 2021, a Prefeitura da cidade, sob a liderança da Secretaria de Desestatização e da SP Parcerias, apresentou um projeto de concessão administrativa de equipamentos municipais. A proposta ainda em curso, pretende oferecer à iniciativa privada o direito de nomear, por um prazo de cinco anos, equipamentos de esporte e lazer no município de São Paulo. No processo, estão sendo selecionados três representantes da iniciativa privada para concederem a nomeação (i) do Modelódromo do Ibirapuera, ao lado do clube militar; (ii) do Centro de Esportes Radicais e; (iii) do Centro Esportivo Brasil-Japão, ambos próximos à Marginal Tietê.

CONFERIDO DIRETORIA LEGISLATIVA

Em linha similar, a Faculdade de Direito da USP lançou o programa Adote uma Sala que permite que ex-alunos, por meio de suas antigas turmas, escritórios de advocacia ou empresas, adotem salas de aula para reforma, compra de equipamentos e manutenção durante um período de tempo.

Atualmente, 26 salas de aula da Faculdade de Direito da USP fazem parte do projeto, sendo que 6 já foram integralmente reformadas. Outras 5 salas já estão prontas para iniciar as obras, aguardando apenas autorização de organizações como Conpresp e Condephaat, e mais 7 espaços já têm doações comprometidas. Até o momento foram investidos R$ 1,8 milhão e, ao todo, estima-se um montante de R$ 8,5 milhões para as reformas.

As principais paradas dos Metrôs de São Paulo e Rio de Janeiro já fazem uso da prática do Naming Rights. O caso mais recente é o da estação Saúde do metrô, que ganhou o "apelido" de Ultrafarma em março. No Rio, a estação Botafogo virou "Botafogo Coca-Cola", enquanto em São Paulo a estação Carrão divide o nome com o atacarejo Assaí. Na capital paulista, trata-se de um projeto amplo: o objetivo da administração é chegar a dez estações com nomes de marcas.

O "rebatismo" faz parte do projeto do metrô paulistano de alavancar as receitas não relacionadas à cobrança de tarifa. O presidente do Metrô de São Paulo, Silvani Pereira, diz que o modelo é o do metrô de Hong Kong, que tem mais de 50% das receitas provenientes de exploração imobiliária, comercial e de marketing.

Em 2020, as receitas não tarifárias representaram 21,6% do faturamento do Metrô paulistano. Isso é importante porque a direção não tem controle sobre o valor da tarifa, definido pelo governo do Estado, que muitas vezes não consegue repor a inflação do período. A empresa de marketing DSM, que venceu os leilões, fechou contrato para desembolsar R$ 71,9 mil mensais na estação Saúde, R$ 168 mil no Carrão e R$ 102 mil na Penha. Os acordos são válidos por dez anos, renováveis por mais dez.

O time de futebol Corinthians também firmou uma parceria com a empresa Hypera Pharma, que "batizou" o estádio com o nome Neo Química Arena que paga ao clube uma quantia de R$300 milhões divididos em 20 parcelas anuais, ou seja R$15 milhões por temporada. Em Pernambuco temos a Itaipava Arena Pernambuco, com contrato avaliado em R$10 milhões anuais; na Bahia, a Itaipava Arena Fonte Nova, com contrato válido por 10 anos, sendo R$10 milhões pagos anualmente; e em São Paulo o Allianz Parque, estádio do time do Palmeiras, que firmou parceria com a seguradora alemã paga ao time R$ 15 milhões por ano.

É muito importante esclarecer que o nome do equipamento público não é alterado nesse tipo de parceria, o que o Poder Público cede é o direito ao sobrenome. A marca, empresa ou entidade que participar da licitação e vier a ganhar esse processo de cessão de direitos, irá adicionar o seu nome após o nome do equipamento substituindo as placas de anúncio indicativo nas testadas do imóvel para a inclusão do "sobrenome" seguindo o que consta no manual de comunicação da prefeitura. A cessionária deverá garantir a manutenção das placas durante a vigência contratual.

Toda parceria entre setor público e privado que prevê o uso do Naming Rights é regulamentada via edital, em que é previsto o valor do montante anual a ser pago pela



CONFERIDO
DIRETORIA LEGISLATIVA

iniciativa privada ao poder público em decorrência da parceria. Existe também a possibilidade de abatimento do pagamento do valor anual caso sejam realizadas ações sociais que envolvam requalificação de alguma parte do equipamento ou investimentos em realização de eventos e atividades abertas ao público.

Caros colegas, a prática do Naming Rights nos equipamentos públicos da cidade de Cascavel pode ser uma grande oportunidade para geração de novas fontes de receita para nossa cidade e, consequentemente, para o desenvolvimento dos serviços oferecidos à população. A partir do momento em que a Prefeitura passa a receber "valores extras" advindos dessas parcerias, a administração pública consegue usar tal verba não prevista em orçamento anteriormente para investir em melhorias na infraestrutura e na própria atividade exercida no local selecionado.

Tendo em vista nossa função primordial de zelar pelo bem estar da população cascavelense adotando medidas estratégicas, conto com o apoio de todos os pares.

CONFERIDO
DIRETORIA LEGISLATIVA