CONDIÇÕES COMERCIAIS

Condições Gerais de Contratação de Publicidade Radio 2026

RTP Rádio e Televisão de Portugal

ÍNDICE

1. DISPOSIÇÕES GERAIS 4
1.1 NORMAS APLICÁVEIS 4
1.2 RESERVA DE DIREITOS 4
1.3 APLICAÇÃO DAS NORMAS 4
1.4 PARTES CONTRATANTES 4
2. PROCESSO DE CONTRATAÇÃO 4
2.1 NEGOCIAÇÃO / CONDIÇÕES COMERCIAIS 4
2.2 ORDENS DE PUBLICIDADE 5
2.3 APRESENTAÇÃO DAS ORDENS DE PUBLICIDADE 5
2.4 DISPONIBILIDADE DO ESPAÇO PUBLICITÁRIO 5
2.5 CONTRATO DE DIFUSÃO DE PUBLICIDADE 5
2.6 ALTERAÇÕES E ANULAÇÕES DE ORDENS DE PUBLICIDADE 5
2.6.1 PENALIZAÇÕES POR ANULAÇÕES DE ORDENS DE PUBLICIDADE 6
2.7 SUBSTITUIÇÃO DE ANÚNCIO 6
2.8 MUDANÇA DE CENTRAL DE COMPRAS, AGÊNCIA DE MEIOS, AGÊNCIA DE PUBLICIDADE OU GRUPO ECONÓMICO 6
2.9 GRUPO ECONÓMICO 6
2.10 ENTREGA DO MATERIAL PUBLICITÁRIO 7
3. CONTEÚDO DA PUBLICIDADE 7
3.1 NORMAS REGULADORAS 7
3.2 PUBLICIDADE COMPARATIVA 7
3.3 ANÚNCIOS ALUSIVOS A PROGRAMAS DA RTP 7
3.4 TRANSPARÊNCIA E CONFORMIDADE EM MATÉRIA DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL 7
3.3 RESPONSABILIDADE PELA UTILIZAÇÃO E PELO CONTEÚDO DOS ANÚNCIOS 8
3.4 PUBLICIDADE A SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE OUTROS OPERADORES OU A PLATAFORMAS DE PARTILHA DE CONTEÚDOS (VÍDEO/AÚDIO) 8
3.5 PUBLICIDADE INSTITUCIONAL 8
3.6 CARTÕES/MENÇÕES DE PATROCÍNIO 8
4. CARACTERISTICAS DA DIFUSÃO PUBLICITÁRIA 9
4.1 DIFUSÃO PUBLICITÁRIA 9
4.2 DURAÇÃO DOS ANUNCIOS 9
4.3 LOCALIZAÇÕES ESPECIAIS 9
4.4 PATROCINIOS 9
4.5 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DO MATERIAL DE DIFUSÃO 10
4.6 RESPONSABILIDADE PELOS SUPORTES DE EMISSÃO 10
4.7 ALTERAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO 10
4.8 RESPONSABILIDADE DA RTP 10
5. CONDIÇÕES ECONÓMICAS 10
5.1 TABELAS DE PREÇOS DE VENDA DE ESPAÇO PARA DIFUSÃO DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS 10
5.2 ALTERAÇÃO DE TABELAS DE PREÇOS DOS BLOCOS PUBLICITÁRIOS 11
5.3 SOLICITAÇÃO DE CONDIÇÕES/CONCURSOS 11

5.4 FATURAÇÃO 11
5.5 CONDIÇÕES DE PAGAMENTO 11
5.6 PRÉMIOS DE PRODUÇÃO ANUAL (RAPPEL) – CENTRAL DE COMPRAS, AGÊNCIA DE MEIOS OU AGÊNCIA DE PUBLICIDADE 11
6. CONFIDENCIALIDADE 12
7. VIGÊNCIA 12

1. DISPOSIÇÕES GERAIS

1.1 NORMAS APLICÁVEIS

A contratação de publicidade, a difundir nos serviços de programas (canais) da Rádio e Televisão de Portugal, S.A. (RTP), reger-se-á pelas presentes Condições Gerais, Contrato de Concessão do Serviço Público de Media (CCSPM) em vigor, pelos Acordos Autorregulação subscritos pela RTP e pela demais legislação aplicável, designadamente, pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio) alterada pelas Leis n.º 38/2014, de 9 de julho, n.º 78/2015 de 29 de julho e pela lei n.º 16/2024 de 5 de fevereiro e ainda pelas disposições aplicáveis do Código da Publicidade.

1.2 RESERVA DE DIREITOS

A RTP terá sempre o direito de recusar as Ordens de Publicidade que não estejam em conformidade com a respetiva linha editorial, bem como com as presentes Condições, designadamente o que se encontra previsto no ponto 3. infra, 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 concessionária do serviço público de media.

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 da Auto Regulação Publicitária se encontra subordinada e vinculada aos respetivos Estatutos e ao cumprimento do Código de Conduta da Auto Regulação Publicitária, bem como quaisquer outros normativos adotados por esta entidade, 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 exibição das campanhas do Cliente.

Toda a informação disponibilizada é absolutamente confidencial, sendo apenas válida no âmbito da proposta, estando expressamente reservada a partilha com 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.

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 contrato

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 televisiva 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 eletrónica) terão de ser entregues na RTP até ao final do 8 dia útil anterior à primeira difusão. A RTP reserva-se no direito de não aceitar as Ordens de Publicidade que não respeitem estes prazos.

2.4 DISPONIBILIDADE DO ESPAÇO PUBLICITÁRIO

Sem prejuízo do que a seguir se refere, a gestão do espaço publicitário é da inteira responsabilidade da RTP. O contrato de Concessão de Serviço Público de Media (CCSPM), em vigor, na cláusula 26ª no que se refere à publicidade comercial impede-a nos serviços de programas de rádio que integram o serviço público de media.

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 DE ORDENS DE PUBLICIDADE

A alteração de marca, produto ou duração constantes de uma Ordem de Publicidade implicará a apresentação de uma nova Ordem, ou seja, um novo contrato com todas as consequências derivadas desse facto. A alteração referida

implicará, obrigatoriamente, que preliminarmente se proceda às anulações respeitantes à ordem substituída, ou alterada, e só posteriormente à remarcação dos "spots", com a possibilidade de perda de espaço.

Esta comunicação deve ser transmitida à RTP por escrito (via e-mail), para que essa informação seja indexada à Ordem de Publicidade inicialmente enviada.

Os pedidos de 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.

Em caso de situações excecionais que determinem um pedido de alteração e/ou entrega de spots fora do período, definido no ponto anterior, a RTP avaliará, sempre que possível, essa possibilidade que, a concretizar-se, poderá implicar o pagamento dos custos operacionais decorrentes desse pedido.

Sem prejuízo do disposto no número seguinte, a RTP admite que, em situações absolutamente excecionais a ponderar internamente, possa aceitar a anulação, total ou parcial, de uma Ordem de Publicidade sem cumprimento dos prazos definidos, mediante o eventual pagamento dos custos operacionais decorrentes dessa anulação.

2.6.1 PENALIZAÇÕES POR ANULAÇÕES DE ORDENS DE PUBLICIDADE

A anulação, total ou parcial, de uma Ordem de Publicidade poderá dar origem a uma penalização. A anulação, total ou parcial, de uma Ordem de Publicidade só será aceite pela RTP, sem qualquer penalização, se for efetuada com a antecedência mínima de 8 dias em relação à data da(s) exibição(ões) contratada(s). Depois desta data qualquer cancelamento efetuado terá um custo equivalente ao valor das exibições canceladas.

A RTP admite a existência de situações excecionais que justifiquem a alteração ou cancelamento da campanha. Tais situações excecionais são impedimentos de ordem legal à exibição do spot, verificados após receção do mesmo, e que serão consideradas para análise, caso a caso, se forem objeto de um pedido justificado, por escrito, por parte do anunciante. Qualquer alteração efetuada após o fecho de alinhamento terá um custo associado, dependendo o valor da situação em concreto.

2.7 SUBSTITUIÇÃO DE 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.

2.8 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 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.

No caso das menções de patrocínio, as locuções devem ser definidas até 4 dias úteis antes do primeiro programa patrocinado.

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.

Essa entrega de materiais será da exclusiva responsabilidade das Agências de Meios/Clientes que compram o espaço publicitário.

3. CONTEÚDO DA PUBLICIDADE

3.1 NORMAS REGULADORAS

O conteúdo da publicidade deverá respeitar as disposições legais e regulamentos aplicáveis à publicidade e à atividade publicitária, designadamente, os referidos no número 1.1. assim como as presentes Condições Gerais.

A RTP, enquanto membro da Autorregulação Publicitária, 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 daquela entidade.

3.2 PUBLICIDADE COMPARATIVA

A RTP apenas aceitará publicidade comparativa quando a respetiva mensagem publicitária seja acompanhada de parecer prévio favorável emitido pela Autorregulação Publicitária, atestando a sua conformidade com o quadro legal aplicável.

A ausência de apresentação do referido parecer constitui fundamento bastante para a recusa da difusão da publicidade, sem que daí resulte qualquer responsabilidade para a RTP.

3.3 ANÚNCIOS ALUSIVOS A PROGRAMAS DA RTP

A RTP não aceitará para difusão anúncios que contenham referências a programas da RTP, respetivos títulos, símbolos, personagens ou outros elementos, salvo autorização prévia e expressa desta última.

3.4 TRANSPARÊNCIA E CONFORMIDADE EM MATÉRIA DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Sempre que os anúncios ou demais materiais publicitários entregues à RTP contenham, no todo ou em parte, conteúdos de imagem, áudio ou vídeo gerados ou manipulados através de sistemas de inteligência artificial ("Conteúdo IA"), o Cliente será exclusiva e integralmente responsável por avaliar e assegurar o cumprimento de todas as obrigações legais e regulamentares aplicáveis a esse Conteúdo IA, designadamente as resultantes do Regulamento (UE) 2024/1689 (Regulamento da Inteligência Artificial) e demais legislação, orientações ou códigos de conduta que sejam aplicáveis.

O Cliente declara e garante, relativamente a qualquer Conteúdo IA integrado nos materiais entregues à RTP, que: (i)

assume, para todos os efeitos e perante quaisquer terceiros e autoridades competentes, a qualidade de responsável pela colocação em funcionamento ("deployer") e/ou de fornecedor ("provider") de qualquer sistema de inteligência artificial utilizado na criação ou alteração desse conteúdo, conforme aplicável, não cabendo tal qualidade, em caso algum, à RTP; (ii) avaliou se o Conteúdo IA constitui, no todo ou em parte, conteúdo que assuma a aparência de pessoas, objetos, lugares, entidades ou acontecimentos, suscetível de ser tomado, erradamente, por autêntico ou verídico ("deepfake", conforme definido no Regulamento da Inteligência Artificial); e (iii) mantém registo escrito dessa avaliação e da respetiva fundamentação, obrigando-se a disponibilizá-lo à RTP sempre que esta o solicite.

Sempre que, por força da legislação aplicável, o Conteúdo IA deva ser objeto de indicação, rotulagem ou outra forma de divulgação da sua origem artificial, o Cliente obriga-se a assegurar, previamente e como condição da entrega dos materiais à RTP, que: (a) essa indicação se encontra já incorporada no ficheiro entregue à RTP, de forma clara, destacada e facilmente compreensível pelo público, não bastando a sua menção em documentação anexa; (b) essa indicação é realizada de acordo com as normas e códigos de conduta aplicáveis; (c) é disponibilizada ao público o mais tardar no momento da primeira exposição ao conteúdo e é repetida em cada nova emissão ou publicação da peça publicitária e, quando aplicável, deve assegurar que tal indicação é replicada nos metadados do respetivo ficheiro; e (d) acompanha o conteúdo em qualquer formato, plataforma ou suporte em que a RTP o venha a difundir, sem depender de qualquer intervenção adicional da RTP.

O Cliente obriga-se a, a pedido da RTP: (i) identificar os sistemas ou ferramentas de inteligência artificial utilizados na criação dos materiais; e (ii) confirmar se os respetivos fornecedores cumprem o dever de marcação técnica dos conteúdos sintéticos previsto no Regulamento da Inteligência Artificial.

3.5 RESPONSABILIDADE PELA UTILIZAÇÃO E PELO CONTEÚDO DOS ANÚNCIOS

Os Clientes serão exclusivamente responsáveis pelo conteúdo dos anúncios e pelas consequências da sua difusão 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 sons inseridos nos anúncios.

A RTP sempre que considerar necessário, exigirá 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. Em caso de dúvidas quanto ao conteúdo da publicidade a emitir, a RTP reserva-se o direito de recorrer a uma avaliação jurídica, cujo valor associado ficará a cargo do Cliente.

3.6 PUBLICIDADE A SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE OUTROS OPERADORES OU A PLATAFORMAS DE PARTILHA DE CONTEÚDOS (VÍDEO/AÚDIO)

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.

3.7 PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

Para além do disposto no art.º 40.º da LR a Publicidade Institucional na RTP rege-se pelo disposto no n.º 4, da cláusula 26.ª, do CCSPM.

Para análise e apreciação da conformidade com o disposto na referida cláusula, a RTP poderá exigir a apresentação de documentos relevantes, designadamente, sempre que aplicável, a Declaração de Relevância Cultural.

3.8 CARTÕES/MENÇÕES DE PATROCÍNIO

Serão consideradas como «menções do patrocínio» todas as mensagens sonoras cuja duração total, em regra e de acordo com a prática de mercado, seja igual ou inferior a cinco segundos. O objetivo é identificar claramente o patrocinador nos termos definidos no Código da Publicidade e no Acordo de Autorregulação em Matéria de "Menções de Patrocínio" implementado pela Autorregulação Publicitária.

As menções do patrocínio deverão obedecer à legislação em vigor, designadamente, não contendo qualquer referência promocional específica.

4. CARACTERISTICAS DA DIFUSÃO PUBLICITÁRIA

4.1 DIFUSÃO PUBLICITÁRIA

Cada programa de radio ou faixa horária será identificado por um código comunicado aos Clientes. A RTP poderá alterar a todo o tempo a codificação em vigor, em função de novas grelhas de programação ou das variações de audiência dos programas. Estas alterações serão comunicadas aos Clientes.

As Ordens de Publicidade enviadas pelos Clientes indicarão os dias e os códigos por eles escolhidos, definindo assim a localização e o preço a cobrar pela RTP. Os códigos referir-se-ão sempre ao bloco de anúncios que antecede o programa ou no intervalo do programa.

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, nos termos previstos no número 4.3.

4.2 DURAÇÃO DOS ANUNCIOS

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

Serão aceites posicionamentos de um bloco de publicidade ou dentro de um bloco, sendo nesse sentido cobrado uma taxa sobre o valor do spot:

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 PATROCINIOS

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 CARACTERÍSTICAS 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 Depht: 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.

A RTP disponibiliza um período de armazenamento do material publicitário de **60 dias** após a exibição da última marcação de uma Campanha.

A partir dessa data a RTP não se responsabilizará pelo arquivo do mesmo, sendo livre de apagar o respetivo material publicitário.

4.7 ALTERAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO

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

No caso de mera substituição de um programa de radio, 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.

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.

Em qualquer caso, um eventual erro na difusão de publicidade que seja exclusiva e diretamente imputável à RTP, a respetiva responsabilidade será limitada ao valor da exposição.

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.

A RTP poderá alterar as tabelas de preços devendo divulgar as novas tabelas com a antecedência mínima de 7 dias, em relação à data da sua entrada em vigor.

5.2 ALTERAÇÃO DE TABELAS DE PREÇOS DOS 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 de ser paga pelos Clientes até ao quarto dia útil que anteceder a primeira difusão.

A RTP poderá conceder prazos especiais de pagamento - 30 dias - mediante a prestação de garantias pelos Clientes, fixadas pontualmente. Estes prazos são determinados 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.

5.6 PRÉMIOS DE PRODUÇÃO ANUAL (RAPPEL) – CENTRAL DE COMPRAS, AGÊNCIA DE MEIOS OU AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

A Central de Compras, Agência de Meios ou Agência de Publicidade que for parte contratante terá direito a um prémio de produção anual (rappel) desde que tenha cumprido integralmente as obrigações de pagamento e outras estabelecidas nas presentes Condições Gerais. Este prémio será objeto de comunicação e acordo prévio para cada ano.

O rappel será processado e liquidado pela RTP, mediante dedução na faturação vencida, e como tal, será liquidado e pago após o fim de cada exercício.

Os escalões de rappel serão apurados com base nos valores de publicidade faturada, líquidos de impostos, taxas e outros encargos, comissões de agência, prémios e descontos especiais eventualmente concedidos. O valor do rappel a pagar será calculado mediante aplicação da taxa adequada aos montantes de faturação apurados.

Os contratos de publicidade referentes a operações de permuta (incluindo “barters”) de bens ou serviços, bem como a Colocação de Produto, serão objeto de negociação pontual e não pressupõem Comissão de Agência e de Rappel.

Qualquer campanha contratada nos diversos canais da RTP, atuais ou de quaisquer outros de que venha a ser titular no futuro, contará para o cálculo do Rappel nos moldes definidos.

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 a **27 de outubro de 2026,** , substituindo as anteriormente publicadas pela RTP.

Outubro, 2026