

COMISSÃO DE VIAÇÃO E TRANSPORTES

PROJETO DE LEI Nº 4.144, DE 2008

Altera a Lei n.º 7.565, de 19 de dezembro de 1986, que trata do Código Brasileiro de Aeronáutica, para dispor sobre a exploração de áreas destinadas a publicidade e propaganda em aeroportos e dá outras providências

EMENDA MODIFICATIVA Nº

Art. 1º O art. 2º do Projeto de Lei n.º 4.144, de 2008, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 2º Inclua-se o art. 42-A na Lei nº 7.565, de 19 de dezembro de 1986, com a seguinte redação:

‘Art 42-A Os contratos de concessão de uso de áreas ou espaços de áreas, destinados à exploração comercial em aeroportos, deverão observar o disposto no art. 2º da Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, ressalvados os contratos de concessão de uso de áreas, equipamentos ou instalações aeroportuárias destinados à publicidade e a eventos promocionais, quando for considerada inviável a competição nos termos e critérios estabelecidos por regulamentação.

§ 1º Para as atividades comerciais de publicidade e propaganda, o preço será formado somente pelo preço fixo a ser determinado pelo órgão competente de administração da infra-estrutura aeroportuária.

§ 2º Os contratos de concessão de uso de áreas, equipamentos ou instalações aeroportuárias destinados à publicidade e a eventos promocionais poderão vigorar por um período de até 60 (sessenta) meses.’ “

JUSTIFICAÇÃO

A presente emenda tem como objetivo aperfeiçoar Projeto de Lei por mim apresentado. Estamos propondo ao relator da matéria que especifique que o valor dos contratos comerciais de publicidade estabelecidos nos aeroportos, que serão formados apenas pelo preço fixo, terão seu preço estabelecido pelo ente responsável pela administração da infra-estrutura aeroportuária. Nesse caso, a competência será remetida à Infraero ou a entidade por esta estabelecida, nos termos da Lei n.º 5.862, de 12 de dezembro de 1972. Dessa forma, estabelecemos um parâmetro para tornar mais transparentes as regras para esse tipo de relação público - privado.

Incluímos, ainda, parágrafo determinando que os contratos de concessão de uso de áreas, equipamentos ou instalações aeroportuárias, destinados a publicidade e a eventos promocionais, tenham vigência máxima de 60 (sessenta) meses. O escopo da medida é evitar que esses contratos se perpetuem, ampliando assim o rol de oportunidades para as empresas que desejarem investir no setor.

Sala da Comissão, em de de 2008.

Deputado CELSO RUSSOMANNO