



ERC

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Publicidade Institucional do Estado

2023

RELATÓRIO
DE REGULAÇÃO

2023

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL **DO ESTADO** RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

TÍTULO:

“Publicidade Institucional do Estado em 2023”

EDIÇÃO:

ERC—Entidade Reguladora para a Comunicação Social

SUPERVISÃO:

Joana Duarte
Diretora do Departamento de Supervisão da ERC

AUTORIA:

Ângela Nobre
Técnica do Departamento de Supervisão da ERC

CONCEÇÃO GRÁFICA E PAGINAÇÃO:

Madde Comunicação

REVISÃO:

Consenso Global Lda

Lisboa, julho de 2024

ÍNDICE

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

1. VISÃO GLOBAL	4
2. ENQUADRAMENTO LEGAL	6
3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES	8
4. INVESTIMENTOS COMUNICADOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE	9
5. CAMPANHAS COM INVESTIMENTOS IGUAIS OU SUPERIORES	11
6. INVESTIMENTOS POR TIPO DE MEIOS	13
7. EVOLUÇÃO 2022/2023	15
8. DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DOS INVESTIMENTOS REGIONAIS/LOCAIS	17

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO



1. VISÃO GLOBAL

À Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) compete verificar e fiscalizar o cumprimento das obrigações previstas na [Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto](#), com as alterações introduzidas pelas Leis n.º 2/2020, n.º 75-B/2020 e n.º 19/2023, 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:

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

As despesas de aquisição de publicidade institucional do Estado devem ser comunicadas pelas entidades promotoras em cada campanha, através do Portal PIE-ERC.

A comunicação deve ser efetuada até 15 dias antes do final da campanha, acompanhada da apresentação da respetiva documentação de suporte.

De acordo com o n.º 1, do artigo 11.º do referido diploma, a ERC elabora um relatório mensal das campanhas de publicidade institucional, divulgado no *site* da ERC em: <https://www.erc.pt/pt/publicidade-institucional-do-estado>.

Igualmente nos termos definidos no n.º 2 do referido artigo, compete ainda à ERC a elaboração de um relatório anual sobre o grau de cumprimento da presente lei, que remete à Assembleia da República até ao final do primeiro semestre de cada ano civil.

A fim de obter os dados necessários ao exercício das suas competências e deveres, a ERC disponibiliza uma plataforma digital, o portal PIE-ERC, através do qual as entidades promotoras comunicam as despesas de aquisição de publicidade em cada campanha que promovem, com indicação do investimento realizado por órgão de comunicação social.

As entidades devem ainda fazer acompanhar a comunicação da adequada documentação de suporte for forma a comprovar a validade da despesa realizada. No ano 2023, foram comunicadas **103 campanhas** de publicidade institucional do Estado, promovidas por **33 entidades**.

Os investimentos comunicados atingiram o montante global de **4 041 024,64 euros**, dos quais **1 290 621,77 euros** foram destinados a meios de comunicação social de **âmbito regional/local**, o que corresponde a um valor percentual de **31,9 %** da verba global comunicada pelas entidades. Esta percentagem situa-se em cerca de 7 pontos percentuais acima da quota de 25 % prevista na lei.

Segundo a informação apresentada pelas entidades que comunicaram campanhas, cerca de **30 campanhas** foram distribuídas através de agências de publicidade, o que indica a presença da mediação de agências em cerca de **32 % das campanhas**, que envolveram um montante expressivo, cerca de **3 milhões e 485 mil euros, o que corresponde a 86 % dos investimentos comunicados à ERC**.

Em comparação com os dados de 2022, em que foram comunicadas 112 campanhas, verifica-se um decréscimo do número de campanhas comunicadas em 2023, **menos 9 (nove)**.

Por sua vez, o investimento comunicado em **2023 refletiu uma quebra expressiva de cerca de 2,42 milhões de euros** em relação ao ano anterior, em que o montante comunicado atingiu **6,46 milhões de euros**.

Os investimentos regionais/locais, como seria previsível, também obtiveram investimentos muito inferiores aos do ano anterior, registando uma quebra de cerca de 1 milhão e 93 mil euros, a qual foi particularmente expressiva no meio Rádio que obteve menos cerca de 703 mil euros face a 2022, seguindo-se a Imprensa com menos 317 mil euros.

Importa, a este propósito, referir que, desde a entrada em vigor da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, a ERC tem vindo a integrar no conjunto das despesas de publicidade a publicidade em meios de divulgação que não se qualificam como meios de comunicação social e cujos investimentos publicitários se incluem no cálculo global para apuramento da quota de 25 %, que deve ser destinada aos OCS regionais e locais.

Assim, os valores comunicados no 1.º e 2.º trimestre de 2023 ainda contemplaram publicidade adquirida em meios que não se enquadram no conceito de órgãos de comunicação social, designadamente Plataformas Digitais (partilha de vídeo ou outros conteúdos), Redes Sociais, *Sites*, *Blogs*, *Vlogs*, *Influencers*, *Mupis*, *Multibanco*, entre outros.

No entanto, no âmbito da auditoria do TdC à ERC, este Tribunal recomendou a alteração desta prática (Relato de Auditoria do Tribunal de Contas sobre a aplicação da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto - ff 31-34), entendendo que as despesas publicitárias comunicadas pelas entidades não deveriam abranger a publicidade realizada em meios que não são considerados órgãos de comunicação social, uma vez que não constituem objeto da lei.

Este entendimento passou a ser aplicado pela ERC a partir do 3.º trimestre de 2023, sendo certo que as repercussões serão mais visíveis em 2024, face à tendência crescente para adquirir publicidade neste tipo de meios. De facto, os investimentos comunicados à ERC nos referidos meios atingiram, entre janeiro e setembro de 2023, cerca de **324 mil euros**.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

As regras e os deveres de transparência a que ficam sujeitas as campanhas de publicidade institucional do Estado (doravante PIE), bem como as regras aplicáveis à sua distribuição em território nacional, através dos órgãos de comunicação social locais e regionais encontram-se previstas na Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, com as alterações introduzidas por: Lei n.º 2/2020; Lei n.º 75-B/2020; Lei n.º 19/2023.

À Entidade Reguladora para a Comunicação Social compete verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação social local e regional.

Nos termos do n.º 1 do artigo 7.º do diploma em apreço (Deveres de comunicação e transparência), «[a] aquisição de espaço publicitários (...) deve ser comunicada pela entidade promotora à ERC até 15 dias antes do final da campanha, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte».

No âmbito da aplicação da norma será de salientar que a documentação de suporte disponível no momento da comunicação não integra os comprovativos de pagamento da aquisição da publicidade, o que implica a necessidade completar a documentação em fase posterior e provoca a dilação do período que decorre entre a comunicação pelas entidades e a validação da ERC.

Acresce ainda que a proibição prevista no n.º 2 do artigo 10.º - «[n]ão é permitido o pagamento das campanhas de publicidade institucional sem que a respetiva despesa esteja antecipadamente registada na ERC (...)» -, reforça a necessidade de um período adequado de tempo para as entidades apresentarem à ERC a necessária documentação.

Esta situação provoca atrasos no pagamento da publicidade aos OCS, que, nos casos de adjudicação da campanha a agência de publicidade, se torna mais complexa uma vez que envolve, não raras vezes, para além da empresa contratada (agência de meios), a subcontratação de empresas tais com centrais de compras, em particular para aquisição de publicidade em meios regionais e locais.

As entidades que realizam campanhas de PIE têm ainda a obrigação de distribuir os investimentos publicitários por forma a contemplar os meios regionais e locais, destinando a este tipo de meios «*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 5000 €*», nos termos do n.º 1 do artigo 8.º.

Importa ainda referir a regra adicional contida no n.º4 do mesmo artigo, que indica como deve ser distribuída tendencialmente essa percentagem, desde que «adequado aos fins da campanha»:

- a) Imprensa: 7 %;
- b) Rádio: 6 %;
- c) Televisão: 6 %;
- d) Órgãos de comunicação social digitais: 6 %

A atual lei (em vigor a partir de 31 de maio de 2023) veio atribuir à ERC competências sancionatórias, inexistentes na anterior lei, através da introdução de um regime sancionatório que prevê a aplicação de coimas, designadamente:

«1- A violação do disposto no n.º 1 do artigo 7.º é punida com coima de 1000 a 15 000 (euro).

2- A violação do disposto no n.º 1 do artigo 8.º e do disposto nos n.ºs 1 e 2 do artigo 9.º -A é punida com coima de 2500 a 25 000 (euro) (...)»

De acordo com o disposto no n.º 1 do artigo 11.º do mesmo normativo, a ERC é responsável pela elaboração de um relatório mensal sobre as campanhas comunicadas, que disponibiliza no seu sítio eletrónico www.erc.pt.

Igualmente, nos termos definidos no n.º 2 do referido artigo, compete ainda à ERC a elaboração de um relatório anual sobre o grau de cumprimento da presente lei, que remete à Assembleia da República até ao final do primeiro semestre de cada ano civil.

O presente Relatório incide sobre os investimentos de publicidade institucional do Estado, comunicados através da plataforma digital da ERC, no ano 2023, e a sua conformidade com os deveres previstos na norma aplicável à publicidade institucional do Estado.



3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES

No ano 2023, foram comunicadas campanhas de PIE por parte de **33 entidades**, atingindo um total de **4 041 024,64 euros**, dos quais **1 290 621,77 euros** foram distribuídos por OCS de âmbito regional/local.

Na figura 1, são detalhados os investimentos totais realizados por entidade, bem como os investimentos afetados a OCS de âmbito regional/local.

FIG. 1 – INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES EM 2023

Entidades promotoras de campanhas	Campanhas (n.º)	Investimento global	Investimento Regional/Local
Agência para o Desenvolvimento e Coesão	1	4950,00 €	0,00 €
Centro de Recrutamento da Força Aérea	3	168 939,98 €	44 076,23 €
Secretaria- Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	1	5000,00 €	1 500,00 €
Secretaria- Geral do Ministério da Justiça	3	546 170,75 €	166 856,64 €
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	1	579 608,31 €	231 317,09 €
Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE)	1	1890,00 €	0,00 €
Centro Hospitalar Cova da Beira	5	10 290,00 €	900,00 €
Laboratório Nacional de Energia e Geologia (LNEG)	9	8964,25 €	0,00€
Direção-Geral da Saúde	2	131 331,95 €	52 171,64 €
Direção Regional de Cultura do Alentejo	1	17 472,00 €	17 472,00 €
Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional	2	488 254,46 €	156 266,03 €
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	6	544 457,33 €	197 490,88 €
OPART - Organismo de Produção Artística	3	44 976,42 €	22 350,35 €
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, I.P.	2	6507,00 €	0,00 €
Águas de Portugal, SGPS, S.A.	1	227 759,81 €	66 991,40 €
Docapesca - Portos e Lotas, S.A.	3	86 464,55 €	27 072,17 €
EPAL	2	9760,00 €	1950,00 €
Instituto dos Registos e do Notariado (IRN)	2	1930,00 €	0,00€
Instituto da Segurança Social	3	159 188,41 €	42 133,04 €
Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.	2	35 091,75 €	10 670,51 €
SPMS, EPE - Serviços Partilhados do Ministério da Saúde	1	243 883,37 €	62 133,28 €
Secretaria- Geral da Educação e Ciência	5	70 403,91 €	25 345,00 €
Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral (GPP)	1	9990,00 €	9990,00 €
Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna	1	30 910,20 €	18 350,58 €
Unidade Local de Saúde do Norte Alentejano, EPE	3	5765,68 €	5765,68 €
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	1	250 782,54 €	63 205,61 €
Centro Hospitalar de Leiria	3	1902,50 €	1902,50 €
Águas da Região de Aveiro	4	23 552,97 €	23 552,97 €
Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal	13	191 412,40 €	0,00€
Infraestruturas de Portugal	1	61 713,26 €	17 824,99 €
MOBLE	13	46 739,00 €	9190,00 €
Centro Hospitalar do Oeste	2	2263,40 €	2263,40 €
AMT - Autoridade da Mobilidade e dos Transportes	2	22 698,44 €	11 879,78 €
Totais	103	4 041 024,64	1 290 621,77 €



4. INVESTIMENTOS COMUNICADOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

As campanhas de PIE podem ser adjudicadas a agências de publicidade, desde que estas reúnam os requisitos previstos no artigo 5.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

De acordo com o n.º 3 do artigo 5.º da referida norma, nas situações em que estão envolvidas agências de publicidade, as entidades promotoras «devem acompanhar a execução dos contratos celebrados nos termos dos números anteriores, nomeadamente no que respeita às relações de subcontratação e à aquisição de espaços publicitários através de agências de publicidade (...)».

Deste modo, a lei remete para as entidades a responsabilidade das entidades promotoras o acompanhamento da efetiva concretização do investimento publicitário e da transparência e legalidade dos procedimentos.

Em 2023, foram comunicadas 103 campanhas, por um total de 33 entidades, sendo que 17 entidades contrataram agências de publicidade para a realização de 30 campanhas, o que corresponde a cerca de 29 % da totalidade das campanhas.

O montante envolvido na aquisição de espaço publicitário através de agências atingiu no período em análise cerca de **3 milhões e 500 mil euros**, o que corresponde a **86,2 % do total comunicado em PIE**, sendo de salientar que as entidades recorreram a agências no âmbito das campanhas de maior dimensão, quer no número de OCS, quer no investimento envolvido.

FIG. 2 – INVESTIMENTOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Entidades promotoras de campanhas	Campanhas c/ agência (n.º)	Investimentos de campanhas c/ agência
Centro de Recrutamento da Força Aérea	1	57 417,12 €
Secretária-geral do Ministério da Justiça	3	546 170,75 €
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	1	579 608,31 €
Direção-Geral da Saúde	2	131 331,95 €
Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional	2	488 254,46 €
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	6	544 457,33 €
Águas de Portugal, SGPS, S.A.	1	227 759,81 €
Docapesca - Portos e Lotas, S.A.	2	84 841,45 €
Instituto da Segurança Social	2	147 898,41 €
Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.	1	19 998,75 €
SPMS, EPE - Serviços Partilhados do Ministério da Saúde	1	243 883,37 €
Secretaria- Geral da Educação e Ciência	2	46 510,21 €
Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna	1	30 910,20 €
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	1	250 782,54 €
Infraestruturas de Portugal	1	61 713,26 €
MOBIE	1	750,00€
AMT - Autoridade da Mobilidade e dos Transportes	2	22 698,44 €
Totais	30	3 484 986,36 €

A agência Nova Expressão teve uma intervenção significativa na execução de campanhas de PIE, tendo-lhe sido adjudicadas 16 campanhas com um valor global de 2 169 722,13 euros.

O montante distribuído pela referida agência corresponde a mais de 70 % da totalidade das campanhas distribuídas através de agências e a cerca de 54 % da totalidade do investimento em PIE comunicado à ERC.

A agência que se posicionou em segundo lugar na realização de campanhas de PIE, de acordo com os dados comunicados pelas entidades, foi a MEDIA GATE, que teve intervenção na distribuição de investimentos publicitários de cerca de 900 mil euros.

5. CAMPANHAS COM INVESTIMENTOS IGUAIS OU SUPERIORES

De acordo com o n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, «[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 5000 €».

No período em apreço foram comunicadas **44 campanhas que envolveram investimentos iguais ou superiores a cinco mil euros** e se encontram abrangidas pelo dever de afetação em OCS regionais/locais.

O investimento total por campanha oscilou entre **5000 euros e 579 608 euros**, já os investimentos em meios regionais/locais, situaram-se entre **1500 euros e 231 317 euros**.

Não se registaram casos de incumprimento do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Os investimentos em meios regionais e locais foram, na generalidade dos casos, superiores ao mínimo previsto na lei, sendo de destacar **10 campanhas** nas quais o investimento neste tipo de meios foi **superior a 50 %** do total investido e **5 campanhas** em que o investimento foi **exclusivamente destinado aos OCS Regionais/Locais**.

FIG. 3 – CAMPANHAS COM INVESTIMENTO TOTAL IGUAL OU SUPERIOR A 5MIL EUROS

Campanha	Entidade	Investimento (€)	Investimento Regional/Local (€)	Investimento Regional/Local (%)
Acreditamos no Valor das Pessoas	SG Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	5000,00	1500,00	30,00
Campanha A AdRA resolve	Águas da Região de Aveiro, S.A.	6299,00	6299,00	100,00
Beba água da torneira, a escolha certa	EPAL	7680,00	1950,00	25,39
Resultados POCH (30.06.2023)	SG Educação e Ciência	9393,70	3800,00	40,45
Resultados do POCH (31.03.2023)	SG Educação e Ciência	9510,00	4260,00	44,79
PEPAC Portugal 2023-2027	Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral (GPP)	9990,00	9990,00	100,00
Os desafios da mobilidade	AMT - Autoridade da Mobilidade e dos Transportes	10 103,37	3445,71	34,10
Temporada Teatro São Carlos e Companhia Nacional de Bailado	OPART - Organismo de Produção Artística, E.P.E.	10 172,00	2600,00	25,56
Agenda do Trabalho Digno	Instituto da Segurança Social, I.P.	11 290,00	3900,00	34,54
Conferência - Contratos de serviço público de transporte de passageiros	AMT - Autoridade da Mobilidade e dos Transportes	12 595,07	8434,07	66,96
Academia da Força Aérea2023	Centro de Recrutamento da Força Aérea	12 956,14	3485,14	26,90
Campanha de Promoção do Polvo	Docapesca - Portos e Lotas, S.A.	14 700,00	3700,00	25,17
Agenda do Trabalho Digno	Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.	15 093,00	5600,00	37,10
1 Clique 50 cêntimos	Águas da Região de Aveiro, S.A.	15 839,82	15 839,82	100,00
Resultados do POCH 31.12.2022	SG Educação e Ciência	15 888,75	5510,00	34,68
Divulgação de projetos da Companhia Nacional de Bailado	OPART - Organismo de Produção Artística, E.P.E.	16 333,29	8279,22	50,69
Agenda Cultural da Região Alentejo	Direção Regional de Cultura do Alentejo	17 472,00	17 472,00	100,00

FIG. 3 – CAMPANHAS COM INVESTIMENTO TOTAL IGUAL OU SUPERIOR A 5 MIL EUROS

Campanha	Entidade	Investimento (€)	Investimento Regional/Local (€)	Investimento Regional/Local (%)
Divulgação projetos Teatro Nacional de São Carlos	OPART - Organismo de Produção Artística, E.P.E.	18 471,13	11 471,13	62,10
Programa Avançar	Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.	19 998,75	5070,51	25,35
Medicação crónica	Direção-Geral da Saúde	22 342,67	10 187,83	45,60
Resultados do POCH (31.12.2021)	SG Educação e Ciência	30 621,46	11 775,00	38,45
Eleição da Assembleia Legislativa Madeira – 2023	SG Ministério da Administração Interna	30 910,20	18 350,58	59,37
Campanha "Dê Prioridade à Vida" - Segunda edição	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	33 100,00	33 100,00	100,00
Regime de contrato1 2023 Curso de Formação de Oficiais e Praças	Centro de Recrutamento da Força Aérea	57 417,12	14 423,46	25,12
Campanha de segurança em passagens de nível	Infraestruturas de Portugal, SA	61 713,26	17 824,99	28,88
App Creche Feliz - Rede de Creches Gratuitas	Instituto da Segurança Social, I.P.	65 971,40	16 924,21	25,65
Campanha de Promoção do Pescado "Nada Melhor"	Docapesca - Portos e Lotas, S.A.	70 141,45	21 749,07	31,01
Campanha de Natal 2022 "O melhor presente é estar presente"	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	73 429,83	18 984,95	25,85
Acolhimento Familiar	Instituto da Segurança Social, I.P.	81 927,01	21 308,83	26,01
Páscoa 2023 "Dê Prioridade à Vida"	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	85 251,06	22 151,09	25,98
Ano Novo 2023 "O melhor presente é estar presente"	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	87 244,75	22 304,02	25,56
Regime de Contrato2023 Formação de Oficiais, Sargentos e Praças	Centro de Recrutamento da Força Aérea	98 566,72	26 167,63	26,55
Campanha Vacinação Gripe/COVID-19	Direção-Geral da Saúde	108 989,28	41 983,81	38,52
Dê Prioridade à Vida	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	131 598,56	54 806,52	41,65
Os Radares Salvam Vidas	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	133 833,13	46 144,30	34,48
BUPi - Páscoa 2023	SG Ministério da Justiça	139 949,99	51 313,65	36,67
Campanha Ensino Profissional	Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional, I.P.	170 655,04	56 615,87	33,18
Campanha de comunicação BUPi	SG Ministério da Justiça	180 120,76	45 640,00	25,34
BUPi Verão e Natal 2023	SG Ministério da Justiça	226 100,00	69 902,99	30,92
Água é Vida - Não a desperdice	Águas de Portugal, SGPS, S.A.	227 759,81	66 991,40	29,41
SNS 24, um hábito saudável	SPMS, EPE - Serviços Partilhados do Ministério da Saúde	243 883,37	62 133,28	25,48
Aldeia segura/Pessoas seguras	Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	250 782,54	63 205,61	25,20
Agarre em si e melhore o seu futuro	Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional, I.P.	317 599,42	99 650,16	31,38
Redução dos incêndios rurais	Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, I.P.	579 608,31	231 317,09	39,91

Os planos de distribuição das campanhas comunicadas ao longo do ano 2023 encontram-se detalhados nos relatórios mensais disponibilizados no sítio eletrónico da ERC em:

<https://www.erc.pt/pt/estudos/publicidade--/relatorio-sobre-publicidade-institucional-do-estado/>

6. INVESTIMENTOS POR TIPO DE MEIOS

6.1. Análise dos investimentos globais

No que respeita à análise da distribuição da publicidade pelos meios, verificou-se que foi abrangido um universo de **392 OCS**.

A **Imprensa** reflete a maior diversidade, com **222 títulos** selecionados, seguindo-se a **Rádio** com **129**, o **Digital** com **32** e, por último a **Televisão** com **9 serviços de programas** contemplados com publicidade institucional do Estado.

Relativamente ao montante investido, verifica-se que foi atingido o montante superior a **4 milhões de euros**, tendo o montante mais significativo sido canalizado para o meio televisivo, que recebeu acima de **1,74 milhões de euros**, o que **corresponde a 43 %** do total comunicado.

À **Imprensa**, foram destinados cerca de **911 mil euros (23 %)**, e à **Rádio 855 mil euros (21 %)**. **Os meios do tipo digital** situaram-se muito aquém dos restantes, captando apenas cerca **de 35,6 mil euros (1 %)**.

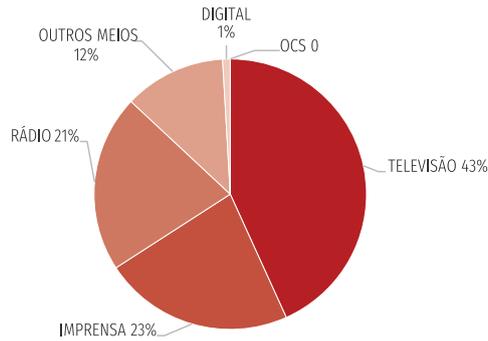
Os investimentos designados por “**outros meios**” referem-se à publicidade adquirida em meios que não são órgãos de comunicação social tais como redes sociais, plataformas de vídeo, outdoors, rede multibanco ou outros anúncios digitais. Inclui também os investimentos em meios estrangeiros. Estes investimentos atingiram um montante significativo, **superior a 490 mil euros (12 %)**.

FIG. 4 – DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS PUBLICITÁRIOS POR TIPO DE OCS

MEIOS	2022 (n.º)	2023 (n.º)	Var. 2022/2023 (n.º)
TELEVISÃO	15	9	-6
IMPRESA	277	222	-55
RÁDIO	210	129	-81
DIGITAL	59	32	-27
TOTAL	561	392	-169

MEIOS	2022 (€)	2023 (€)	Var. 2022/2023 (€)
TELEVISÃO	2 461 736,88	1 748 444,81	-713 292,07
IMPRESA	1 866 932,82	911 730,37	-955 202,45
RÁDIO	1 731 880,62	855 202,63	-876 677,99
DIGITAL	110 150,52	35 605,50	-74 545,02
OUTROS MEIOS	292 007,85 €	490 041,33	198 033,48
TOTAL	6 462 708,69	4 041 024,64	-2 421 684,05

FIG. 5 – GRÁFICO DE INVESTIMENTO GLOBAL POR TIPO DE MEIOS



6.2. Análise dos investimentos em meios Regionais e Locais

A publicidade em meios de âmbito regional e local foi distribuída por 348 OCS, dos quais a maioria se refere a títulos de imprensa (199), seguindo-se a Rádio (122) e, por último, o Digital (27).

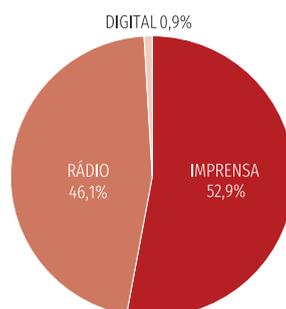
No que respeita aos investimentos, o montante mais elevado foi destinado à Imprensa, cerca de 683 mil euros, o que corresponde a 53 % do total, seguindo-se a Rádio com cerca de 596 mil euros, e, por último o Digital, muito aquém dos anteriores, com pouco mais de 12 mil euros.

FIG. 6 – DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS PUBLICITÁRIOS POR TIPO DE OCS REGIONAL/LOCAL

OCS REGIONAL/LOCAL	2022 (n.º)	2023 (n.º)	2022/2023 (n.º)
IMPRENSA	248	199	-49
RÁDIO	205	122	-83
DIGITAL	49	27	-22
TOTAL	502	348	-154

OCS REGIONAL/LOCAL	2022 (€)	2023 (€)	2022/2023 (€)
IMPRENSA	1 000 099,27	682 974,38	-317 124,89
RÁDIO	1 299 901,27	595 595,89	-704 305,38
DIGITAL	84 267,24	12 051,50	-72 215,74
TOTAL	2 384 267,78	1 290 621,77	-1 093 646,01

FIG. 7 – GRÁFICO DE INVESTIMENTO REGIONAL/ LOCAL POR TIPO DE MEIOS



7. EVOLUÇÃO 2022/2023

7.1. Análise da evolução dos investimentos globais

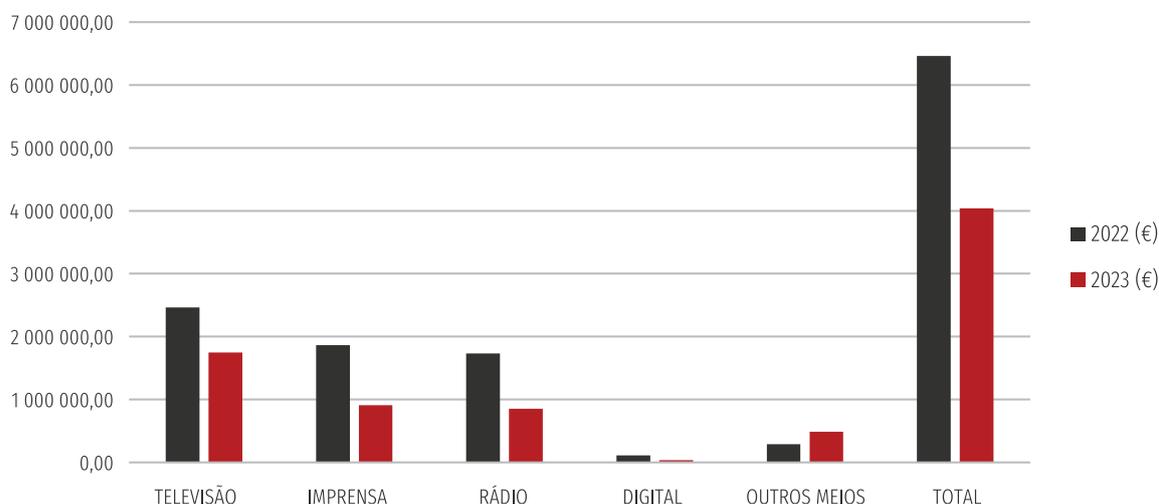
O número total de OCS abrangidos por investimentos PIE desceu significativamente em relação ao ano anterior, menos 169, refletindo **uma expressiva descida do universo de OCS contemplados com publicidade institucional do Estado, nos diversos tipos de meios.**

A descida mais expressiva registou-se no número de rádios selecionadas (-81), seguindo-se a Imprensa (-55), o digital (-27) e a televisão (-6).

Em matéria de investimentos, verificou-se igualmente uma descida generalizada, tendo a maior quebra ocorrido na Imprensa, com um diferencial negativo de cerca 955 mil euros, seguindo-se a Rádio (- 876 mil euros), a televisão (- 713 mil euros) e o Digital (- 74,5 mil euros).

Os investimentos que registaram uma evolução positiva foram destinados aos designados a meios que não são órgãos de comunicação social, que receberam mais 198 mil euros em 2023.

FIG. 8 – GRÁFICO DA EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS GLOBAIS POR TIPO DE OCS -2022/2023



7.2. Análise da evolução dos investimentos regionais/locais

O número total de OCS regionais e locais contemplados com PIE desceu significativamente em relação ao ano anterior, menos 154, descida distribuída por todos os meios, com maior relevo no meio Rádio, que teve menos 83 rádios selecionadas.

Relativamente ao montante destinado a **OCS regionais e locais**, a descida foi igualmente expressiva, cerca de **menos 1 milhão de euros** relativamente ao ano anterior.

As quebras mais significativas ocorreram na Imprensa (- 683 mil euros) e na Rádio (-596 mil euros). O Digital desceu cerca de 72 mil euros.

FIG. 9 – GRÁFICO DA EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS REGIONAIS/LOCAIS POR TIPO DE OCS -2022/2023

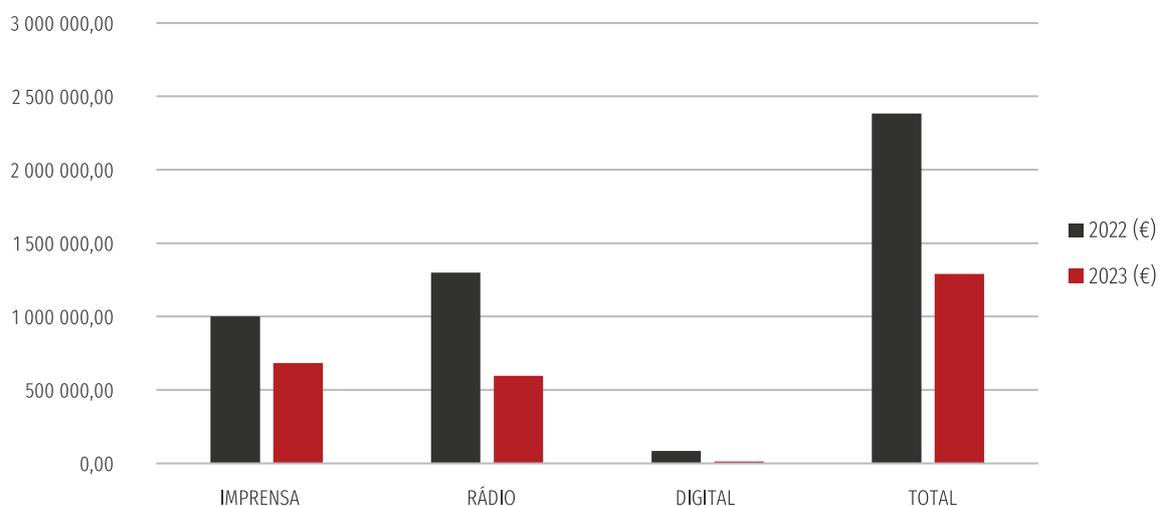
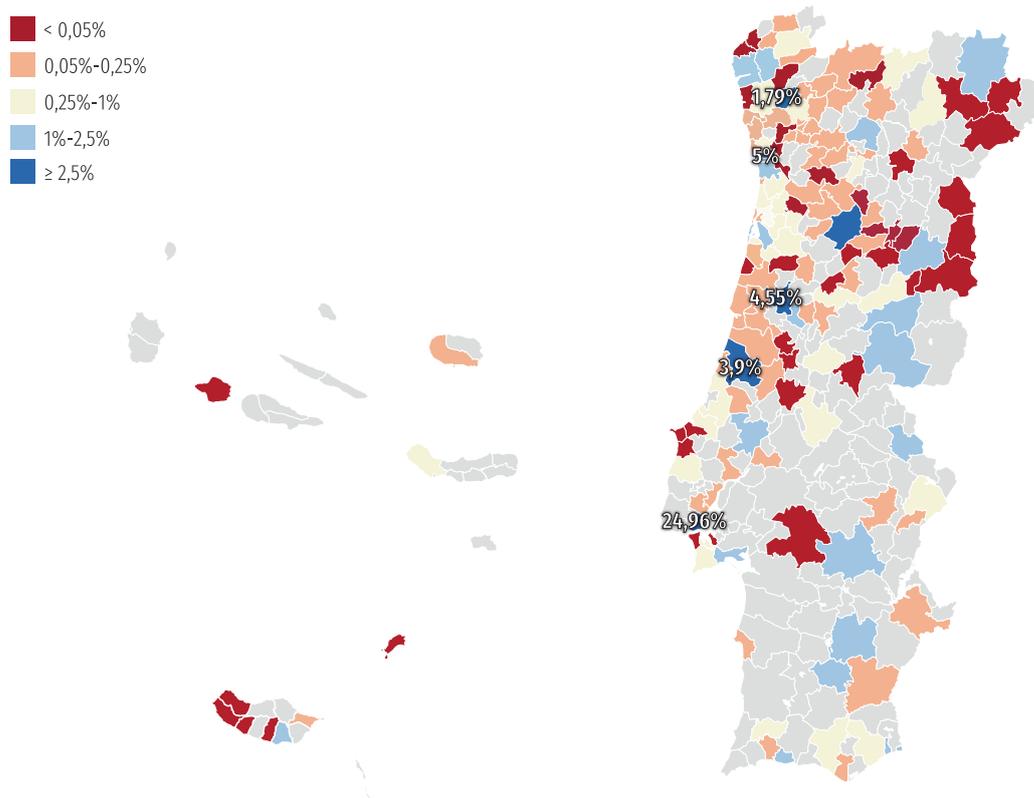


FIG. 11 - MAPA DE DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS REGIONAIS/LOCAIS EM TERRITÓRIO NACIONAL POR CONCELHOS (5 MAIS)



Em termos de análise por concelho, Lisboa continua a destacar-se dos restantes territórios, tendo recebido 25 % do total investido.

Ainda que bastante distanciados da capital em matéria de investimentos, seguem-se o Porto com 5 %, Coimbra com 4,6 % e Braga e Leiria com 4 %.



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Morada

Avenida 24 de Julho, n.º 58
1200-869 Lisboa

Contactos

Tel: +351 210 107 000
Fax: +351 210 107 019
Geral: info@erc.pt