



# CONDIÇÕES COMERCIAIS

## Condições Gerais de Contratação de Publicidade Digital 2017



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

## ÍNDICE

<b>1. DISPOSIÇÕES GERAIS</b>	3
1.1 NORMAS APLICÁVEIS	3
1.2 APROVAÇÃO OU VISIONAMENTO PRÉVIO/RECUSA DE PUBLICIDADE	3
1.3 PARTES CONTRATANTES	3
<b>2. PROCESSO DE CONTRATAÇÃO</b>	4
2.1 NEGOCIAÇÕES/CONDIÇÕES COMERCIAIS	4
2.2 ORDENS DE PUBLICIDADE	4
2.3 DISTRIBUIÇÃO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO	5
2.4 ANULAÇÕES E ALTERAÇÕES	5
2.5 MUDANÇA DE CENTRAL DE COMPRAS, AGÊNCIA DE MEIOS, AGÊNCIA DE PUBLICIDADE OU GRUPO ECONÓMICO	5
2.6 GRUPO ECONÓMICO	5
2.7 ENTREGA DE MATERIAL	6
<b>3. CONTEÚDO DA PUBLICIDADE</b>	6
3.1 NORMAS REGULADORAS	6
3.2 ANÚNCIOS ALUSIVOS A MARCAS DA RTP	6
3.3 RESPONSABILIDADE PELA UTILIZAÇÃO E PELO CONTEÚDO DOS ANÚNCIOS	6
3.4 OUTRAS CONDICIONANTES AO CONTEÚDO DOS ANÚNCIOS	7
3.5 PUBLICIDADE A SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE OUTROS OPERADORES	7
<b>4. CARACTERÍSTICAS DA DIFUSÃO PUBLICITÁRIA</b>	7
4.1 DIFUSÃO PUBLICITÁRIA	7
4.2 MEDIÇÃO DA PUBLICIDADE	8
<b>5. CONDIÇÕES ECONÓMICAS</b>	8
5.1 TABELAS DE PREÇOS DE VENDA DE ESPAÇO PARA DIFUSÃO DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS ONLINE	8
5.2 FATURAÇÃO	8
5.3 CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	9
<b>6. CONFIDENCIALIDADE</b>	9
<b>7. VIGÊNCIA</b>	9
<b>ANEXO I DOCUMENTO APROVAÇÃO NEGOCIAÇÃO</b>	10

## 1. DISPOSIÇÕES GERAIS

### 1.1 NORMAS APLICÁVEIS

A contratação de publicidade a difundir pela RTP no respetivo Site (sítios eletrónicos) reger-se-á pelas presentes Condições Gerais, Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão de 06 de Março 2015, pelos Acordos Auto-Regulação subscritos pela RTP e pela demais legislação aplicável, designadamente, pela Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido nº 27/2007, de 30 de Julho, alterada pelos diplomas n.º 8/2011, de 11 de Abril, nº 40/2014, de 4 de Julho e nº 78/2015 de 29 de Julho e pelo Código da Publicidade nº330/1990 de 23 Outubro e pelas alterações posteriores por via diploma legislativo.

### 1.2 APROVAÇÃO OU VISIONAMENTO PRÉVIO/RECUSA DE PUBLICIDADE

A RTP terá sempre o direito de exigir a aprovação ou visionamento prévio de todas as mensagens, textos ou imagens a difundir nos seus sites e, bem assim, de recusar as Ordens de Publicidade que não estejam em conformidade com as Normas Aplicáveis ou cujo objeto não seja por ela aprovado, nomeadamente por razões técnicas ou quando ponham em causa o compromisso ético da empresa enquanto prestadora de um serviço público.

### 1.3 PARTES CONTRATANTES

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 (consultar *Documento Aprovação Negociação*) 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 exibição das campanhas do Cliente.

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 o reconhecimento e aceitação pelo Cliente das presentes Condições Gerais.

Os Clientes emitirão Ordens de Publicidade dirigidas à RTP, 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 dos sites onde se pretende colocar a campanha;
- Identificação do formato publicitário a associar à campanha;
- Identificação das localizações e datas pretendidas;
- Investimento do espaço a contratar;
- Número de Impressões a contratar.

As Ordens de Publicidade (via fax ou via electrónica) terão que ser enviadas para a RTP até ao final do quinto dia útil anterior ao primeiro dia da campanha.

## 2.3 DISTRIBUIÇÃO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO

A distribuição das campanhas é da responsabilidade da RTP, exceto nos casos em que existam pedidos de localização específica no *site*, pedidos esses que serão avaliados pela RTP.

A RTP não se considera responsável por quaisquer custos ou danos causados, por uma interrupção de distribuição da campanha, devido a causas alheias à vontade da empresa - anomalias informáticas ou eletrónicas; falhas de energia elétrica; interrupção de ligação entre servidores e o ISP e outros factores fora do domínio da RTP.

## 2.4 ANULAÇÕES E ALTERAÇÕES

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 exibição da peça publicitária,) apenas serão consideradas para análise caso a caso se forem objeto de um pedido justificado, por escrito, por parte do anunciante.

## 2.5 MUDANÇA DE CENTRAL DE COMPRAS, AGÊNCIA DE MEIOS, AGÊNCIA DE PUBLICIDADE OU GRUPO ECONÓMICO

A mudança de Central de Compras, Agência de Meios ou Agência de Publicidade com quem foi efetuada a contratação de uma dada campanha publicitária deverá ser comunicada expressamente à RTP, por escrito, com a maior urgência para que possa ter efeitos sobre a referida campanha.

Do mesmo modo, sempre que uma dada 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, por escrito, à RTP.

## 2.6 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.

## **2.7 ENTREGA DE MATERIAL**

A entrega das peças publicitárias deve ser efetuada com uma antecedência mínima de 5 dias úteis em relação à data de início da campanha.

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

Todos os detalhes técnicos inerentes à campanha devem ser referidos juntamente com a entrega de material, nomeadamente: anunciante, título da campanha, formato, datas em que cada peça publicitária deve estar online e link da campanha.

Para ter conhecimento das condições do material a entregar deverá consultar o documento Especificações Técnicas Digital 2017.

## **3. CONTEÚDO DA PUBLICIDADE**

### **3.1 NORMAS REGULADORAS**

O conteúdo da publicidade deverá respeitar as disposições legais, regulamentares e contratuais aplicáveis à comunicação comercial online e à atividade publicitária e comercial, designadamente, as referidas no número 1.1. assim como as presentes Condições Gerais.

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 contenham referências a marcas da RTP, respectivos títulos, símbolos, personagens ou outros elementos, salvo autorização prévia e expressa por si concedida.

### **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 online através 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.

A RTP terá o direito de exigir do Cliente as autorizações ou documentos comprovativos da legitimidade de utilização de elementos inseridos nos anúncios, designadamente certidões do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

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

## 3.4 OUTRAS CONDICIONANTES AO CONTEÚDO DOS ANÚNCIOS

Os clientes deverão assegurar que o material publicitário é claramente identificado como tal pelo utilizador, e que não contenha qualquer elemento que possa ser entendido como conteúdo editorial da RTP.

A RTP reserva-se o direito de colocar a referência 'PUB' junto aos formatos publicitários, ou outro termo semelhante, para a mais fácil identificação por parte do utilizador.

A RTP reserva-se o direito de testar qualquer 'URL' que esteja associado ao material publicitário e que levará os utilizadores ao site pretendido. Os clientes assegurarão que qualquer 'URL' está funcional e a RTP poderá retirar qualquer 'URL' que não obedeça aos requisitos de aprovação.

É da inteira responsabilidade dos Clientes que o material publicitário que promova passatempos identifique o promotor do passatempo de forma clara e inequívoca, e que tenham obtido todas as licenças e aprovações necessárias para a divulgação do mesmo, incluindo as menções legalmente obrigatórias, antes do início da campanha publicitária.

## 3.5 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, televisão ou a sites concorrentes de outros operadores, bem como os seus programas/conteúdos, respetivos títulos, símbolos, personagens ou quaisquer outros elementos relacionados.

## 4. CARACTERÍSTICAS DA DIFUSÃO PUBLICITÁRIA

### 4.1 DIFUSÃO PUBLICITÁRIA

A publicidade a que se referem as presentes Condições Gerais é difundida através do site da RTP ou, quando a localização for designada por RON (Run on Network), os anúncios em formato vídeo (in-stream), serão distribuídos junto aos conteúdos RTP, nas várias plataformas onde os mesmos estiverem disponíveis.

A RTP poderá alterar o aspeto gráfico ou o conteúdo de um site e das respetivas páginas, suspender ou encerrar um site, bem como terminar uma parceria com sites terceiros, a todo o tempo, em função de interesses internos.

Qualquer alteração será comunicada aos Clientes no mais curto espaço de tempo possível.

## 4.2 MEDIÇÃO DA PUBLICIDADE

A RTP assegura a medição dos resultados da campanha (incluindo impressões e cliques obtidos) através do seu servidor de publicidade. Resultados de servidores de terceiros só serão aceites para efeitos de faturação e avaliação da performance das campanhas com conhecimento e aprovação prévias da RTP.

A RTP fornece aos clientes, de forma a facilitar a quantidade de visualizações compradas, os números de tráfego mensal dos sites da sua rede e de utilizadores únicos que acedem aos mesmos (com base em estatísticas mensais dos meses anteriores ao mês em que é fornecida a informação) e não será responsável por quaisquer reclamações relacionadas com discrepâncias que possam existir nos dados fornecidos neste âmbito, devido às flutuações a que estes estão sujeitos pela natureza do próprio meio publicitário.

## 5. CONDIÇÕES ECONÓMICAS

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

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 outros formatos publicitários online.

**(Ver tabelas em vigor a partir de 01 de Janeiro de 2017).**

A RTP poderá alterar as tabelas de preços devendo divulgar as novas tabelas com a **antecedência mínima de 5 dias úteis**, em relação à data da sua entrada em vigor.

Sempre que sejam alteradas as tabelas de preços, o Cliente não poderá anular as Ordens de Publicidade caso a RTP confirme que os preços vigentes à data da Ordem de Publicidade se manterão válidos até ao fim da campanha.

Toda e qualquer segmentação colocada numa campanha, quer seja geográfica, horária, por secções do site, por capping ou outra, poderá estar sujeita a custos adicionais e, por isso, terá de ser submetida à aprovação da RTP.

### 5.2 FATURAÇÃO

A RTP faturará aos Clientes as importâncias devidas pela contratação publicitária, nos termos das presentes Condições Gerais, acrescidas dos impostos e taxas legais.

Todas as diferenças que forem encontradas nos valores faturados pela RTP, deverão ser reclamadas até ao máximo de 90 dias a contar da data dessa faturação. Passado esse prazo, a RTP considerará que não existirá qualquer reclamação a ser apresentada.



## 5.3 CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Toda a publicidade online 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 da Publicidade.

## 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 **01 de Janeiro de 2017** e permanecerão em vigor durante o ano corrente, ou seja, até 31 de Dezembro de 2017.

## ANEXO I Documento Aprovação Negociação



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Agência:  
Anunciante:  
Campanha:  
Período de Campanha:  
Data

LOCALIZAÇÃO	FORMATO	DATA INICIO	DATA FIM	CPM TABELA	DESCONTO (%)	CPM NEGOCIADO	TOTAL TABELA	TOTAL NEGOCIADO	IMPRESSÕES	SHR (%)

TOTAL CAMPANHA	
TOTAL TABELA	0,00 €
TOTAL NEGOCIADO	0,00 €
IMPRESSÕES	0
CPM NEGOCIADO	#DIV/0!

### CONDIÇÕES DA PROPOSTA

1. As informações contidas nesta proposta são absolutamente confidenciais e unicamente fornecidas para a finalidade exclusiva de descrever as condições comerciais no âmbito da presente proposta e não deverão, de forma alguma, ser utilizadas para qualquer outra finalidade;
2. Toda a informação ora disponibilizada só é válida no âmbito da presente proposta sendo os seus termos e condições absolutamente confidenciais, não podendo, como tal, ser divulgados a terceiros;
3. As condições apresentadas são válidas pelo prazo de 60 dias, contados a partir da data de envio, devendo ser aprovadas até ao termo desse prazo;
4. Quaisquer condições ou termos negociais não detalhadas na proposta de negociação aqui apresentadas regem-se pelas regras/normas constantes das condições Gerais de Contratação de Publicidade on-line 2016, em vigor;
5. Qualquer eventual prejuízo que possa resultar para a RTP do não cumprimento do princípio da confidencialidade, expresso na presente proposta, poderá determinar responsabilidade pelos prejuízos causados.

### APROVAÇÃO

Assinatura:  
Data:



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

