

# CONDIÇÕES COMERCIAIS

Condições Gerais de  
Contratação de Publicidade  
Rádios 2017



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL



## ÍNDICE

<b>1. DISPOSIÇÕES GERAIS</b>	3
1.1. NORMAS APLICÁVEIS	3
1.2. RESERVA DE DIREITOS	3
1.3. APLICAÇÃO DAS NORMAS	3
1.4. PARTES CONTRATANTES	3
<b>2. PROCESSO DE CONTRATAÇÃO</b>	4
2.1. NEGOCIAÇÃO/CONDIÇÕES COMERCIAIS	4
2.2. ORDENS DE PUBLICIDADE	4
2.3. APRESENTAÇÃO DAS ORDENS DE PUBLICIDADE	5
2.4. DISTRIBUIÇÃO DO ESPAÇO PUBLICITÁRIO	5
2.5. CONTRATO DE DIFUSÃO DE PUBLICIDADE	5
2.6. ALTERAÇÕES E ANULAÇÕES	5
2.7. SUBSTITUIÇÃO DE ANUNCIO	5
2.8. MUDANÇA DE CENTRAL DE COMPRAS, AGÊNCIA DE MEIOS OU AGÊNCIA DE PUBLICIDADE	6
2.9. GRUPO ECONÓMICO	6
2.10. ENTREGA DO MATERIAL PUBLICITÁRIO	6
<b>3. CONTEÚDO DA PUBLICIDADE</b>	7
3.1. NORMAS REGULADORAS	7
3.2. ANÚNCIOS ALUSIVOS A PROGRAMAS DA RTP	7
3.3. RESPONSABILIDADE PELA UTILIZAÇÃO E PELO CONTEÚDO DOS ANÚNCIOS	7
3.4. PUBLICIDADE A SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE OUTROS OPERADORES	7
<b>4. CARACTERÍSTICAS DA EMISSÃO PUBLICITÁRIA</b>	8
4.1. A EMISSÃO PUBLICITÁRIA	8
4.2. DURAÇÃO DOS ANÚNCIOS	8
4.3. LOCALIZAÇÕES ESPECIAIS	8
4.4. PATROCÍNIOS	8
4.5. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO MATERIAL PARA DIFUSÃO	8
4.6. RESPONSABILIDADE PELOS SUPORTES DE EMISSÃO	8
4.7. ALTERAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO	8
4.8. RESPONSABILIDADE DA RTP	8

<b>5. CONDIÇÕES ECONÓMICAS</b>	10
5.1. TABELAS DE PREÇOS DE VENDA DE ESPAÇO PARA DIFUSÃO DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS	10
5.2. ALTERAÇÃO DE TABELA DE PREÇOS DE BLOCOS PUBLICITÁRIOS	10
5.3. SOLICITAÇÃO DE CONDIÇÕES / CONCURSOS	10
5.4. FACTURAÇÃO	11
5.5. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	
<b>6. CONFIDENCIALIDADE</b>	11
<b>7. VIGÊNCIA</b>	11



## 1. DISPOSIÇÕES GERAIS

### 1.1 NORMAS APLICÁVEIS

A contratação de publicidade, a difundir nos serviços de programas de rádio da RTP reger-se-á pelas presentes Condições Gerais, pelo Contrato de Concessão de Serviço Público de Rádio e Televisão, celebrado a 06 de Março de 2015, pela Lei n.º 38/2014, de 09 de Julho (Lei da Rádio) e ainda pelas disposições aplicáveis do Código da Publicidade.

### 1.2 RESERVA DE DIREITOS

A RTP terá sempre o direito de exigir a aprovação ou audição prévia de todas as mensagens ou textos a difundir nas suas rádios e, bem assim, de recusar as Ordens de Publicidade que não estejam em conformidade com a respetiva linha editorial, bem como com as presentes Condições ou cujo objeto não seja por ela aprovado, nomeadamente, por razões legais, contratuais, regulamentares, ou técnicas.

A difusão de publicidade poderá ainda ser recusada em função das características específicas do meio (rádio) e das limitações que decorrem para a RTP enquanto prestadora de um serviço público.

### 1.3. APLICAÇÃO DAS NORMAS

Para uma correta aplicação do estipulado no número anterior, o Cliente toma pleno conhecimento de que a RTP, enquanto associada do Instituto Civil da Autodisciplina da Comunicação Comercial (ICAP) se encontra subordinada e vinculada aos respetivos Estatutos e ao cumprimento do Código de Conduta do ICAP, bem como quaisquer outros normativos adotados por este Instituto, nomeadamente, no que respeita às deliberações emanadas do mesmo, pelo que o Cliente aceitará integralmente que a RTP não proceda à difusão das mensagens publicitárias ética ou legalmente censuráveis ou as faça cessar com a brevidade possível.

### 1.4 PARTES CONTRATANTES

A RTP difunde a publicidade contratada através dos seus canais de rádio atuais ou de quaisquer outros de que venha a ser titular no futuro e nas diversas plataformas de distribuição em que esteja presente, sem prejuízo, neste caso, da possibilidade de diferenciação das condições comerciais aplicáveis.

A RTP assegura diretamente, ou através de entidades por si indicadas, a venda e promoção dos diversos formatos comerciais.

As entidades anunciantes contratarão a difusão de publicidade à RTP (Direção Comercial), através de Centrais de Compra, Agências de Meios, Agências de Publicidade ou diretamente, devendo apresentar à RTP toda a documentação por esta exigida, comprovativa da sua existência jurídica e do exercício da sua atividade.

Para todos os efeitos entende-se que as Centrais de Compra, Agências de Meios ou Agências de Publicidade atuam sempre em nome e por conta das entidades anunciantes e também de outras Agências que eventualmente sejam por aquelas distribuídas, pelo que todas serão consideradas solidariamente responsáveis pelo cumprimento das obrigações decorrentes da contratação publicitária. Por razões de ordem prática e sempre que possível, as entidades contratantes de publicidade com a RTP passarão a ser designadas genericamente, neste documento, por Clientes.

## 2. PROCESSO DE CONTRATAÇÃO

### 2.1. NEGOCIAÇÃO / CONDIÇÕES COMERCIAIS

No início da negociação, a RTP remeterá ao Cliente uma proposta contendo as condições comerciais aplicáveis às ordens de publicidade a emitir por este.

O Cliente deverá devolver à RTP a referida proposta relativa às condições comerciais, devidamente assinada. As condições comerciais constantes da proposta da RTP só são eficazes após esse momento. Em caso de não devolução do referido documento devidamente assinado, a RTP reserva-se o direito de, a qualquer momento, suspender a difusão das campanhas do Cliente.

Toda a informação disponibilizada é absolutamente confidencial, sendo apenas válida no âmbito da proposta, não podendo ser partilhada por outras entidades que não as referidas nesse documento. Após a seleção, pelo Cliente, do escalão de investimento a realizar na RTP, são aplicáveis às Ordens de Publicidade colocadas por esse Cliente as condições comerciais correspondentes ao referido escalão.

Na situação de concurso entre várias agências de meios, a RTP remeterá a proposta contendo as condições comerciais aplicáveis ao anunciante. A referida proposta será também enviada às várias agências intervenientes. Para o efeito caberá ao anunciante a prestação prévia de informação à RTP relativa às agências de meios que integram o referido concurso.

As propostas da RTP são válidas por um período de 30 dias a contar da data da sua apresentação ao Cliente, não obrigando a empresa a qualquer manifestação de aceitação pelo cliente para além desse prazo.

### 2.2. ORDENS DE PUBLICIDADE

A apresentação de uma Ordem de Publicidade implica por parte do Cliente o conhecimento e aceitação das presentes Condições Gerais.

Os Clientes emitirão Ordens de Publicidade dirigidas à RTP, por escrito, contendo todos os dados solicitados por esta última, pedindo especificamente a difusão pela RTP de determinada publicidade.

Dados obrigatórios:

- Identificação da entidade responsável pela compra de espaço;
- Identificação da entidade a faturar;
- Identificação do anunciante/produto;
- Identificação das condições comerciais acordadas;
- Identificação do spot publicitário a associar à campanha e respetiva duração;
- Identificação das localizações e datas pretendidas;
- Previsão do investimento do espaço a contratar.

## 2.3. APRESENTAÇÃO DAS ORDENS DE PUBLICIDADE

As Ordens de Publicidade serão assinadas ou validadas pelos Clientes que assumirão assim a direta responsabilidade pela difusão da publicidade e pelo cumprimento das obrigações decorrentes das presentes Condições Gerais. Considera-se igualmente validada pelo cliente qualquer marcação ou alteração efetuada por via eletrónica que tenha sido objeto de confirmação pela RTP.

As Ordens de Publicidade (via fax ou via eletrónica) terão que ser entregues na RTP até ao final do oitavo dia útil anterior ao primeiro dia de difusão da campanha. A RTP reserva-se no direito de não aceitar as Ordens de Publicidade que não respeitem estes prazos.

## 2.4. DISTRIBUIÇÃO DO ESPAÇO PUBLICITÁRIO

A distribuição das campanhas é da responsabilidade da RTP, exceto nos casos em que existam pedidos de localização específica, pedidos esses que serão avaliados pela RTP.

## 2.5. CONTRATO DE DIFUSÃO DE PUBLICIDADE

Uma Ordem de Publicidade converte-se em Contrato de Difusão de Publicidade quando se efetivar a respetiva aceitação por parte da RTP, nos termos adiante descritos.

## 2.6. ALTERAÇÕES E ANULAÇÕES

Os pedidos de anulação/alteração de uma Ordem de Publicidade devem ser submetidos à RTP com a antecedência mínima de 5 dias úteis em relação à data do início da campanha.

Os pedidos de anulação submetidos à RTP após o prazo indicado, mas antes do período de 48 horas que antecede o início da campanha, darão lugar à cobrança de uma taxa de 10% sobre o valor de tabela da campanha.

Não são admitidos pedidos de anulação/alteração de uma Ordem de Publicidade nas 48 horas que antecedem o início da campanha, ou após o seu início.

A RTP admite a existência de situações excecionais que justifiquem a alteração ou cancelamento da campanha. Tais situações excecionais (ex: ruturas de stocks, impedimentos legais à difusão da peça publicitária,) apenas serão consideradas para análise caso a caso se forem objeto de um pedido justificado, por escrito, por parte do anunciante.

O incumprimento do prazo dará à RTP o direito de faturar ao Cliente as difusões contratadas para os dias dos prazos referidos ainda que não sejam efetuadas.

Em caso de anulação de uma Ordem de Publicidade, total ou parcial, as Rádios reservam-se o direito de reajustar as condições comerciais da proposta inicial em função do período de campanha efetivamente realizado.

## 2.7. SUBSTITUIÇÃO DE UM ANÚNCIO

A substituição de um anúncio constante de uma Ordem de Publicidade por outro, referente à mesma marca ou produto, só será aceite se a sua duração for igual à inicial e tal substituição seja requerida até às 12:00 (doze horas) do dia de fecho do alinhamento correspondente ao 3º dia útil da 1ª emissão.

Caso a duração seja superior ou inferior à do anúncio inicial, a substituição fica dependente de aceitação por parte das rádios, a seu exclusivo critério, condicionada à disponibilidade de espaço, e implica os necessários ajustes de acordo com as tabelas de preços em vigor.

## 2.8.MUDANÇA DE CENTRAL DE COMPRAS, AGÊNCIA DE MEIOS OU AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

A mudança de Central de Compras, Agência de Meios ou Agência de Publicidade com quem foi efetuada a contratação de uma determinada campanha publicitária deverá ser comunicada expressamente à RTP com a maior urgência para que possa ter efeitos sobre a referida campanha. Do mesmo modo, sempre que uma determinada Central de Compras, Agência de Meios, Agência de Publicidade ou um Anunciante deixar de intervir diretamente na contratação publicitária e passar a fazê-lo por intermédio de terceiros, deverá comunicar tal facto à RTP.

## 2.9.GRUPO ECONÓMICO

Nos casos em que seja solicitada a integração de um anunciante e/ou marca num determinado Grupo Económico, esta só será considerada se esse mesmo Grupo Económico tiver uma participação mínima de 50% do capital do detentor dessa marca, assim como um único interlocutor para a decisão global do investimento do Grupo.

Da mesma forma, só será considerada a integração de um anunciante e/ou marca nas condições de um distribuidor se o detentor dessa marca não estiver representado em Portugal.

O não cumprimento destas obrigações, confere à RTP o direito de recusar campanhas publicitárias referentes a produtos anteriormente veiculados pelo Cliente em causa.

## 2.10.ENTREGA DO MATERIAL PUBLICITÁRIO

O material de publicidade será entregue nas Rádios com a antecedência mínima de **5 dias úteis** em relação à data da primeira difusão.

Essa entrega de materiais será da exclusiva responsabilidade das Agências de Meios/Clientes que compram o espaço publicitário ou dos anunciantes, caso a compra seja feita diretamente à RTP.

O material publicitário deverá, ainda, ser acompanhado de uma ficha de identificação com os seguintes dados: título do anúncio, suporte, duração, agência, anunciante, autores, produtores e realizadores, datas em que cada peça publicitária deve ser difundida.

O incumprimento dos prazos previstos na presente cláusula poderá implicar a não execução pela RTP da Ordem de Publicidade, tendo esta o direito de faturar ao Cliente as difusões contratadas para os dias dos prazos referidos ainda que não sejam efetuadas.

A RTP terá sempre o direito de exigir a audição prévia de todas as mensagens a difundir e, bem assim, de recusar as Ordens de Publicidade que não se encontrem em conformidade com as presentes Condições ou cujo objeto (“spots” a difundir) não seja por ela aprovado, nomeadamente por razões legais, técnicas ou por violação das presentes Condições Gerais, devendo fundamentar, por escrito, a sua recusa, junto do Cliente.

## 3. CONTEÚDO DA PUBLICIDADE

### 3.1. NORMAS REGULADORAS

O conteúdo da publicidade deverá respeitar as disposições legais, regulamentares e contratuais aplicáveis à comunicação comercial em rádio e à atividade publicitária e comercial, designadamente, as referidas no número 1.1. assim como as presentes Condições Gerais, nomeadamente a informação presente na Cláusula 10ª (Limites à Transmissão de Publicidade) do Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão Sonora que diz “...a **concessionária apenas poderá incluir na sua programação referências publicitárias de interesse geral, de natureza cultural ou sob a forma de patrocínio, incluindo os de iniciativas culturais por si organizadas ou transmitidas**”.

A RTP, enquanto membro do ICAP, obriga-se a cumprir as deliberações do Júri de Ética Publicitária, bem como se reserva o direito a implementar as indicações de qualquer outro órgão daquele Instituto.

### 3.2. ANÚNCIOS ALUSIVOS A MARCAS DA RTP

A RTP não aceitará para difusão anúncios que se refiram a programas/marcas da RTP, respetivos títulos, personagens ou outros elementos, salvo autorização prévia e expressa desta última.

### 3.3. RESPONSABILIDADE PELA UTILIZAÇÃO E PELO CONTEÚDO DOS ANÚNCIOS

Os Clientes serão exclusivamente responsáveis pelo conteúdo dos anúncios e pelas consequências da sua difusão através das Rádios da RTP.

Os Clientes serão ainda exclusivamente responsáveis por todo e qualquer direito ou autorização de terceiros relativos à publicidade a difundir, designadamente todos os direitos de autor, de reprodução ou outros.

As Rádios terão o direito de exigir do Cliente as autorizações ou documentos comprovativos da legitimidade de utilização de sons inseridos nos anúncios.

As Rádios, sempre que considerem necessário, exigirão do Cliente a apresentação prévia dos guiões dos anúncios (Copy's) para aprovação do seu conteúdo.

A RTP terá direito de regresso sobre os Clientes em relação a qualquer multa, indemnização ou outros encargos em que incorra por força do incumprimento das normas legais ou contratuais aplicáveis ao conteúdo da publicidade difundida.

### 3.4. PUBLICIDADE A SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE OUTROS OPERADORES

A RTP reserva-se o direito de não aceitar, para difusão, quaisquer anúncios que se destinem a promover serviços de programas de rádio ou televisão de outros operadores, bem como os seus programas/conteúdos, respetivos títulos ou outros quaisquer elementos relacionados.



## 4. CARACTERÍSTICAS DA EMISSÃO PUBLICITÁRIA

### 4.1. A EMISSÃO PUBLICITÁRIA

A ordem de difusão dos anúncios dentro de cada bloco será determinada pelas Rádios. Todavia, os Clientes poderão escolher o bloco e a sua localização dentro do mesmo, mediante o pagamento de uma taxa de localização, de acordo com a tabela de preços em vigor sobre o valor da publicidade contratada.

### 4.2. DURAÇÃO DOS ANÚNCIOS

Se a duração de um anúncio for diferente das dimensões previstas nas tabelas de publicidade, dever-se-á aplicar a tabela de conversão para a duração respetiva (ver índices de conversão na tabela de preços) ou confirmarem eventualmente o respetivo valor junto da Direção Comercial.

### 4.3. LOCALIZAÇÕES ESPECIAIS

#### • POSICIONAMENTO DENTRO DO BLOCO

Serão aceites posicionamentos dentro de cada bloco, para as posições abaixo indicadas, com as seguintes sobretaxas:

Primeiro Spot – 20% Taxa

Último Spot - 20% Taxa

Restantes posições preferenciais – 15% Taxa

#### • POSICIONAMENTO PARA 2 OU MAIS SPOTS DENTRO DO BLOCO

Se o anunciante pretender algum tipo de ordenação para os spots a serem emitidos dentro de um mesmo bloco será cobrada uma taxa de 10% sobre cada um dos spots.

### 4.4. PATROCÍNIOS

Os valores de Patrocínios serão adaptados às características de cada programa. A exclusividade, na categoria de Produto, implica um acréscimo de 20% ao valor de patrocínio proposto. Só é permitida uma marca em cada menção de patrocínio.

A ordem de saída das menções é da exclusiva responsabilidade da RTP. Em caso de interesse na escolha da localização é aplicada uma taxa suplementar de 20%.

Os cachets de locução e produção não estão incluídos no preço bruto negociado.

### 4.5. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO MATERIAL DE DIFUSÃO

As Rádios aceitarão material publicitário, uma cópia por cada anúncio, nos seguintes suportes: cd e formato eletrónico. Formato de entrega: BWF (WAV); Bit Depth: 16 bits; Sample Rate 48000Hz; stereo; Output Level -6.00dB.

## **4.6. RESPONSABILIDADE PELOS SUPORTES DE EMISSÃO**

As Rádios não assumirão qualquer responsabilidade pela eventual deterioração ou perda dos suportes que lhe forem entregues, resultantes da sua necessária manipulação. Os Clientes deverão conservar em seu poder os respetivos originais.

Os Clientes devem solicitar à RTP o levantamento dos suportes de emissão 60 dias após a exibição da última marcação de uma Campanha.

A partir dessa data a RTP não se responsabilizará pelo arquivo ou pela entrega das mesmas, sendo livre de reciclar ou destruir as respetivas cassetes.

## **4.7. ALTERAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO**

As Rádios são soberanas quanto ao conteúdo da respetiva programação, cujas alterações irão sendo tornadas públicas sempre que (e na medida do) possível.

Os Clientes não terão o direito de exigir da RTP a execução específica das Ordens de Publicidade nem qualquer indemnização sempre que as Rádios (sem aviso prévio em tempo que possibilite informação aos Clientes) procedam a alterações pontuais da sua programação que impliquem modificações na difusão da publicidade, designadamente no que respeita a horários.

No caso de mera substituição de um programa da rádio, considera-se difundida a publicidade nos códigos ou nas faixas horárias contratados.

Se não houver acordo quanto às difusões de substituição acima referidas, a RTP não faturará as difusões reconhecidamente prejudicadas. Havendo acordo, as difusões de substituição serão faturadas.

Sempre que possível a RTP informará os seus clientes das alterações de programação, e estes poderão cancelar as marcações caso o conteúdo do programa substituído possa de alguma forma ferir o código deontológico da marca/produto.

## **4.8. RESPONSABILIDADE DA RTP**

Se uma Ordem de Publicidade aceite pela RTP não for cumprida por motivos não justificáveis nos termos das presentes Condições Gerais ou da legislação aplicável mas apenas por erro ou causa direta e exclusivamente imputável à RTP, esta não faturará aquela Ordem de Publicidade com exclusão expressa de qualquer outra forma de compensação, ainda que os danos causados sejam superiores.

O mesmo regime será aplicado aos casos em que, por motivos exclusivamente imputáveis à RTP, a publicidade contratada não for totalmente difundida ou em que a difusão for tecnicamente defeituosa.

## 5.CONDIÇÕES ECONÓMICAS

### 5.1.TABELAS DE PREÇOS DE VENDA DE ESPAÇO PARA DIFUSÃO DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS

Os preços a pagar pelo Cliente serão os constantes das tabelas de preços em vigor na data da difusão da publicidade ou os que forem pontualmente acordados para as formas especiais de publicidade.

**(Ver tabelas em vigor a partir de 1 de Janeiro 2017)**

A RTP poderá alterar as tabelas de preços devendo divulgar as novas tabelas com a antecedência mínima de 8 dias, em relação à data da sua entrada em vigor.

Sempre que haja um motivo justificado, a RTP poderão por livre iniciativa exigir o pagamento adiantado, bem como as garantias adequadas ao crédito a conceder.

A falta de pagamento dentro dos prazos estabelecidos implica a suspensão imediata da publicidade, podendo as Rádios rescindir imediatamente a contratação da publicidade.

### 5.2.ALTERAÇÃO DE TABELA DE PREÇOS DE BLOCOS PUBLICITÁRIOS

A RTP reserva-se o direito de alterar as tabelas de preços dos blocos publicitários do programa / períodos horários, obrigando-se a informar os clientes das alterações através das grelhas de programas.

A atualização das tabelas das marcações já efetuadas processar-se-á da seguinte forma:

- Nos casos em que a tabela de preço dos blocos seja alterada para uma tabela inferior, a tabela das marcações efetuadas até a essa data será automaticamente atualizada;
- Nos casos em que a tabela de preço dos blocos seja alterada para uma tabela superior, a tabela das marcações efetuadas, até a essa data, manter-se-á durante os 10 dias que se seguem à alteração, sendo automaticamente atualizada a partir do 11º dia.

### 5.3. SOLICITAÇÃO DE CONDIÇÕES /CONCURSOS

As condições comerciais de qualquer anunciante são associadas a esse, e só a esse, mesmo anunciante. Sempre que houver solicitações por parte de outras agências de meios, que não a que regularmente compra pelo anunciante, para ter acesso às suas condições, a RTP deve ser informada pelo anunciante de tal facto. Nestes casos, a RTP facultará a informação solicitada às agências referenciadas e com conhecimento do anunciante.

### 5.4.FATURAÇÃO

A RTP faturará aos Clientes as importâncias devidas pela contratação publicitária, nos termos das presentes Condições Gerais, acrescidas dos encargos relativos a custos de difusão aplicáveis ao valor do contrato (4% sobre o valor de publicidade), bem como os impostos que vigorem à data da respetiva emissão.

A faturação será emitida mensalmente referente às exibições do respetivo mês.

Todas as diferenças que forem encontradas nos valores faturados pela RTP, deverão ser reclamadas até ao máximo de 30 dias a contar da data dessa faturação. Passado esse prazo, a RTP considerará que não existirá qualquer reclamação a ser apresentada.

## 5.5.CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Toda a publicidade contratada diretamente terá que ser paga pelos Clientes até ao quarto dia útil que anteceder a primeira difusão.

A RTP poderá conceder prazos especiais de pagamento - 30 ou 60 dias - mediante a prestação de garantias pelos Clientes, fixadas pontualmente. Estes prazos contar-se-ão a partir da data das respetivas faturas.

O não cumprimento pontual dos prazos estabelecidos sujeitará os Clientes à obrigação de pagar juros de mora à taxa máxima legal em vigor na data do incumprimento, contados desde esta data até ao efetivo pagamento da dívida vencida. Contudo, nos casos em que o prazo especial for de 60 dias, se o pagamento da dívida tiver lugar dentro dos 15 dias subsequentes não se fará a contagem de juros.

Se a situação de incumprimento se prolongar para além de 15 dias a contar da data de vencimento das quantias em dívida, a RTP terá o direito de suspender a difusão de qualquer publicidade contratada pelo Cliente em causa, sem prejuízo de continuar a contagem de juros de mora.

## 6.CONFIDENCIALIDADE

Os acordos comerciais entre a RTP e os seus clientes são confidenciais, destinando-se a utilização exclusiva por parte da Agência de Publicidade/Central de Compras/Anunciante objeto das presentes condições. Qualquer uma das partes adotará as medidas necessárias para manter a confidencialidade dos termos e condições dos acordos entre as mesmas, que não deverão ser divulgados sem o consentimento escrito da RTP. Excetuam-se os casos em que, por imposição de autoridade pública para o efeito competente, qualquer das partes seja notificada para proceder à sua apresentação. Nestes casos a parte em causa deverá notificar a outra de forma célere (se possível antes da divulgação da informação) e deverá executar esforços para que, dentro do razoável, essa informação se mantenha confidencial.

## 7.VIGÊNCIA

As presentes Condições Gerais entram em vigor em **1 de Janeiro de 2017**.