



# **CONDIÇÕES GERAIS DE CONTRATAÇÃO DE PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO COMERCIAL**

**INFORMAÇÃO COMERCIAL N° 001A/26**  
15.12.2025

[www.mediacapitalcomercial.pt](http://www.mediacapitalcomercial.pt)

MORADA: Rua Mário Castelhana n° 40 – 2734-502 Barcarena  
TELEFONE: + 351 214 347 527 | EMAIL: comercial.externo@tvi.pt

# ÍNDICE

<b>I. DISPOSIÇÕES GERAIS.....</b>	<b>4</b>
1. OBJETO .....	4
2. NORMAS APLICÁVEIS.....	4
3. PARTES CONTRATANTES.....	4
4. RESPONSABILIDADE DOS CLIENTES .....	4
5. MODALIDADES DE COMUNICAÇÃO COMERCIAL .....	5
6. APROVAÇÃO OU VISIONAMENTO PRÉVIO .....	5
7. APRESENTAÇÕES COMERCIAIS E DE MARKETING .....	5
<b>II. PROCESSO DE CONTRATAÇÃO DE PUBLICIDADE .....</b>	<b>5</b>
1. NEGOCIAÇÃO / CONDIÇÕES COMERCIAIS .....	5
2. ORDENS DE PUBLICIDADE .....	6
3. CONTRATO DE DIFUSÃO DE PUBLICIDADE.....	6
4. ALTERAÇÕES E ANULAÇÕES DE CONTRATOS DE DIFUSÃO DE PUBLICIDADE.....	7
5. AGRUPAMENTOS DE MARCAS / ANUNCIANTES PARA COMPRA DE ESPAÇO .....	7
6. MUDANÇA DE AGÊNCIA DE MEIOS, DE COMUNICAÇÃO OU CENTRAL DE COMPRAS .....	8
7. ENTREGA DO MATERIAL PUBLICITÁRIO .....	8
<b>III. CONTEÚDO DA PUBLICIDADE .....</b>	<b>8</b>
1. NORMAS REGULADORAS.....	8
2. ANÚNCIOS ALUSIVOS A MARCAS DA MCD .....	9
3. ANÚNCIOS ALUSIVOS A SITES CONCORRENTES.....	9
4. ANÚNCIOS ALUSIVOS A MARCAS CONCORRENTES.....	9
5. RESPONSABILIDADE PELA UTILIZAÇÃO E PELO CONTEÚDOS DOS ANÚNCIOS .....	9
6. PUBLICIDADE MULTIPRODOTO .....	10
7. OUTRAS CONDICIONANTES AO CONTEÚDO DA PUBLICIDADE .....	11
<b>IV. CARACTERÍSTICAS DA EMISSÃO PUBLICITÁRIA.....</b>	<b>11</b>
1. A EMISSÃO PUBLICITÁRIA.....	11
2. MEDIÇÃO DA PUBLICIDADE.....	11
<b>V. CONDIÇÕES ECONÓMICAS .....</b>	<b>12</b>
1. TABELAS DE PREÇOS DE VENDA DE ESPAÇO PARA COLOCAÇÃO ONLINE DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS .....	12

2. FATURAÇÃO.....	12
3. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO.....	12
4. PRÉMIOS DE PRODUÇÃO ANUAL - CENTRAIS DE COMPRA / AGÊNCIAS DE MEIOS / AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO .....	13
<b>VI. CONFIDENCIALIDADE .....</b>	<b>13</b>
<b>VII. VIGÊNCIA .....</b>	<b>14</b>
1. ENTRADA EM VIGOR.....	14
2. ALTERAÇÕES.....	14
<b>VIII. FORO .....</b>	<b>14</b>
<b>IX. CIRCUNSTÂNCIAS NÃO PREVISTAS.....</b>	<b>14</b>
<b>X. ESPECIFICAÇÕES DO MATERIAL PUBLICITÁRIO .....</b>	<b>14</b>

## **I. DISPOSIÇÕES GERAIS**

### **1. OBJETO**

A MCD (Media Capital Digital, S.A., sociedade anónima com sede na Rua Mário Castelhana, n.º 40, Queluz de Baixo, freguesia de Barcarena, concelho de Oeiras, com o capital social de € 55.000,00, matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa, com o número de matrícula e de pessoa coletiva único 504 749 960), é atualmente responsável pela comercialização de publicidade e comunicação comercial *online* nos *websites* da sua rede, quer sejam sua propriedade, quer sejam dos seus parceiros ou de terceiros legalmente autorizados para tal.

### **2. NORMAS APLICÁVEIS**

A contratação de espaço publicitário a difundir pela MCD reger-se-á pelas presentes Condições Gerais, pela legislação nacional e internacional aplicável e por quaisquer outras regras, códigos ou leis aplicáveis em matéria de publicidade ou patrocínio emitidos por autoridades reguladoras. A publicidade e as comunicações comerciais audiovisuais a emitir em serviços audiovisuais explorados sob licença da Warner Media, LLC obedecerão igualmente às condições fixadas por esta, ou por quem a cada momento for titular da marca "CNN PORTUGAL".

### **3. PARTES CONTRATANTES**

- 3.1 A MCD intervém na qualidade de mandatária na contratação de toda a comunicação comercial online a colocar em todas as suas plataformas.
- 3.2 As entidades anunciantes contratarão com a MCD o espaço publicitário (i) através de Agências de Comunicação/ Agências de Meios/Centrais de Compra, (ii) através de qualquer outra entidade interveniente na planificação ou (iii) diretamente devendo apresentar à MCD toda a documentação por esta exigida comprovativa da sua existência jurídica e do exercício da sua atividade.
- 3.3. Sempre que a contratação se estabeleça diretamente entre o Anunciante e a MCD será necessária a respetiva formalização prévia mediante contrato escrito e assinado por quem vincular legalmente as Partes.

### **4. RESPONSABILIDADE DOS CLIENTES**

Para todos os efeitos, entende-se que as Agências de Comunicação/ Agências de Meios/Centrais de Compra atuam sempre em nome e por conta das entidades anunciantes e também de outras Agências que eventualmente sejam por aquelas distribuídas, sendo que todas serão consideradas solidariamente responsáveis pelo cumprimento das obrigações decorrentes da contratação comercial, pelo que a MCD pode exigir de qualquer daquelas entidades o cumprimento integral de quaisquer créditos que detenha. Por razões de ordem

prática e sempre que possível, as entidades contratantes de comunicação comercial *online* com a MCD passarão a ser designadas genericamente, neste documento, por Clientes.

## **5. MODALIDADES DE COMUNICAÇÃO COMERCIAL**

A comunicação comercial online a ser difundida através da MCD poderá assumir diversas modalidades, desde os *banners standard/richmedia* aos patrocínios, às publireportagens, artigos patrocinados, formatos de *Vídeo, Mobile* e *Apps* ou outras modalidades de comunicação comercial permitidas por lei.

## **6. APROVAÇÃO OU VISIONAMENTO PRÉVIO**

A MCD terá sempre o direito de exigir a aprovação ou visionamento prévio de todas as mensagens, textos ou imagens a difundir nos seus *sites* e, bem assim, de recusar as mensagens que se não conformem com as presentes Condições ou cujo objeto (nomeadamente, o conteúdo 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.

## **7. APRESENTAÇÕES COMERCIAIS E DE MARKETING**

Os clientes concordam que quaisquer materiais ou apresentações comerciais e de *marketing* que lhes sejam fornecidos para divulgação dos serviços da MCD são apenas exemplos e que a MCD reserva-se o direito de modificar posições de qualquer material publicitário incluindo posições de integração.

# **II. PROCESSO DE CONTRATAÇÃO DE PUBLICIDADE**

## **1. NEGOCIAÇÃO / CONDIÇÕES COMERCIAIS**

- 1.1. No início da negociação, a MCD remeterá ao Cliente uma proposta contendo as condições comerciais aplicáveis às Ordens de Publicidade a emitir por este.
- 1.2. O Cliente deverá devolver à MCD a proposta desta relativa às condições comerciais devidamente assinada. As condições comerciais constantes da proposta da MCD só são eficazes após esse momento. Em caso de não devolução do referido documento devidamente assinado, a MCD reserva-se o direito de, a qualquer momento, suspender a exibição das campanhas do Cliente ou de faturar as campanhas do cliente a preço de tabela.
- 1.3. Após a seleção, pelo Cliente, do escalão de investimento a realizar nos *websites* comercializados pela MCD, são aplicáveis às Ordens de Publicidade colocadas por esse Cliente as condições comerciais correspondentes ao referido escalão. As Ordens de Publicidade só poderão ser processadas após formalização da negociação por parte do anunciante e agência.

- 1.4 Na situação de concurso entre várias agências de meios, a MCD remeterá a proposta contendo as condições comerciais aplicáveis ao anunciante. A referida proposta será também dirigida às várias agências intervenientes, desde que o anunciante proceda, para o efeito, à prestação prévia de informação à MCD relativa às agências de meios que integram o referido concurso.

## **2. ORDENS DE PUBLICIDADE**

- 2.1. A apresentação de uma Ordem de Publicidade implica por parte do Cliente o conhecimento e aceitação integrais das presentes Condições Gerais.
- 2.2. Os Clientes emitirão por correio eletrónico, por fax ou por outro suporte escrito Ordens de Publicidade dirigidas à MCD, as quais conterão obrigatoriamente os seguintes elementos:
- Identificação dos *sites* onde pretendem que a campanha seja difundida *online*;
  - Identificação da entidade responsável pela compra de espaço;
  - Identificação da entidade a faturar e respetivo número de contribuinte;
  - Identificação do anunciante / produto;
  - Identificação das condições comerciais acordadas;
  - Identificação das datas de início e de fim da campanha;
  - Identificação do investimento do espaço a contratar;
  - Identificação das impressões contratadas para cada *site*.
- 2.3. A MCD reserva-se o direito de não cumprir as Ordens de Publicidade que não apresentem algum dos elementos atrás referidos.
- 2.4. Todas as Ordens de Publicidade serão consideradas como tendo sido validamente emitidas pelos Clientes, os quais assumem assim a responsabilidade direta pela divulgação *online* da publicidade e, bem assim, pelo cumprimento das obrigações decorrentes das presentes Condições Gerais.
- 2.5. As Ordens de Publicidade deverão ser entregues na MCD com a antecedência mínima de cinco dias úteis em relação ao primeiro dia de início da campanha. Em caso de dúvida sobre o momento de receção das Ordens de Publicidade, este momento será determinado de acordo com a hora constante dos equipamentos da MCD. A MCD reserva-se o direito de não aceitar Ordens de Publicidade que não deem entrada na MCD até ao 5º dia útil imediatamente anterior à data da primeira emissão pretendida.

## **3. CONTRATO DE DIFUSÃO DE PUBLICIDADE**

- 3.1. Uma Ordem de Publicidade converte-se em Contrato de Difusão de Publicidade quando se efetivar a respetiva exibição por parte da MCD.

## **4. ALTERAÇÕES E ANULAÇÕES DE CONTRATOS DE DIFUSÃO DE PUBLICIDADE**

### **4.1. Alterações de contratos de difusão de publicidade**

Qualquer proposta de alteração de um Contrato de Difusão de Publicidade deve ser apresentada à MCD impreterivelmente até às 12:00 (doze horas) do 2º dia útil imediatamente anterior ao dia em que está programado o início da difusão.

### **4.2. Anulações de ordens de publicidade e contratos de difusão de publicidade**

4.2.1. A anulação total ou parcial de uma Ordem de Publicidade já confirmada pela MCD só será aceite pela MCD se lhe for pedida expressamente por escrito pelo Cliente ou por quem o represente, nos termos da cláusula 4.ª da Parte I *supra*.

4.2.2. A anulação total ou parcial de uma Ordem de Publicidade já confirmada pela MCD submete o Cliente aos seguintes termos e condições:

4.2.2.1. Os cancelamentos antes do início da difusão terão de ser comunicados pelo Cliente à MCD até ao 2º dia útil anterior ao início da difusão. Cancelamentos após o 2º dia útil o Cliente ficará obrigado a pagar à MCD 20% sobre o valor total da campanha;

4.2.2.2. Nos cancelamentos após o início da difusão, o Cliente ficará obrigado a pagar à MCD 20% sobre o valor remanescente e 100% do valor correspondente às inserções já exibidas;

4.2.3. As presentes regras não se aplicam quando a anulação ou cancelamento pelo Cliente se ficar a dever a uma decisão judicial, da entidade administrativa competente ou da ARP – Associação da Autorregulação Publicitária, quando transitadas em julgado ou quando adquiram eficácia equivalente, que sustentem a ilegalidade da inserção em causa. Neste caso, a anulação ou cancelamento total ou parcial não implica qualquer responsabilidade para o Cliente.

## **5. AGRUPAMENTOS DE MARCAS / ANUNCIANTES PARA COMPRA DE ESPAÇO**

Para que possa ser considerada a integração da comunicação comercial *online* a uma marca nas condições comerciais negociadas entre a MCD e uma determinada entidade é necessário que cumulativamente:

5.1. Essa marca seja propriedade de uma entidade cujo capital social seja detido em mais de 50% pela entidade que beneficia das referidas condições;

5.2. As decisões de investimento em comunicação comercial *online* das marcas em questão estejam centralizadas num interlocutor único, que proceda à gestão centralizada de tal investimento; A integração de marcas nas condições comerciais aplicáveis a um distribuidor só será admitida se o detentor da marca não se encontrar representado em Portugal.

## **6. MUDANÇA DE AGÊNCIA DE MEIOS, DE COMUNICAÇÃO OU DE CENTRAL DE COMPRAS**

- 6.1. A mudança de Agência de Comunicação ou da Agência de Meios com quem foi efetuada a contratação de uma dada campanha comercial deverá ser comunicada expressamente e imediatamente à MCD, para que possa ter efeitos sobre a referida campanha.
- 6.2. Do mesmo modo, sempre que uma dada Agência de Meios/ Agência de Comunicação/Central de Compras ou um Anunciante deixar de intervir diretamente na contratação comercial e passar a fazê-lo por intermédio de terceiros, deverá comunicar imediatamente tal facto à MCD.
- 6.3. Em caso de incumprimento das regras constantes do número anterior, a MCD reserva-se o direito de recusar campanhas comerciais, mesmo as já anteriormente contratadas pelo Cliente em causa, com fundamento no não reconhecimento da nova Agência de Meios/ Agência de Comunicação/Central de Compras

## **7. ENTREGA DO MATERIAL PUBLICITÁRIO**

- 7.1. O material publicitário será entregue na MCD: Em caso de publicidade comparativa, até cinco dias úteis antes do início da campanha. Este último prazo pode excepcionalmente ser encurtado se a MCD assim o entender, nos casos em que o Cliente apresente uma opinião d ARP – Associação da Autorregulação Publicitária no sentido da não existência de indícios de desconformidade do material publicitário com o respetivo Código de Conduta.
- 7.2. O material publicitário deverá ser entregue à MCD completo em termos criativos e conforme as Especificações Técnicas presentes no ponto X (Especificações do material publicitário) deste documento (incluindo as de qualidade que são inerentes à indústria publicitária), 5 dias antes da data de início da campanha ou, no caso de material que ainda venha a ser trabalhado pela MCD, em prazo acordado e de acordo com as especificações que a MCD determine para o efeito.
- 7.3. O incumprimento dos prazos previstos na presente cláusula poderá implicar a não execução pela MCD da Ordem de Publicidade, tendo esta o direito de faturar ao Cliente as visualizações contratadas para os dias dos prazos referidos ainda que não sejam

## **III. CONTEÚDO DA PUBLICIDADE**

### **1. NORMAS REGULADORAS**

- 1.1 O conteúdo da publicidade deverá respeitar as disposições legais e regulamentos aplicáveis à comunicação comercial *online* e à atividade publicitária e comercial, bem como as regras do Código de Conduta da ARP – Associação da Autorregulação Publicitária ou outros organismos de autorregulação de que a MCD reconhece e adota, assim como as presentes Condições Gerais.

- 1.2 Para uma correta aplicação do estipulado no número precedente, o Cliente tem inteiro conhecimento de que a MCD se encontra subordinada ao acatamento dos seus Estatutos e que adota o disposto no Código de Conduta da ARP – Associação da Autorregulação Publicitária e outros normativos desta associação, nomeadamente no que respeita às deliberações emanadas do mesmo, pelo que o cliente aceita integralmente que a MCD não proceda à colocação *online* das mensagens publicitárias consideradas ético ou legalmente censuráveis ou as faça cessar com a brevidade possível.

## **2. ANÚNCIOS ALUSIVOS A MARCAS DA MCD**

A MCD não aceitará para colocação *online* quaisquer anúncios que se refiram direta ou indiretamente a marcas suas ou de seus parceiros, ou aos respetivos títulos, símbolos ou outros elementos. A exibição destes fica sujeita a autorização/acordo prévio e expresso por parte da MCD.

## **3. ANÚNCIOS ALUSIVOS A SITES CONCORRENTES**

A MCD não aceitará para colocação *online* quaisquer anúncios que se refiram direta ou indiretamente a sites concorrentes ou aos respetivos títulos, símbolos ou outros elementos. A exibição destes fica sujeita a autorização/acordo prévio e expresso por parte da MCD.

## **4. ANÚNCIOS ALUSIVOS A MARCAS CONCORRENTES**

A MCD não aceitará para colocação *online* quaisquer anúncios que se refiram direta ou indiretamente a marcas concorrentes ou aos respetivos títulos, símbolos ou outros elementos. A exibição destes fica sujeita a autorização/acordo prévio e expresso por parte da MCD.

## **5. RESPONSABILIDADE PELA UTILIZAÇÃO E PELO CONTEÚDOS DOS ANÚNCIOS**

- 5.1. A MCD 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 da Propriedade Industrial (INPI).
- 5.2. Face à MCD, os Clientes serão exclusivamente responsáveis pelo conteúdo dos anúncios e pelas consequências da sua divulgação *online*.
- 5.3. Os clientes serão ainda exclusivamente responsáveis perante a MCD por todo e qualquer direito ou autorização de terceiros relativos à publicidade a difundir, designadamente todos os direitos de autor e direitos conexos, de reprodução ou outros, bem como pela liquidação de eventuais contrapartidas necessárias para garantir à MCD a regularidade da emissão da publicidade.
- 5.4. Em consequência do disposto nos números anteriores, a MCD terá direito a ser ressarcida sobre os Clientes em relação a qualquer multa, coima, indemnização ou outros encargos em que incorra por força do incumprimento das normas legais ou

contratuais aplicáveis ao conteúdo da publicidade difundida e que seja imputável ao Cliente.

- 5.5. Os anúncios que representem trabalho criativo da MCD ou a utilização de criatividade, ilustração, trabalho, composição ou material fornecido pela mesma, serão propriedade da MCD, incluindo os direitos de autor incluídos nos mesmos. Os Clientes compreendem e concordam que não serão autorizadas cópias totais ou em parte dos anúncios efetuados nestes moldes.

## 6. PUBLICIDADE MULTIPRODUTO

Não serão admitidos anúncios com alusões a diferentes anunciantes, marcas, produtos ou serviços, sem que exista uma relação expressa entre eles.

### 6.1. De anunciantes distintos

Sempre que um anunciante deseje ver referidos, num dado anúncio, mais do que um produto, marca ou serviço, ficará sujeito às seguintes condições, de acordo com a natureza desse mesmo anúncio:

- 6.1.1. Sempre que no mesmo anúncio exista publicidade a dois ou mais anunciantes, produtos, marcas e serviços e desde que seja devidamente expressa uma relação entre eles, será aplicada uma sobretaxa de 50% por cada elemento adicional, de entre os referidos.
- 6.1.2 Sempre que no mesmo anúncio surjam meras referências ou alusões verbais ou visuais a outros anunciantes ou a produtos, marcas ou serviços de outros anunciantes, de carácter factual ou objetivo, i.e., sem os publicitar — e desde que seja devidamente expressa uma relação entre eles (incluindo promoções) — será cobrada uma sobretaxa de 20% por cada elemento adicional, de entre os referidos.
- 6.1.3. Em qualquer caso, eventuais referências ou alusões a outros anunciantes, marcas, produtos ou serviços não poderão exceder 20% da duração total do spot.
- 6.1.4. As condições descritas nos pontos anteriores poderão ser cumulativas.

### 6.2. Do mesmo anunciante

- 6.2.1. Sempre que no mesmo anúncio surjam referências ou alusões verbais ou visuais, mesmo que em *packshot*, a outros produtos, marcas (incluindo marcas próprias e promoções) ou serviços adicionais de um mesmo anunciante — de carácter factual ou objetivo, i.e., sem os publicitar e sem referências individuais, será aplicada uma taxa de 20% por cada referência adicional.
- 6.2.2. Sempre que no mesmo anúncio exista publicidade a dois ou mais produtos, marcas e serviços e desde que seja devidamente expressa uma relação entre eles, será aplicada uma sobretaxa de 20% por cada referência adicional.

6.2.3. Em qualquer caso, eventuais referências ou alusões a outras marcas, produtos ou serviços não poderão exceder 20% da duração total do *spot*.

6.2.4. As condições descritas nos pontos anteriores poderão ser cumulativas.

## **7. OUTRAS CONDICIONANTES AO CONTEÚDO DA PUBLICIDADE**

- 7.1. Os clientes deverão assegurar que o material publicitário é claramente identificado pelo utilizador como tal e que não contenha qualquer material que possa ser entendido pelos utilizadores como editorial da MCD.
- 7.2. Os clientes têm conhecimento que a MCD coloca junto aos formatos publicitários a referência 'PUB' ou outro termo semelhante para mais fácil identificação por parte do utilizador.
- 7.3. Os clientes assegurarão que o material publicitário que tenha referências a promoção de passatempos claramente identifique o promotor do passatempo 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.
- 7.4. Os clientes assegurarão que qualquer 'URL' que esteja associado ao material publicitário levará os utilizadores ao *site* pretendido. A MCD reserva-se o direito de testar se o 'URL' está funcional e poderá retirar qualquer 'URL' que não obedeça aos requisitos de aprovação.

## **IV. CARACTERÍSTICAS DA EMISSÃO PUBLICITÁRIA**

### **1. A EMISSÃO PUBLICITÁRIA**

- 1.1. A publicidade poderá ser difundida através dos *sites* MCD ou de quaisquer outros de que a MCD venha a ser titular no futuro e cuja exploração comercial lhe seja contratualmente atribuída.
- 1.2. A MCD poderá alterar, suspender ou terminar a difusão de um *site*, bem como terminar uma parceria com *sites* terceiros, a todo o tempo, em função de interesses internos.
- 1.3. Estas alterações serão comunicadas aos Clientes no mais curto espaço de tempo possível.
- 1.4. As Ordens de Publicidade enviadas pelos Clientes indicarão as datas de início e de fim da campanha, os *sites* por eles escolhidos, definindo assim a localização e o preço a cobrar pela MCD.

### **2. MEDIÇÃO DA PUBLICIDADE**

- 2.1. A MCD 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 MCD.

- 2.2 No caso de concordância na aceitação de resultados de servidores de terceiros, só serão aceites discrepâncias entre o seu servidor e de terceiros até 10%, diferenças superiores não são asseguradas e terão de ser avaliadas caso a caso. Deverão ser feitos pontos de situação de 2 em 2 dias dos resultados medidos através de mail para o nosso departamento de trafficking: [campanhas@mediacapital.pt](mailto:campanhas@mediacapital.pt)

## **V. CONDIÇÕES ECONÓMICAS**

### **1. TABELAS DE PREÇOS DE VENDA DE ESPAÇO PARA COLOCAÇÃO ONLINE DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS**

- 1.1. Os preços a pagar pelo Cliente serão os constantes das tabelas de preços em vigor na data da colocação *online* da publicidade ou os que forem pontualmente acordados para as outras modalidades de comunicação comercial *online*.
- 1.2. Toda e qualquer segmentação colocada numa campanha, quer seja geográfica, horária, por secções do *site*, por *capping* ou outra, está sujeita a custos adicionais e, por isso, terá de ser submetida à aprovação da MCD.
- 1.3. A MCD poderá alterar as tabelas de preços atendendo à necessidade da própria MCD ou de reajustamentos face às variáveis resultantes da evolução do mercado, devendo divulgar as novas tabelas com a antecedência mínima de 3 dias em relação à data da sua entrada em vigor.
- 1.4. Nos três dias que se seguirem àquela comunicação, o Cliente poderá anular as Ordens de Publicidade, na parte que resulte afetada por novos preços, sem ter de pagar qualquer agravamento. A MCD poderá opor-se a esse cancelamento, mediante confirmação que os preços vigentes à data da Ordem de Publicidade se manterão válidos até ao fim da campanha.

### **2. FATURAÇÃO**

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

### **3. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

- 3.1. Toda a comunicação comercial *online* contratada será paga pelos Clientes até ao quarto dia útil que anteceder a data de início da campanha, salvo em casos excecionais expressamente autorizados em contratos escritos celebrados com a MCD pelas formas legalmente exigidas.

- 3.2. A MCD poderá conceder prazos especiais de pagamento mediante a prestação de garantias pelos Clientes fixadas pontualmente. Estes prazos contar-se-ão a partir da data de emissão das respetivas faturas.
- 3.3. O não cumprimento pontual dos prazos estabelecidos sujeitará os Clientes à obrigação de pagar juros de mora à taxa legal máxima em vigor na data do incumprimento, contados desde esta data até ao efetivo pagamento da dívida vencida.
- 3.4. Ocorrendo o vencimento de faturas sem que todas, ou algumas, tenham sido liquidadas, a MCD terá o direito de suspender a comunicação comercial *online* contratada pelo Cliente em causa, sem prejuízo de continuar a contagem de juros de mora relativamente aos débitos já vencidos.
- 3.5. Os Clientes serão responsáveis por ressarcir a MCD de todas as despesas em que esta incorra na tentativa de cumprimento dos pagamentos que lhe são devidos, incluindo custas de tribunal e/ou de advogados.

#### **4. PRÉMIOS DE PRODUÇÃO ANUAL - CENTRAIS DE COMPRA/AGÊNCIAS DE MEIOS/AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO**

- 4.1. O pagamento por parte da MCD de prémios de produção anual ("*Rappel*") às partes contratantes (Centrais de Compra/Agências de Meios / Agências de Comunicação) será objeto de informação e acordo prévio para cada ano de atividade e pressupõe a inexistência de mora no pagamento da comunicação comercial *online* anteriormente contratada e o cumprimento de todas as demais condições contratuais gerais aplicáveis.
- 4.2. Os investimentos realizados como custos de produção não serão contabilizados para o cálculo de prémio de produção anual ("*Rappel*").
- 4.3. Serão objeto de cálculo para apuramento de *rappel* todos os anunciantes pertencentes a uma Agência de Meios / Agência de Comunicação, cujas condições comerciais descritas no Acordo Comercial se encontrem devidamente formalizadas na proposta apresentada por todos os intervenientes no processo e cujas condições comerciais do referido acordo se encontrem cumpridas.

#### **VI. CONFIDENCIALIDADE**

Os acordos comerciais entre a MCD e os seus clientes são confidenciais, destinando-se a utilização exclusiva por parte da Agência de Meios / Agência de Comunicação / Central de Compras/Anunciante objeto das condições. Qualquer uma das partes irá tomar as devidas ações necessárias para manter a confidencialidade dos termos e condições dos acordos entre as mesmas e não deverão ser divulgados sem o consentimento escrito por parte da MCD. Este direito pode ser excetuado caso seja exigido por lei, por imposição da Bolsa de Valores, ordem de tribunal ou de agência governamental. 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.

## **VII. VIGÊNCIA**

### **1. ENTRADA EM VIGOR**

As presentes Condições Gerais entram em vigor no dia 01 de janeiro de 2026, por tempo indeterminado, substituindo totalmente as anteriores divulgadas e/ou praticadas pela MCD.

### **2. ALTERAÇÕES**

Quaisquer alterações serão divulgadas para o mercado com antecedência não inferior a três dias relativamente à sua entrada em vigor, podendo tal antecedência ser reduzida, ou mesmo eliminada, se as alterações se revelarem mais favoráveis para os clientes.

## **VIII. FORO**

Para resolver todos os litígios derivados da interpretação e aplicação das presentes Condições Gerais será competente o Tribunal Judicial da Comarca de Lisboa Oeste, com exclusão de qualquer outro foro.

## **IX. CIRCUNSTÂNCIAS NÃO PREVISTAS**

Os casos omissos nas presentes Condições Comerciais serão resolvidos pela MCD, que adequará os procedimentos em vista do maior equilíbrio possível na satisfação dos interesses.

## **X. ESPECIFICAÇÕES DO MATERIAL PUBLICITÁRIO**

O material publicitário deverá ser entregue com respeito pelas seguintes regras:

### **FORMATOS STANDARD**

#### **MREC**

Dimensões: 300x250

Peso Máximo: 150 Kbs

Ficheiros: HTML + Imagens

Obs: Deve ser possível carregar via iframe.

Pode ser servido por tag standart 300×250.

### **LEADERBOARD**

Dimensões: 728x90

Peso Máximo: 150 Kbs

Ficheiros: HTML + Imagens

Obs: Deve ser possível carregar via iframe.

Pode ser servido por tag standart 782×90.

### **HALFPAGE**

Dimensões: 300x600

Peso Máximo: 150 Kbs

Ficheiros: HTML + Imagens

Obs: Deve ser possível carregar via iframe.

Pode ser servido por tag standart 300×600.

### **POP IN**

Dimensões: 110 x 80

Peso Máximo: 50 Kbs

Ficheiros a enviar: imagem + título + texto

Título até 20 caracteres

Texto até 60 caracteres

### **BILLBOARD**

Dimensões: 970x250

Peso Máximo: 150 Kbs

Ficheiros: HTML + Imagens

Obs: Deve ser possível carregar via iframe.

Pode ser servido por tag standart 970×250.

### **INTRO**

Dimensões: 800x600

Peso Máximo: 150 Kbs

Ficheiros: HTML + Imagens

Duração máxima da animação 20 seg. Sem botão de Fechar

Obs: Deve ser possível carregar via iframe.

Pode ser servido por tag 1×1 responsive.

## **OPEN DOOR**

Dimensões: 1920 x 1080 + 680 x 1520

2 Imagens para formato fechado:

### **Desktop**

1920 x 1080 JPG/ PNG/GIF (safe area – 1920 x 960px<sup>\*\*</sup>)

<sup>\*\*</sup> corresponde à área da imagem em que não tem qualquer logo ou imagem para que não fique cortado ou por baixo do botão de fechar

Peso Máximo: 100KB

### **Mobile**

680 x 1520 JPG/ PNG/GIF(safe area – 680 x 1000px<sup>\*\*</sup>)

<sup>\*\*</sup> corresponde à área da imagem em que não tem qualquer logo ou imagem para que não fique cortado ou por baixo do botão de fechar

Peso Máximo: 100KB

2 Imagens para formato aberto:

### **Desktop**

1980 x 1080 JPG/ PNG/GIF(safe area – 1920 x 960px<sup>\*\*</sup>)

<sup>\*\*</sup> corresponde à área da imagem em que não tem qualquer logo ou imagem para que não fique cortado ou por baixo do botão de fechar

Peso Máximo: 100KB A imagem aberta se tiver vídeo deve ter em consideração uma safe área

### **Mobile**

680 x 1520 JPG/ PNG/GIF (safe area – 680 x 1000px<sup>\*\*</sup>)

<sup>\*\*</sup> corresponde à área da imagem em que não tem qualquer logo ou imagem para que não fique cortado ou por baixo do botão de fechar

Peso Máximo: 100KB A imagem aberta se tiver vídeo deve ter em consideração uma safe área

Vídeo 640x360px MP4/WEBM Max 30s Peso Maximo Vídeo: 2MB

Ficheiros a enviar: Vídeo + Imagens

Pode ser servido por tag weborama.

## **BILLBOARD XL**

Imagem de Fundo: 1900x285px. deve conter elementos gráficos, não são aconselháveis fundos de cores lisas. Não pode conter texto

Imagem de Detalhe: 570x285px (Imagem deve ter fundo transparente e ter margem entre topo e fundo do background)

Video: Mp4 inferior a 1 MB

Peso Máximo da soma das imagens: 150Kbs

Obs: Deve ser possível carregar via iframe.

Pode ser servido por tag 1×1 responsive.

## **MEGABILLBOARD**

Dimensões: 1450x250

4x imagens JPG (S, M, L e XL)

Max 100k cada

Imagem XL tamanho total 1450×250. Safe Area ao centro 915×250\*

Imagem L tamanho total 1450×250. Safe Area ao centro 760×250\*

Imagem M tamanho total 1450×250. Safe Area ao centro 480×250\*

Imagem S tamanho total 1450×250. Safe Area ao centro 310×250\*

Ficheiros: JPG/PNG

Obs: Deve ser possível carregar via iframe.

\*Safe Area corresponde à área da imagem onde deve estar concentrada a informação deixado as laterais das mesmas sem qualquer conteúdo

Pode ser servido por tag 1×1 responsive.

## **PAGEFLIP**

Máximo 48 Imagens

Peso Máximo de cada imagem 40KB

Duração máxima da animação 20 seg. Sem botão de Fechar

\*\* em alternativa poderá ser enviado o folheto em pdf mas acresce um dia de antecedência do envio dos materiais ( passam a ser 5 dias uteis )

## **CARROSSEL TOP**

Mínimo 6 imagens

Máximo 10 imagens

320px x 320px

jpeg/png/gif

Peso Máximo cada Imagem: 100 Kbs

### **CARROSSEL INCONTENT**

Mínimo 6 imagens

Máximo 10 imagens

320px x 320px

jpeg/png/gif

Peso Máximo cada Imagem: 100 Kbs

### **DOSSIER**

Briefing o mais detalhado possível, tendo em conta:

Ângulo de abordagem do tema em mente?

Quais são os pontos-chave da comunicação?

Imagens

Imagem 1920 x 1080 formato jpeg peso máximo de 8 MB

Deve ser uma imagem de lifestyle na horizontal, sem logos, marcas de água ou lettering.

Vídeo

O dossier pode incluir vídeos até 6 a 8 vídeos.

Os artigos podem incluir uma tag de contabilização de impressões e no máximo 3 links associados a palavras.

### **NATIVE**

Briefing o mais detalhado possível, tendo em conta:

Ângulo de abordagem do tema em mente?

Quais são os pontos-chave da comunicação?

Imagens

Imagem 1920 x 1080 formato jpeg peso máximo de 8 MB

Deve ser uma imagem de lifestyle na horizontal, sem logos, marcas de água ou lettering.

Poderão ser enviadas mais imagens de produtos, no máximo 10 para compor uma galeria que será colocada no final do artigo.

Vídeo

Os artigos podem incluir um vídeo mas tem de estar publicado por exemplo no Youtube. Não é tecnicamente possível carregar diretamente um ficheiro

Links e tags

Os artigos podem incluir uma tag de contabilização de impressões e no máximo 3 links associados a palavras.

## **FORMATOS EXTENSIVEIS**

### **MREC EXTENSÍVEL**

Dimensões: 300x250 + 600x500

Peso Máximo: 150 Kbs

Obs: Deve ser possível carregar via iframe.

Tem de ser servido por tag.

### **HALFPAGE EXTENSÍVEL**

Dimensões: 300x600 + 600x500

Peso Máximo: 150 Kbs

Obs: Deve ser possível carregar via iframe.

Tem de ser servido por tag.

### **TICKER EXTENSÍVEL**

Dimensões: 1450x90 + 625x90 + 207x90

Peso Máximo: 300 Kbs

Imagem Background Formato JPG 1450px x 90px peso máximo 100k. Deve conter elementos gráficos, não são aconselháveis fundos de cores lisas. Não pode conter texto

Imagem Centro Formato PNG 625px x 90px peso máximo 100k. Deve ter fundo transparente, mas ter legibilidade quando sobreposta à imagem de fundo. Pode ter imagens ou texto, mas não o CTA

Imagem Direita Formato PNG 207px x 90px peso máximo 100k. Deve ter fundo transparente, mas ter legibilidade quando sobreposta à imagem de fundo. Deve ter texto e/ou botões "call to action"

Pode ser servido por tag 1×1 responsive

## **PUSHDOWN**

Dimensões: 1920px x 600px + 600px x 900px + 1920px x 100px

Peso Máximo: 200 Kbs

Imagem background desktop 1920px x 600px Formato JPG peso máximo 100k  
Quando contem vídeo a imagem deve ter em conta o espaço do vídeo

Imagem background mobile 600px x 900px Formato JPG peso máximo 100k  
Quando contem vídeo a imagem deve ter em conta o espaço do vídeo

Imagem background fechada 1920px x 100px (safe area mobile 600px 100px) Formato  
JPG peso máximo 100k

Vídeo 360p 16:9 (640px x 360px). Formato mp4 peso máximo 2mb

Obs: Safe Area corresponde à área da imagem onde deve estar concentrada a  
informação deixado as laterais das mesmas sem qualquer conteúdo

Pode ser servido por tag 1×1 responsive.

## **FORMATOS VIDEO**

### **MREC VIDEO**

Dimensões: 300x250

Peso Máximo: 150 Kbs + 1 MB vídeo

Ficheiros: HTML+ mp4

O carregamento do vídeo deve ser feito num player incorporado

O som deve estar desligado por defeito. Obrigatório ter comandos de vídeo.

Obs: Deve ser possível carregar via iframe.

### **INTRO VIDEO**

Dimensões: 800x600

Peso Máximo: 150 Kbs + 1 MB vídeo

Ficheiros: HTML + mp4

Sem botão de Fechar. O som deve estar desligado por defeito. Duração máxima da  
animação 20 seg.

O carregamento do vídeo deve ser feito num player incorporado

O vídeo deve ter no máximo 20 segundos.

Pode ser servido por tag 1×1 responsive.

### **HALFPAGE VIDEO**

Dimensões: 300x600

Peso Máximo: 150 Kbs + 1 MB vídeo

Ficheiros: HTML+ mp4

O carregamento do vídeo deve ser feito num player incorporado

O som deve estar desligado por defeito. Obrigatório ter comandos de vídeo.

Obs: Deve ser possível carregar via iframe.

Pode ser servido por tag standart 300x600.

### **BILLBOARD VIDEO**

Dimensões: 970x250

Peso Máximo: 150 Kbs + 1 MB vídeo

Ficheiros: HTML+ mp4

O carregamento do vídeo deve ser feito num player incorporado

O som deve estar desligado por defeito. Obrigatório ter comandos de vídeo.

Obs: Deve ser possível carregar via iframe.

Pode ser servido por tag standart 970x250.

### **OUTSTREAM/INCONTENT VIDEO**

Peso Máximo: 3 MBs Vídeo

Ficheiros: MP4

Pode ser servido por tag vast.

### **INVIEW**

Dimensões: 16: 9

Peso Máximo: 3 MBs Vídeo

Ficheiros: MP4

### **VIDEOWALL**

Dimensões: 21: 9

Peso Máximo: 5 MBs Vídeo

Ficheiros: MP4

### **VERTICAL VIDEO**

Dimensões: 9x16

Peso Máximo: 3mb

Ficheiros: mp4

### **PREROLL / MIDROLL / POSTROLL**

Dimensões: 1280 x 720 (16:9);

Peso Máximo: 6 MBs Vídeo

Ficheiros a enviar: MP4

Duração máxima 25 segundos

Duração máxima campanhas CPV 20 segundos.

Pode ser servido por tag vast. Sem botão SKIP

### **FORMATOS REDES SOCIAIS**

#### **SOCIAL CARD**

Ficheiros a enviar: Link post Facebook ou Instagram

#### **STORY**

Ficheiros a enviar:

Formato: MP4 ou MOV

Proporção: 9:16

Resolução: 1440 x 2560 pixels

Peso até 4GB (vídeo) e até 30 MB (imagem)

#### **REEL**

Ficheiros a enviar

Formato: MP4 ou MOV

Proporção: 9:16

Resolução: 1440 x 2560 pixels

Peso até 4GB

#### **POST**

Ficheiros a enviar

Formato: JPG ou PNG

Resolução:

"Quadrado" 1080 x 1080 (proporção 1:1)

"Retrato" 1080 x 1350 (proporção 4:5 – vertical)

"Paisagem" 1080 x 566 (proporção 1.91:1 – horizontal)

Carrossel com limite de até 20 imagens por post (Instagram)

## **FORMATOS MOBILE - APPS**

### **TABLET**

#### **BANNER**

Dimensões: 300x250

Peso Máximo: 50 Kbs

Ficheiros: JPEG/GIF/PNG

#### **BANNER**

Dimensões: 728x90

Peso Máximo: 50 Kbs

Ficheiros: JPEG/GIF/PNG

#### **SPLASH**

Dimensões: 1024x768

Peso Máximo: 50 Kbs

Ficheiros: JPEG/GIF

#### **PREROLL / MIDROLL / POSTROLL**

Dimensões: 1280 x 720 (16:9);

Peso Máximo: 6 MBs Vídeo

Ficheiros a enviar: MP4

Duração máxima 25 segundos

Duração máxima campanhas CPV 20 segundos.

Pode ser servido por tag vast. Sem botão SKIP

### **SMARTPHONE**

#### **BANNER**

Dimensões: 320x50

Peso Máximo: 50 Kbs

Ficheiros: JPEG/GIF/PNG

### **BANNER**

Dimensões: 300x250

Peso Máximo: 50 Kbs

Ficheiros: JPEG/GIF/PNG

### **SPLASH**

Dimensões: 320x480

Peso Máximo: 50 Kbs

Ficheiros: JPEG/GIF/PNG

### **PREROLL / MIDROLL / POSTROLL**

Dimensões: 1280 x 720 (16:9);

Peso Máximo: 6 MBs Vídeo

Ficheiros a enviar: MP4

Duração máxima 25 segundos

Duração máxima campanhas CPV 20 segundos.

Pode ser servido por tag vast. Sem botão SKIP

## **FORMATOS EXCLUSIVO MOBILE – Acessos Mobile**

### **VERTICAL VÍDEO**

Tamanho: 9 X 16

Peso Máximo Vídeo: 3MB

Formato exclusivo CNN Portugal

### **INTERSCROLLER**

Tamanho: Imagem 380px x 676px

Peso Máximo : 100kbs

Ficheiros a enviar: JPG/PNG/GIF

Formato exclusivo CNN Portugal

**SPLASH**

Dimensões: 320x480 + 480X320 +768X1024 +1024X768

Peso Máximo cada Imagem: 50 Kbs

Ficheiros: JPEG/GIF/PNG