CONDIÇÕES COMERCIAIS

Condições Gerais de Contratação de Publicidade Digital 2026

RTP Rádio e Televisão de Portugal

ÍNDICE

1. DISPOSIÇÕES GERAIS ... 3
1.1 NORMAS APLICÁVEIS ... 3
1.2 RESERVA DE DIREITOS ... 3
1.3 APLICAÇÃO DAS NORMAS ... 3
1.4 PARTES CONTRATANTES ... 3
2. PROCESSO DE CONTRATAÇÃO ... 3
2.1 NEGOCIAÇÃO / CONDIÇÕES COMERCIAIS ... 3
2.2 ORDENS DE PUBLICIDADE ... 4
2.3 DISTRIBUIÇÃO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO ... 4
2.4 CONTRATO DE DIFUSÃO DE PUBLICIDADE ... 4
2.5 ANULAÇÕES E ALTERAÇÕES DE ORDENS DE PUBLICIDADE ... 4
2.5.1 PENALIZAÇÕES POR ANULAÇÕES DE ORDENS DE PUBLICIDADE ... 5
2.6 MUDANÇA DE CENTRAL DE COMPRAS, AGÊNCIA DE MEIOS, AGÊNCIA DE PUBLICIDADE OU GRUPO ECONÓMICO ... 5
2.7 GRUPO ECONÓMICO ... 5
2.8 ENTREGA DE MATERIAL ... 5
3. CONTEÚDO DA PUBLICIDADE ... 6
3.1 NORMAS REGULADORAS ... 6
3.2 PUBLICIDADE COMPARATIVA ... 6
3.3 ANÚNCIOS ALUSIVOS A PROGRAMAS DA RTP ... 6
3.4 TRANSPARÊNCIA E CONFORMIDADE EM MATÉRIA DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL ... 6
3.5 RESPONSABILIDADE PELA UTILIZAÇÃO E PELO CONTEÚDO DOS ANÚNCIOS ... 7
3.6 OUTRAS CONDICIONANTES AO CONTEÚDO DOS ANÚNCIOS ... 7
3.7 PUBLICIDADE A SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE OUTROS OPERADORES OU A PLATAFORMAS DE PARTILHA DE CONTEÚDOS (VÍDEO/AÚDIO) ... 7
4. CARACTERISTICAS DA DIFUSÃO PUBLICITÁRIA ... 7
4.1 A DIFUSÃO PUBLICITÁRIA ... 7
4.2 MEDIÇÃO DA PUBLICIDADE ... 7
5. CONDIÇÕES ECONÓMICAS ... 8
5.1 TABELAS DE PREÇOS DE VENDA DE ESPAÇO PARA DIFUSÃO DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS DIGITAL ... 8
5.2 FATURAÇÃO ... 8
5.3 PRÉMIOS DE PRODUÇÃO ANUAL (RAPPEL) – CENTRAL DE COMPRAS, AGÊNCIA DE MEIOS OU AGÊNCIA DE PUBLICIDADE ... 8
5.4 CONDIÇÕES DE PAGAMENTO ... 8
6. CONFIDENCIALIDADE ... 9
7. VIGÊNCIA ... 9

1. DISPOSIÇÕES GERAIS

1.1 NORMAS APLICÁVEIS

A contratação de publicidade, a difundir nos serviços audiovisuais a pedido e serviços digitais 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 nº 27/2007, de 30 de Julho (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, adiante LTV) alterada pelas Leis n.º 8/2011, de 11 de Abril, n.º 40/2014, de 9 de julho, n.º 78/2015, de 29 de julho e Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro)

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 (digital) 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 serviços audiovisuais a pedido e serviços digitais 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 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 terão de ser enviadas para a RTP até ao final do quinto dia útil anterior ao primeiro dia da campanha. A RTP reserva-se no direito de não aceitar as Ordens de Publicidade que não respeitem estes prazos.

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 fatores fora do domínio da RTP.

2.4 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.

2.5 ANULAÇÕES E ALTERAÇÕES 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 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.

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.

2.5.1 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 5 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 da campanha verificados após receção da mesma, 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.

2.6 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.

2.7 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.

2.8 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/Clientes que compram o espaço publicitário.

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 2026.

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 nas 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 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

3.6 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.

3.7 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.

4. CARACTERISTICAS DA DIFUSÃO PUBLICITÁRIA

4.1 A 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), das várias propriedades digitais onde estiverem disponíveis conteúdos RTP e/ou que a RTP tenha o direito de exploração do seu espaço publicitário.

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.

Caso a RTP concorde em aceitar resultados de servidores de terceiros, só serão aceites discrepâncias de até 10%, entre as medições do seu servidor e os valores contabilizados por terceiros. Estes valores deverão ser partilhados com a equipa de trafficking da RTP, durante o decorrer da campanha, com uma periodicidade não superior a 48 horas.

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 DIGITAL

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 digitais.

A RTP poderá alterar as tabelas de preços devendo divulgar as novas tabelas com a **antecedência mínima de 7 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 30 dias a contar da data dessa faturação. Passado esse prazo, a RTP considerará que não existirá qualquer reclamação a ser apresentada.

5.3 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.

5.4 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 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.

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