

FEVEREIRO

Relatório mensal sobre Publicidade Institucional do Estado



ERC

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

FICHA TÉCNICA

Título: Relatório sobre Publicidade Institucional do Estado - fevereiro 2025

Edição: ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Avenida 24 de Julho, 58

1200-869 Lisboa

Tel. 210 107 000

Fax 210 107 019

Internet www.erc.pt

E-mail info@erc.pt

Autoria: Departamento de Supervisão da ERC

Conceção Gráfica: Unidade de Comunicação e Relações Exteriores da ERC

Lisboa, abril de 2025

1. NOTAS PRÉVIAS

À ERC compete verificar e fiscalizar o cumprimento das obrigações previstas na [Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto](#), (doravante LPIE) com as alterações introduzidas pelas Leis n.º2/2020, n.º75-B/2020 e n.º19/2023, relativas às campanhas de publicidade institucional do Estado, bem como a aplicação da percentagem de investimentos destinados a órgãos de comunicação local e regional por campanha.

Estão abrangidas pela referida lei as ações de publicidade da iniciativa das seguintes entidades:

- Assembleia da República, bem como os órgãos e entidades que funcionam junto desta;
- Serviços da administração direta do Estado;
- Institutos públicos;
- Entidades administrativas independentes, exceto a ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social;
- Entidades que integram o setor público empresarial.

As despesas de aquisição de publicidade institucional do Estado são comunicadas pelas entidades promotoras, em cada campanha, através da “Plataforma PIE-ERC”.

A comunicação deve ser efetuada até 15 dias antes do final da campanha, acompanhada da apresentação da respetiva documentação de suporte que permita a validação das respetivas despesas.

De acordo com o n.º 1, do artigo 11.º do referido diploma, a ERC é responsável pela elaboração de um relatório sobre a adjudicação de ações informativas e publicitárias, bem como sobre a sua distribuição a ser disponibilizado mensalmente no sítio eletrónico da ERC em: <https://www.erc.pt/pt/publicidade-institucional-do-estado>.

No cumprimento da referida norma, apresenta-se o relatório de fevereiro de 2025.

2. ENTIDADES QUE COMUNICARAM CAMPANHAS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

No mês em análise foram validadas **16 campanhas**, com uma despesa global de **243 388,68 euros**, dos quais **66 849,09 euros** foram investidos em **órgãos de comunicação social de âmbito regional e local**.

Duas campanhas tiveram a intervenção de **agência de publicidade**, que envolveram um investimento de **183 513,02 euros**, na aquisição de espaços publicitários.

FIG. 1 - INVESTIMENTOS VALIDADOS / POR ENTIDADE

| Entidade | Nº de campanhas | Campanhas c/ agência | Campanhas c/ agência | Total Local + Regional (€) | Total (€) |
|---|-----------------|----------------------|----------------------|----------------------------|-----------|
| Secretaria- Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social | 1 | 1 | 76480 | 28403 | 76480 |
| Laboratório Nacional de Energia e Geologia (LNEG) | 1 | 0 | 0 | 0 | 1000 |
| Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR) | 1 | 1 | 107033,02 | 34975 | 107033,02 |
| OPART - Organismo de Produção Artística, E.P.E. | 6 | 0 | 0 | 3471,09 | 8135,66 |
| Instituto dos Registos e do Notariado (IRN) | 1 | 0 | 0 | 0 | 4640 |

| | | | | | |
|--|-----------|----------|-------------------|------------------|-------------------|
| Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E.P.E. | 4 | 0 | 0 | 0 | 43585 |
| Imprensa Nacional Casa da Moeda | 1 | 0 | 0 | 0 | 765 |
| MOBI.E, S.A. | 1 | 0 | 0 | 0 | 1750 |
| Totais | 16 | 2 | 183 513,02 | 66 849,09 | 243 388,68 |

3. DISTRIBUIÇÃO DAS CAMPANHAS VALIDADAS PELOS MEIOS

As campanhas validadas no mês em análise foram distribuídas pelos meios de comunicação social, conforme se descreve na figura 2:

FIG. 2 - DISTRIBUIÇÃO DAS CAMPANHAS VALIDADAS

| Entidade: Secretaria- Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social | | | |
|---|-------------------|-----------|-------------|
| Campanha: Divulgação do Ensino e Formação Profissional | | | |
| Período: novembro 2024 a janeiro de 2025 | | | |
| Objetivo: Promover os benefícios dos cursos profissionais, reforçando a sua relevância para a qualificação e empregabilidade dos jovens em Portugal | | | |
| Órgão de comunicação social | Âmbito geográfico | Tipo | Montante |
| TVI | Nacional | Televisão | 48 077,00 € |
| Diário do Sul | Regional/Local | Imprensa | 7 900,00 € |
| Região de Leiria | | | 10 990,00 € |
| Alto Minho | | | 6 453,00 € |
| O Minho | | | 3 060,00 € |
| OCS TOTAL | | | 76 480,00 € |
| OCS REGIONAL/LOCAL | | | 28 403,00 € |
| % OCS REGIONAL/LOCAL | | | 37,14% |

| Entidade: Laboratório Nacional de Energia e geologia (LNEG) | | | |
|---|-------------------|----------|------------|
| Campanha: Portugal no contexto europeu das energias renováveis | | | |
| Período: 20 de dezembro de 2024 a 19 de janeiro de 2025 | | | |
| Objetivo: Publicação de entrevista sobre Portugal no contexto europeu das energias renováveis | | | |
| Órgão de comunicação social | Âmbito geográfico | Tipo | Montante |
| Nascer do Sol | Nacional | Imprensa | 1 000,00 € |
| OCS TOTAL | | | 1 000,00 € |
| OCS REGIONAL/LOCAL | | | 0,00 € |
| % OCS REGIONAL/LOCAL | | | 0,00 % |

Entidade: Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)

Campanha: Natal 2024 – O melhor presente é estar presente

Período: 16 a 26 de dezembro de 2024

Objetivo: Reforço da Sensibilização para a Prevenção de Acidentes Rodoviários na quadra natalícia

| Órgão de comunicação social | Âmbito geográfico | Tipo | Montante |
|-------------------------------|-------------------|-----------|--------------|
| RTP 1 | Nacional | Televisão | 6 642,17 € |
| SIC | | | 4 342,96 € |
| TVI | | | 6 131,24 € |
| SIC Notícias | | | 2 810,15 € |
| CNN Portugal | | | 2 810,15 € |
| Correio da Manhã TV | | | 41 130,38 € |
| Rádio Comercial | | | 4 454,74 € |
| RFM | | | 2 299,22 € |
| Rádio Renascença | | | 1 437,01 € |
| M80 Rádio | | | 12 243,62 € |
| Cidade FM Lisboa | Regional/Local | Rádio | 8 114,96 € |
| Mega Hits | | | 7 213,30 € |
| TSF Rádio Jornal Lisboa, Lda. | | | 7 403,12 € |
| OCS TOTAL | | | 107 033,02 € |
| OCS REGIONAL/LOCAL | | | 34 975,00 € |
| % OCS REGIONAL/LOCAL | | | 32,70% |

Entidade: OPART

Campanha: Temporada 24/25

Período: 9 de setembro a 31 de outubro de 2024

Objetivo: Divulgação da Temporada 24/25

| Órgão de comunicação social | Âmbito geográfico | Tipo | Montante |
|-----------------------------|-------------------|----------|------------|
| Estrelas e Ouriços | Regional/Local | Imprensa | 600,00 € |
| Notícias do Parque | | | 710,00 € |
| OCS TOTAL | | | 1 310,00 € |
| OCS REGIONAL/LOCAL | | | 1310,00 € |
| % OCS REGIONAL/LOCAL | | | 100,00% |

Entidade: OPART

Campanha: Opereta Maria da Fonte (Porto)

Período: 8 a 13 de novembro de 2024

Objetivo: Promoção da opereta Maria da Fonte

| Órgão de comunicação social | Âmbito geográfico | Tipo | Montante |
|-----------------------------|-------------------|----------|------------|
| Expresso | Nacional | Imprensa | 1 000,00 € |
| OCS TOTAL | | | 1 000,00 € |
| OCS REGIONAL/LOCAL | | | 0,00 € |

| | |
|----------------------|-------|
| % OCS REGIONAL/LOCAL | 0,00% |
|----------------------|-------|

Entidade: OPART

Campanha: Programa de aproximação à dança

Período: 11 de novembro a 12 de dezembro de 2024

Objetivo: Divulgação do Programa de aproximação à dança

| Órgão de comunicação social | Âmbito geográfico | Tipo | Montante |
|-----------------------------|-------------------|----------|----------|
| Estrelas e Ouriços | Regional/Local | Imprensa | 300,00 € |
| OCS TOTAL | | | 300,00 € |
| OCS REGIONAL/LOCAL | | | 300,00 € |
| % OCS REGIONAL/LOCAL | | | 100,00% |

Entidade: OPART

Campanha: Alice no País das Maravilhas

Período: 2 de novembro a 10 de dezembro de 2024

Objetivo: Promoção do espetáculo Alice no País das Maravilhas

| Órgão de comunicação social | Âmbito geográfico | Tipo | Montante |
|-----------------------------|-------------------|----------|------------|
| RR | Nacional | Rádio | 1 664,57 € |
| Mega Hits | Regional/local | | 1 461,09 € |
| Estrelas e Ouriços | | Imprensa | 401,00 € |
| OCS TOTAL | | | 3 526,66 € |
| OCS REGIONAL/LOCAL | | | 1 862,09 € |
| % OCS REGIONAL/LOCAL | | | 52,80% |

Entidade: OPART

Campanha: Programação JAN-ABR

Período: 29 de novembro de 2024

Objetivo: Lançamento da programação JAN-ABR

| Órgão de comunicação social | Âmbito geográfico | Tipo | Montante |
|-----------------------------|-------------------|----------|------------|
| Público | Nacional | Imprensa | 500,00 € |
| Expresso | | | 1 000,00 € |
| OCS TOTAL | | | 1 500,00 € |
| OCS REGIONAL/LOCAL | | | 0,00 € |
| % OCS REGIONAL/LOCAL | | | 0,00% |

Entidade: OPART

Campanha: Ciclo Jardim

Período: 3 de janeiro de 2025

Objetivo: Divulgação do Ciclo Jardim

| Órgão de comunicação social | Âmbito geográfico | Tipo | Montante |
|-----------------------------|-------------------|----------|----------|
| Público | Nacional | Imprensa | 500,00 € |

| | |
|----------------------|----------|
| OCS TOTAL | 500,00 € |
| OCS REGIONAL/LOCAL | 0,00 € |
| % OCS REGIONAL/LOCAL | 0,00% |

Entidade: Instituto dos Registos e Notariado (IRN)

Campanha: Prémio Academia dos Registos (1.ª edição)

Período: 15 de janeiro a 20 de fevereiro de 2025

Objetivo: Divulgação do Prémio Academia dos Registos (1.ª edição)

| Órgão de comunicação social | Âmbito geográfico | Tipo | Montante |
|-----------------------------|-------------------|----------|------------|
| Público | Imprensa | Nacional | 1 800,00 € |
| Observador | Digital | | 2 840,00 € |
| OCS TOTAL | | | 4 640,00 € |
| OCS REGIONAL/LOCAL | | | 0,00 € |
| % OCS REGIONAL/LOCAL | | | 0,00% |

Entidade: AICEP

Campanha: França - Publireportagem na revista L'Usine Nouvelle

Período: Janeiro de 2025

Objetivo: Promoção da indústria portuguesa

| Órgão de comunicação social | Tipo | Montante |
|-----------------------------|----------|------------|
| OCS estrangeiro | Imprensa | 1 800,00 € |
| OCS TOTAL | | 1 800,00 € |
| OCS REGIONAL/LOCAL | | 0,00 € |
| % OCS REGIONAL/LOCAL | | 0,00% |

Entidade: AICEP

Campanha: Alemanha -Promoção de Investimento Direto Estrangeiro em Portugal

Período: 1 de maio a 31 de dezembro de 2024

Objetivo: Promoção do investimento estrangeiro em Portugal

| Órgão de comunicação social | Tipo | Montante |
|-----------------------------|----------|------------|
| OCS estrangeiro | Imprensa | 8 835,00 € |
| OCS TOTAL | | 8 835,00 € |
| OCS REGIONAL/LOCAL | | 0,00 € |
| % OCS REGIONAL/LOCAL | | 0,00% |

Entidade: AICEP

Campanha: França - Publireportagem na revista L'Usine Nouvelle

Período: 1 a 31 de março de 2025

Objetivo: Promover a indústria portuguesa

| Órgão de comunicação social | Tipo | Montante |
|-----------------------------|----------|-------------|
| OCS estrangeiro | Imprensa | 15 500,00 € |
| OCS TOTAL | | 15 500,00 € |
| OCS REGIONAL/LOCAL | | 0,00 € |

| | | % OCS REGIONAL/LOCAL | 0,00% |
|--|----------|----------------------|------------|
| Entidade: AICEP | | | |
| Campanha: EUA - S. Francisco Portugal S. Francisco Portugal <i>Restaurant Week</i> | | | |
| Período: 15 a 27 de abril de 2025 | | | |
| Objetivo: Promover Portugal no evento <i>Restaurant Week</i> | | | |
| Órgão de comunicação social | Tipo | Montante | |
| OCS estrangeiro | Imprensa | 5 150,00 € | |
| | | OCS TOTAL | 5 150,00 € |
| | | OCS REGIONAL/LOCAL | 0,00 € |
| | | % OCS REGIONAL/LOCAL | 0,00% |

| Entidade: INCM | | | |
|--|-------------------|----------------------|----------|
| Campanha: Plano Numismático - Moedas | | | |
| Período: 1 de outubro a 31 de dezembro de 2024 | | | |
| Objetivo: Divulgação do Plano Numismático - Moedas | | | |
| Órgão de comunicação social | Âmbito geográfico | Tipo | Montante |
| Moeda | Nacional | Imprensa | 765,00 € |
| | | OCS TOTAL | 765,00 € |
| | | OCS REGIONAL/LOCAL | 0,00 € |
| | | % OCS REGIONAL/LOCAL | 0,00% |

| Entidade: MOBIE | | | |
|---|-------------------|----------------------|------------|
| Campanha: Prémio Nacional da Sustentabilidade | | | |
| Período: 14 de fevereiro a 31 de dezembro de 2025 | | | |
| Objetivo: Divulgação do Prémio Nacional da Sustentabilidade | | | |
| Órgão de comunicação social | Âmbito geográfico | Tipo | Montante |
| Negócios | Nacional | Imprensa | 1 750,00 € |
| | | OCS TOTAL | 1 750,00 € |
| | | OCS REGIONAL/LOCAL | 0,00 € |
| | | % OCS REGIONAL/LOCAL | 0,00% |

As entidades promotoras de campanhas têm o dever de efetuar investimentos em **meios regionais/locais**, nos termos do disposto no n.º 1 do artigo 8.º, o qual determina que “[d]eve ser afeta aos órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem não inferior a **25% do custo global** previsto de cada campanha de publicidade institucional do Estado de valor unitário igual ou superior a 5 000 euros”.

Quanto a esta regra verificou-se que foi cumprida nas duas campanhas que ultrapassaram 5 mil euros, conforme detalhado na figura 2.

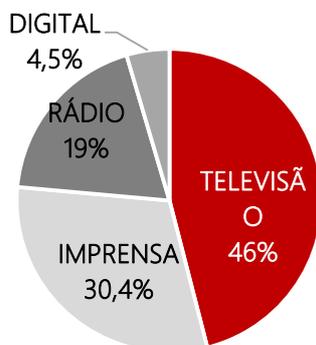
4. INVESTIMENTOS POR MEIOS

A análise da distribuição do investimento global por tipo de meios de comunicação social indica que o valor mais elevado se destinou à **Televisão (46%)**, seguindo-se a **Imprensa (30,4%)**, a **Rádio (19%)** e, por último, o **Digital com 4,5%**.

FIG. 3 - INVESTIMENTO GLOBAL POR TIPO DE OCS

| INVESTIMENTO GLOBAL – POR MEIOS | | |
|---------------------------------|---------------------|---------------|
| Televisão | 111 944,05 € | 46,0% |
| Imprensa | 74 103,00 € | 30,4% |
| Rádio | 46 291,63 € | 19,0% |
| Digital | 11 050,00 € | 4,5% |
| TOTAL | 243 388,68 € | 100,0% |

FIG. 4 - GRAF. INVESTIMENTO OCS GLOBAL

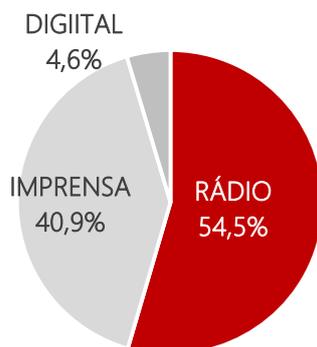


Relativamente aos investimentos em órgãos de comunicação social de âmbito **regional ou local**, verifica-se que o investimento total foi de **66 849,18 euros**, tendo sido a maior parcela destinada à **Rádio (54,5%)**, seguida da **Imprensa (40,9%)** e, por último, situou-se o **Digital (4,6%)**.

FIG. 5 - INVESTIMENTOS OCS REGIONAL/LOCAL POR MEIOS

| INVESTIMENTO REGIONAL/LOCAL – POR MEIOS | | |
|---|--------------------|---------------|
| Rádio | 36 436,09 € | 54,5% |
| Imprensa | 27 353,09 € | 40,9% |
| Digital | 3 060,00 € | 4,6% |
| TOTAL | 66 849,18 € | 100,0% |

FIG. 6 - GRAF. INVESTIMENTOS OCS REGIONAIS/LOCAIS



5.VARIAÇÃO JANEIRO/FEVEREIRO 2025

O número de campanhas validadas em fevereiro de 2025, 16 campanhas, foi significativamente superior ao registado no mês anterior.

Contrariamente, em termos de investimentos registou-se uma descida expressiva do investimento global, mais de 390 mil euros.

Igualmente, no investimento destinado aos meios de âmbito regional /local, registou-se uma quebra acentuada, cerca de 177 mil euros, condicionada pela descida global.

FIG. 7 - VARIAÇÃO JANEIRO/25 – FEVEREIRO/2025

| Meses | N.º campanhas | Global | Regional /local |
|-------------------|---------------|---------------|-----------------|
| jan/25 | 7 | 633 861,00 € | 243 587,90 € |
| fev/25 | 16 | 243 587,90 € | 66 849,09 € |
| Var.Jan/25-fev/25 | 9 | -390 273,10 € | -176 738,81 € |

CONTACTOS

Plataforma da Publicidade

Institucional do Estado

Avenida 24 de Julho, 58

1200-869 Lisboa Portugal

t: +351 210 107 000

f: +351 210 107 019

e: publicidade.institucional@erc.pt

Consulte-nos em <http://pie.erc.pt>