



PANORAMA DA MEDIA PORTUGAL 2025

[GROUP
GATE]



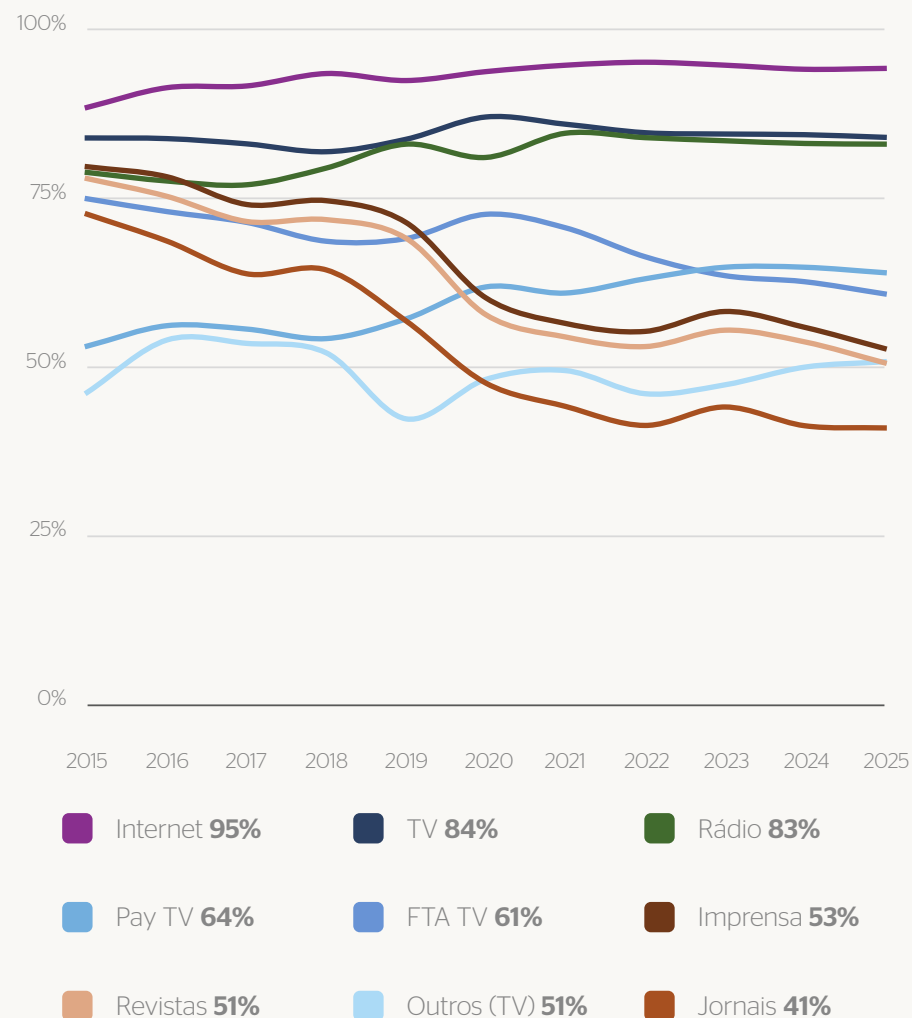
UNIVERSO

EVOLUÇÃO DA COBERTURA DOS MEIOS

Televisão a voltar a um nível de consumo idêntico ao período pré-covid, com os canais FTA a perder audiência e os canais Cabo com uma relativa estabilização. Outros (TV), que inclui canais não auditados, plataformas de streaming, consolas, vídeo e DVD, a crescer no período pós-covid.

Imprensa continua em perda. Rádio e Internet com consumo estabilizado.

Meio	Cobertura	Fonte	Uníversono
TV	Diária	CAEM/Gfk Grupo Marktest (MediaMonitor)	9,6 milhões de indivíduos com 4 ou mais anos, residentes em Portugal Continental Tipo de Audiência: Total Dia
Internet	Diária	Grupo Marktest (Bareme Internet)	8,6 milhões de indivíduos com 15 ou mais anos, residentes em Portugal Continental
Rádio	Semanal	Grupo Marktest (Bareme Rádio)	8,6 milhões de indivíduos com 15 ou mais anos, residentes em Portugal Continental
Imprensa	Anual	Grupo Marktest (Bareme Imprensa)	8,6 milhões de indivíduos com 15 ou mais anos, residentes em Portugal Continental



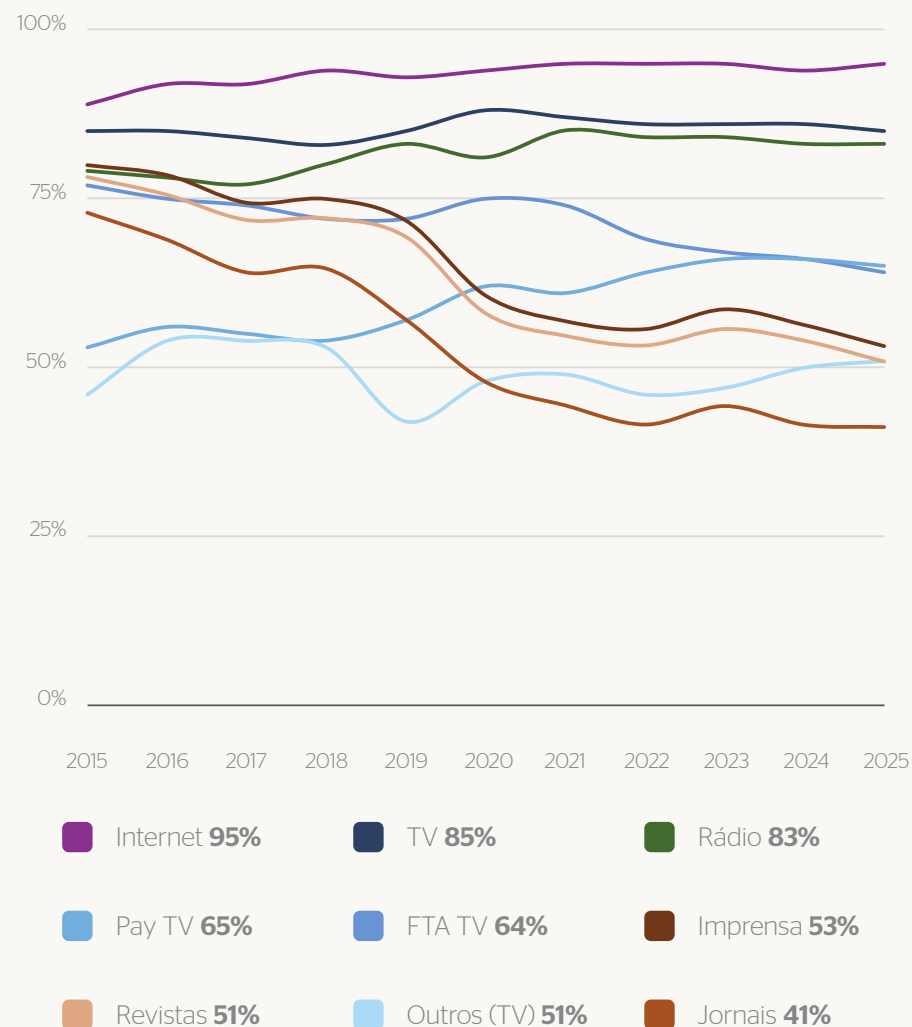
ADULTOS [+15]

EVOLUÇÃO DA COBERTURA DOS MEIOS

Televisão a voltar a um nível de consumo idêntico ao período pré-covid, com os canais FTA a perder audiência e os canais Cabo com uma relativa estabilização. Outros (TV), que inclui canais não auditados, plataformas de streaming, consolas, vídeo e DVD, a crescer no período pós-covid.

Imprensa continua em perda. Rádio e Internet com consumo estabilizado.

Meio	Cobertura	Fonte	Universe
TV	Diária	CAEM/Gfk Grupo Marktest (Media Monitor)	9,6 milhões de indivíduos com 4 ou mais anos, residentes em Portugal Continental Tipo de audiência: Total dia
Internet	Diária	Grupo Marktest (Bareme Internet)	8,6 milhões de indivíduos com 15 ou mais anos, residentes em Portugal Continental
Rádio	Semanal	Grupo Marktest (Bareme Rádio)	8,6 milhões de indivíduos com 15 ou mais anos, residentes em Portugal Continental
Imprensa	Anual	Grupo Marktest (Bareme Imprensa)	8,6 milhões de indivíduos com 15 ou mais anos, residentes em Portugal Continental

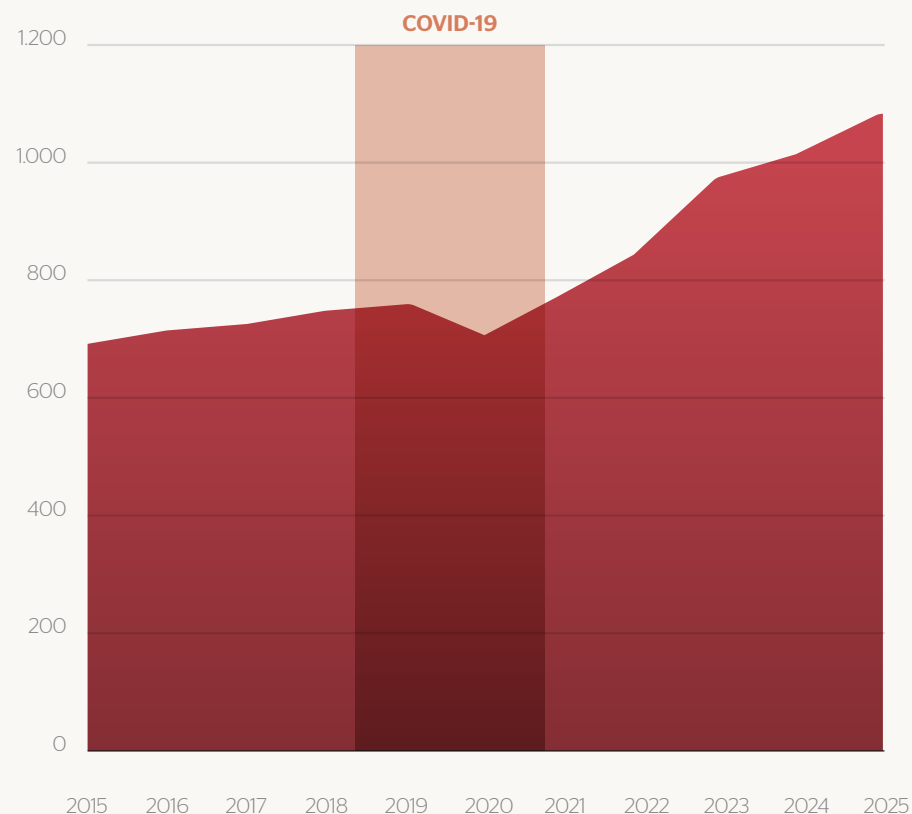


A background image of a financial chart, likely a candlestick or bar chart, overlaid with a grid. The chart is partially obscured by a dark red horizontal band and the large white text at the bottom. The chart shows price fluctuations over time, with various technical indicators and labels visible.

INVESTIMENTO ESTIMADO MARKTEST

INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO

Investimento mantém trajetória ascendente pelo 5.º ano consecutivo. Em 2025, atingiu-se um volume de cerca de 1,1 mil milhões €, um aumento de +7%, ligeiramente superior ao verificado em 2024 (+4%). Taxa de crescimento anual em quebra nos últimos dois anos.



Unidade: Milhões €

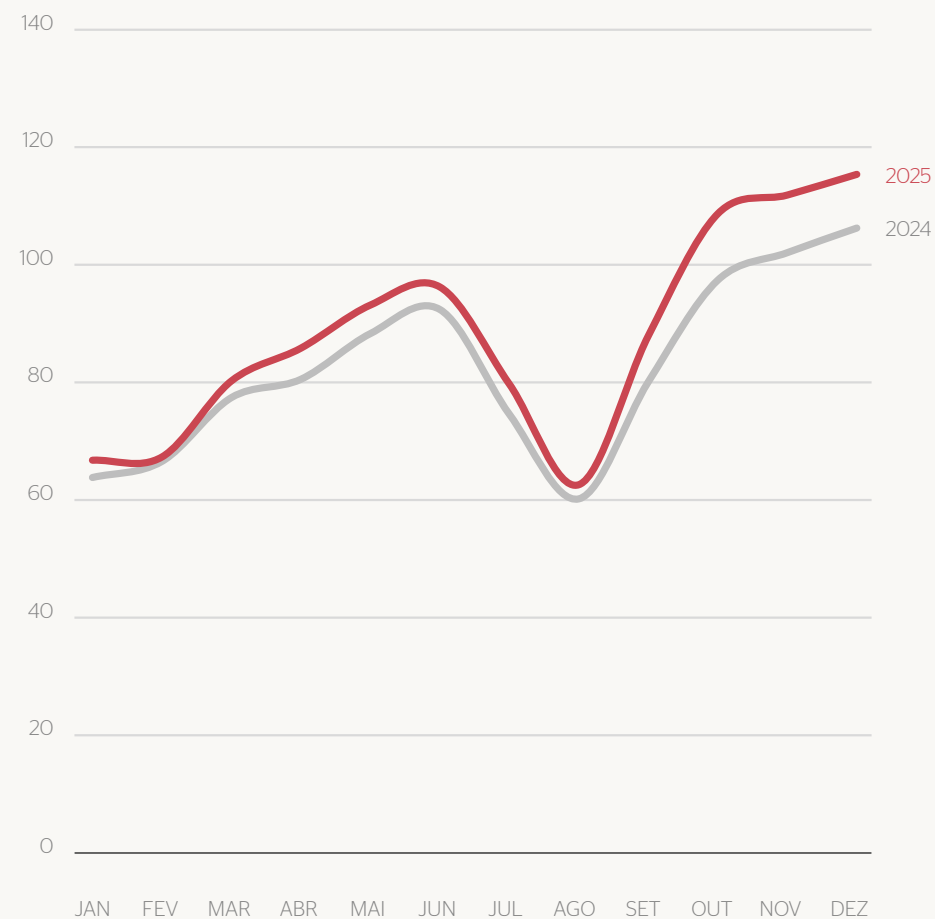
Fonte: Grupo Marktest | Group Gate (investimento estimado)

INVESTIMENTO ESTIMADO MARKTEST

SAZONALIDADE

9.879 anunciantes comunicaram em 2025 uma descida de -1% face ao ano anterior (-145 anunciantes).

Investimento sempre acima dos valores de 2024, com particular destaque para o último trimestre, período em que o aumento foi de +10%.



Unidade: Milhões €

Fonte: Grupo Marktest | Group Gate (investimento estimado)

INVESTIMENTO APEME AGÊNCIAS DE MEIOS

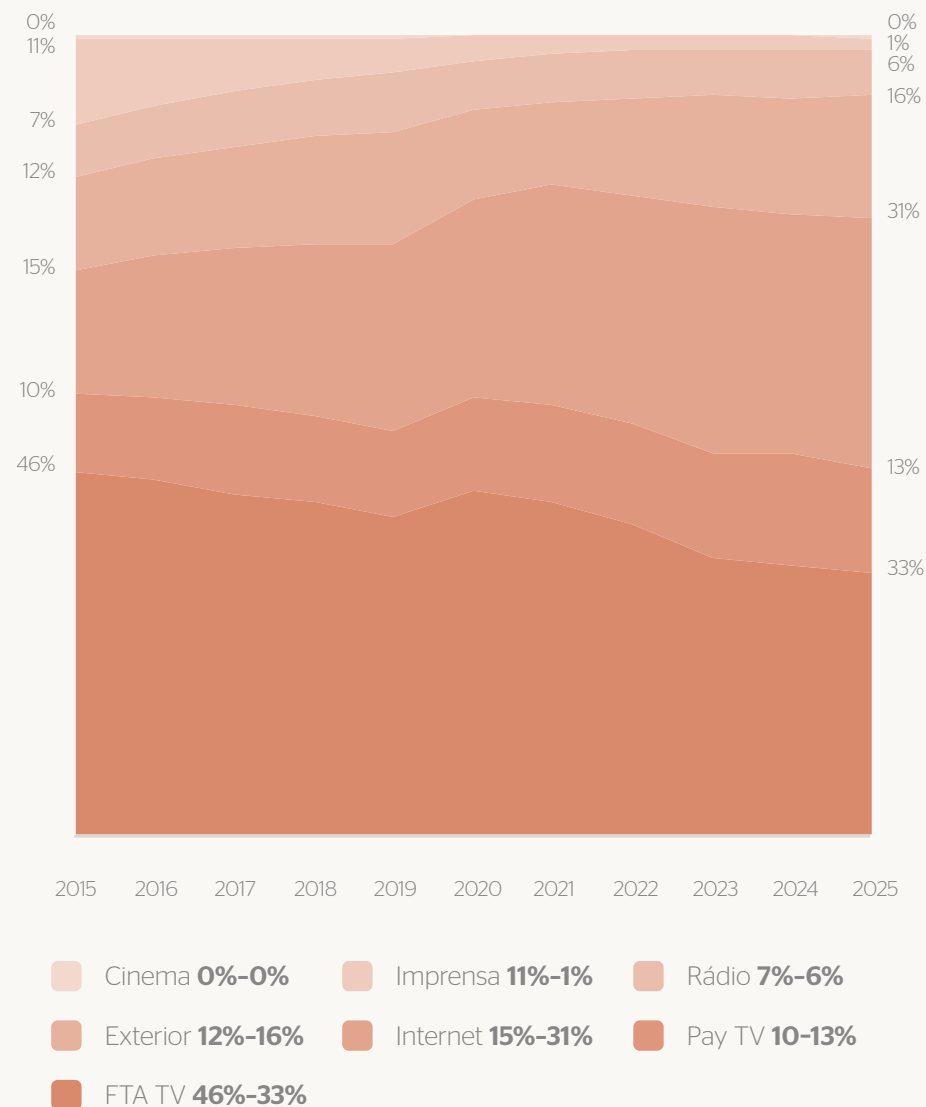
MEDIA BREAKDOWN

Investimento nos canais FTA TV mantém a tendência de quebra.

Nos últimos 10 anos, a sua quota baixou -13 pp.

Internet com um crescimento sustentado ao longo da última década, período em que o seu peso aumentou +16 pp. Nos últimos 3 anos, o seu peso estabilizou à volta dos 31%.

Exterior com um crescimento sustentado interrompido pelo período COVID-19. A partir de 2022, o investimento cresceu com mais intensidade e os ganhos de quota foram mais evidentes.



Fonte: APEME (Investimento real das agências de meios)

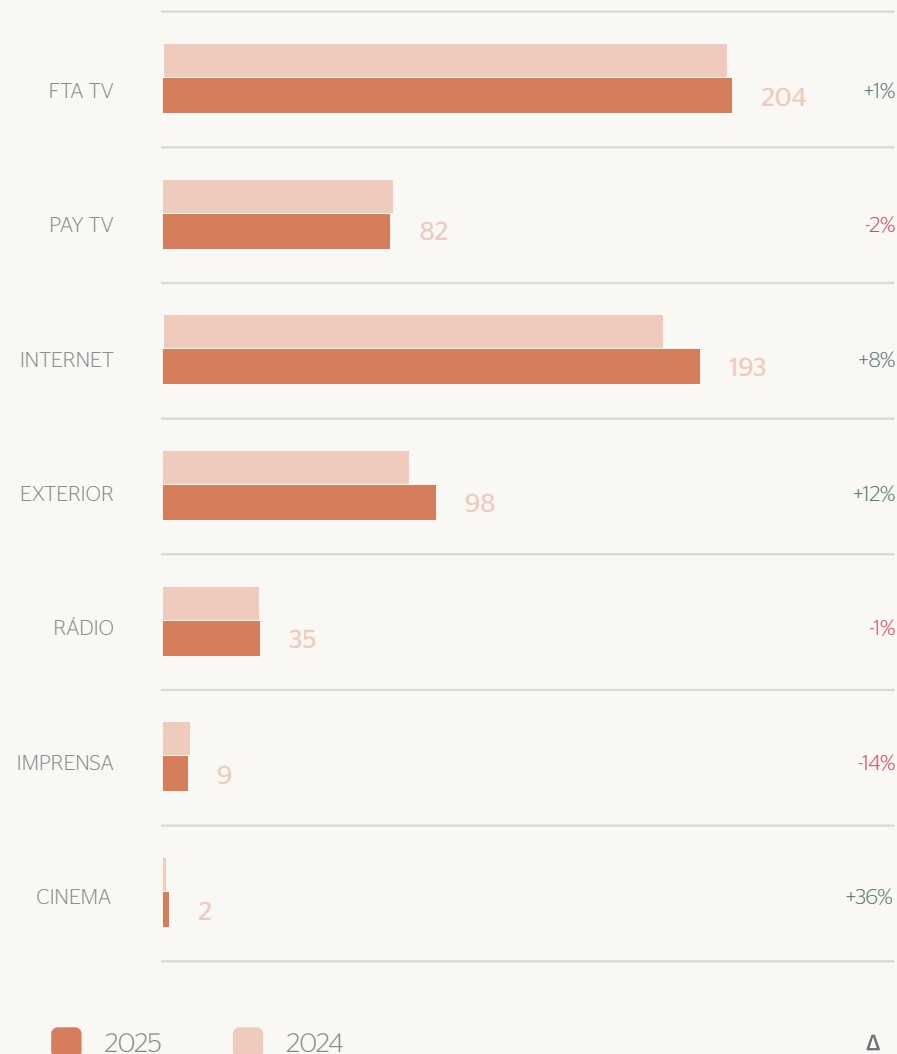
VARIAÇÃO ANUAL

Investimento nos canais FTA TV mantém a tendência de quebra.

Nos últimos 10 anos, a sua quota baixou -13 pp.

Internet com um crescimento sustentado ao longo da última década, período em que o seu peso aumentou +16 pp. Nos últimos 3 anos, o seu peso estabilizou à volta dos 31%.

Exterior com um crescimento sustentado interrompido pelo período COVID-19. A partir de 2022, o investimento cresceu com mais intensidade e os ganhos de quota foram mais evidentes.



Fonte: APEME (Investimento real das agências de meios)

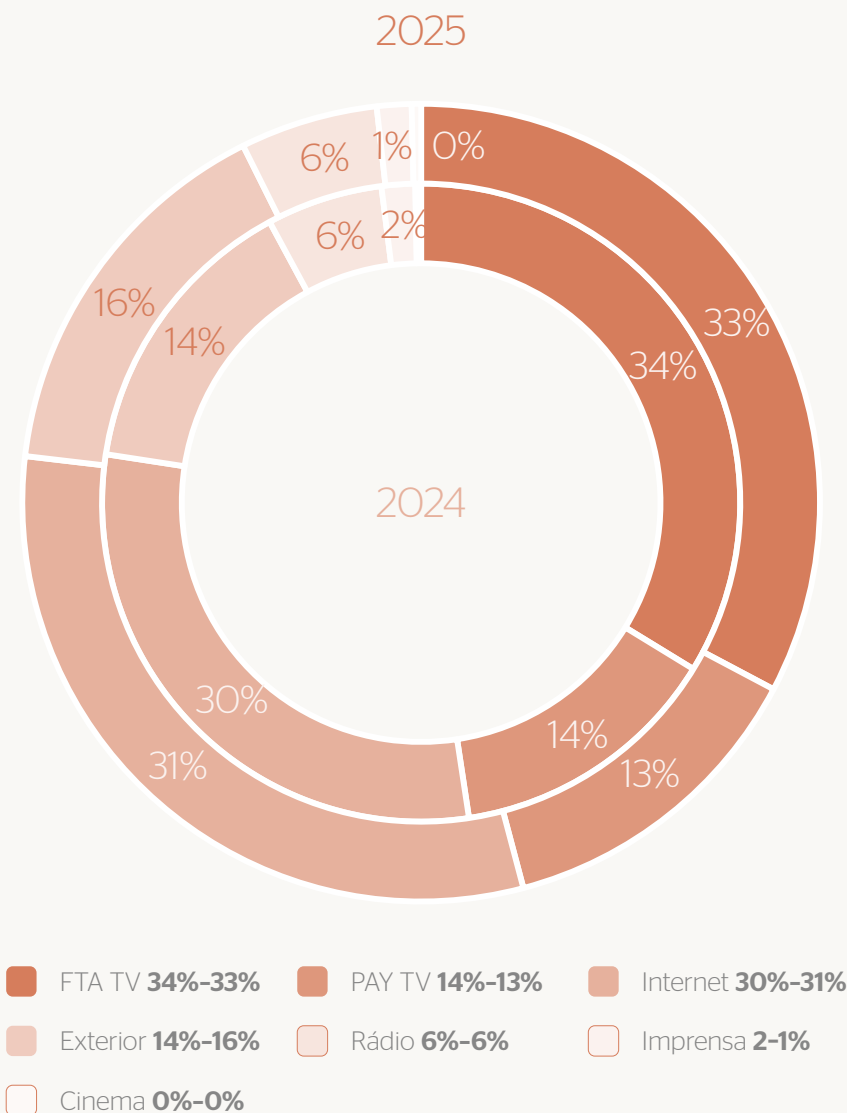
SHARE INVESTIMENTO 2024 / 2025

Investimento nos canais FTA TV mantém a tendência de quebra.

Nos últimos 10 anos, a sua quota baixou -13 pp.

Internet com um crescimento sustentado ao longo da última década, período em que o seu peso aumentou +16 pp. Nos últimos 3 anos, o seu peso estabilizou à volta dos 31%.

Exterior com um crescimento sustentado interrompido pelo período COVID-19. A partir de 2022, o investimento cresceu com mais intensidade e os ganhos de quota foram mais evidentes.

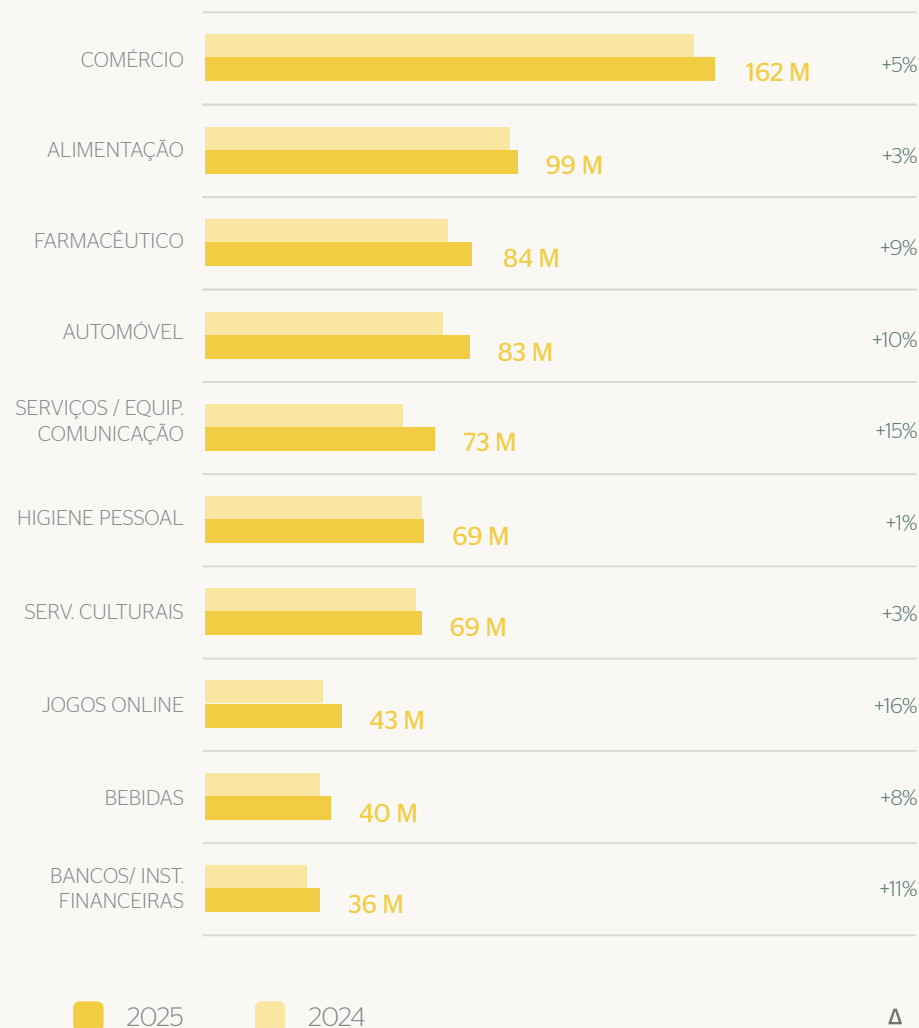


Fonte: APEME (Investimento real das agências de meios)

INVESTIMENTO ESTIMADO MARKTEST

INVESTIMENTOS POR SETOR

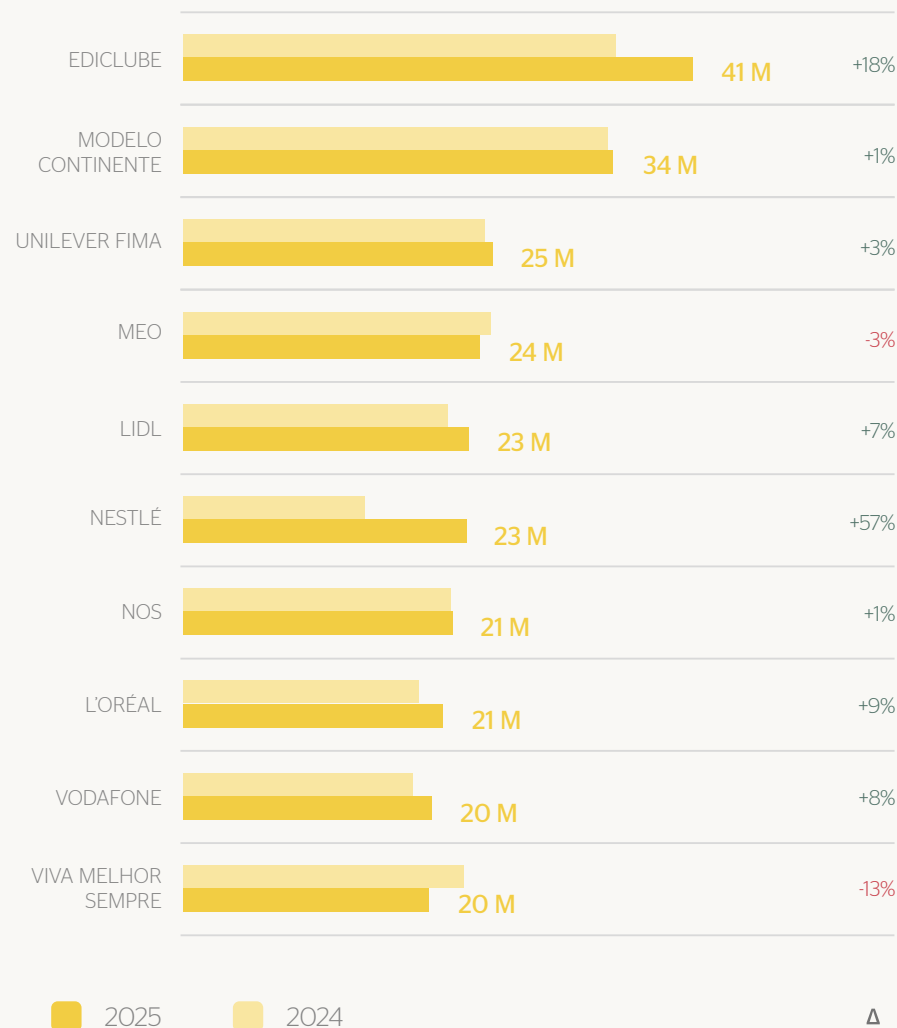
72% do investimento concentrado nos 10 setores de topo, com os 4 primeiros a manterem as suas posições. O setor do Comércio continua no topo com uma quota de 15%.



Fonte: Grupo Marktest | Group Gate (investimento estimado)

TOP INVESTIMENTOS POR ANUNCIANTE

36% do investimento reunido no top 10 de anunciantes.
 Retalho Alimentar (Modelo Continente e Lidl), Telecomunicações
 (MEO, NOS e Vodafone) e Grande Consumo (Unilever)
 com forte presença no top 10.



Fonte: Grupo Marktest | Group Gate (investimento estimado)

