

# Anuário da Comunicação

2007 - 2008



  
SOME RIGHTS RESERVED  
ISSN 2183-3478



**OberCom**  
Investigação e Saber em Comunicação

# Anuário da Comunicação 2007 - 2008

## Ficha Técnica

<b>Título</b>	<i>Anuário da Comunicação 2007 – 2008</i>
<b>Direcção</b>	Gustavo Cardoso
<b>Coordenação Científica</b>	Gustavo Cardoso e Rita Espanha
<b>Editor</b>	Gustavo Alberto Guerreiro Seabra Leitão Cardoso
<b>Autoria</b>	Gustavo Cardoso, Rita Espanha e Ana Sofia Gonçalves
<b>Depósito legal</b>	196339/03
<b>ISSN</b>	2183-3478
<b>Registo ICS</b>	ERC 123.566
<b>NIPC OberCom</b>	504 326 856



**OberCom** - Observatório da Comunicação  
Palácio Foz - Praça dos Restauradores  
1250-187 Lisboa  
PORTUGAL  
e-mail: [obercom@obercom.pt](mailto:obercom@obercom.pt)  
tel.: +351 213221319  
fax: +351 213221320  
<http://www.obercom.pt>



Este trabalho está licenciado para Creative Commons Attribution-NonCommercial 2.5 License.

# Índice Geral

---

1. Televisão.....	3
2. Cinema.....	22
3. Vídeo.....	53
4. Áudio.....	66
5. Rádio.....	76
6. Consolas e Videojogos.....	90
7. Imprensa.....	110
8. Telecomunicações.....	197
9. TIC's.....	207
10. Publicidade.....	248



# 1. Televisão



Televisão. Colectânea Estatística .....	6
Estrutura do Mercado Televisivo Português .....	6
Quadro 1 - Evolução e variação do “prime-time” e “share” Global, 1999 a 2008...	7
Produção, exibição e visionamento televisivos .....	9
Quadro 2 - Tempo de Visionamento de Televisão na Média dos Dias da Semana, 2002 .....	9
Quadro 3 - Tempo de Visionamento de Televisão na Média dos Dias da Semana, 2004 .....	10
Quadro 4 - Tempo de Visionamento de Televisão na Média dos Dias da Semana, 2006 .....	10
Géneros Televisivos .....	10
Quadro 5 - Minutos Médios Diários de Emissão por Género de Programa e respectiva percentagem sobre o total de minutos, 2008 .....	10
Quadro 6 - Audiência por Género de Programa (%), 2008 .....	11
Quadro 7 - Caracterização da produção televisiva por género televisivo - Actividades de televisão, 2006 .....	11
Quadro 8 - Caracterização da exibição televisiva por género televisivo – Actividades de televisão, 2006 .....	12
Quadro 9 - Repartição da prestação de serviços televisivos, segundo a actividade principal da empresa, 2006 .....	12
Perfis das Audiências de Televisão .....	13
Quadro 10 - Perfil Audiência TV Generalista Por Regiões Markttest, Sexo e Idade, 2003 a 2008 .....	13
Quadro 11 - Perfil da Audiência com TV Cabo por Regiões Markttest, Sexo e Idade, 2003 a 2008 .....	13
Dinâmicas de Mercado da Televisão por Cabo e da DTH .....	14
Quadro 12 - Evolução do Número Total de Alojamentos Cablados <sup>1</sup> em Portugal (milhares), 2000 a 2008 .....	14
Quadro 13 - Taxa de Crescimento Anual do Número Total de Alojamentos Cablados (%), 2000 a 2008 .....	14
Quadro 14 - Evolução do Número Total de Alojamentos Cablados <sup>1</sup> em milhares (soma de todos os operadores) por NUTS II, 2000 a 2008 .....	14
Quadro 15 - Evolução do Número Total de Alojamentos Cablados <sup>1</sup> por NUTS II (%), 2000 a 2008 .....	15
Quadro 16 - Evolução do número total de alojamentos cablados <sup>1</sup> por regiões – NUTS III (milhares), 2000 a 2008 .....	15
Quadro 17 - Total de Alojamentos clássicos por NUTS II .....	16
Quadro 18 - Evolução do Número Total de Assinantes de Televisão por Cabo (soma de todos os operadores) por NUTS II, 2000 a 2008 .....	16
Quadro 19 - Evolução do Número Total de Assinantes de Televisão por Cabo por NUTS II (%), 2000 a 2008 .....	16
Quadro 20 - Taxa de Crescimento Anual do Número Total de Assinantes de Televisão por Cabo (%), 2000 a 2008 .....	17
Quadro 21 - Evolução do número total de assinantes de televisão por cabo por regiões – NUTS III (milhares), 2000 a 2008 .....	17
Quadro 22 - Evolução do número total de assinantes de DTH por regiões (NUTS II), 2000 a 2008 .....	18
Quadro 23 - Evolução do número de assinantes da DTH por regiões – NUTS II (%), 2000 a 2008 .....	18

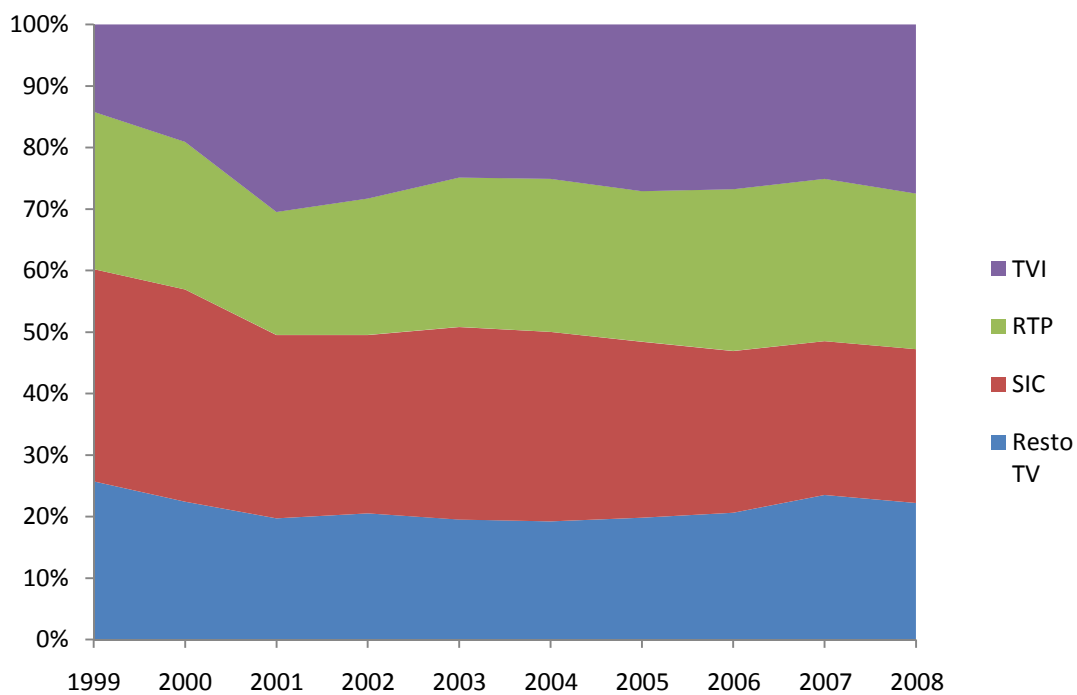
Quadro 24 - Taxa de Crescimento Anual do Número Total de Assinantes da DTH por Regiões – NUTS II (%), 2000 a 2008 .....	18
Quadro 25 - Evolução Média das Taxas de Penetração da DTH (%), 2002 a 2008	19
Quadro 26 - Evolução do Número Total de Assinantes da DTH, 2000 a 2008 .....	19
Quadro 27 - Taxa de crescimento anual dos assinantes da DTH (%), 2000 a 2008	19

Figura 1 - Evolução Média Anual das Quotas de Mercado Globais (Share), 1999 a 2008 .....	6
Figura 2 - Evolução média das quotas de mercado em “Prime-Time”, 1999 a 2008.....	7
Figura 3 - Evolução da concentração de mercado entre 1999 a 2008 .....	8
Figura 4 - Evolução da instabilidade competitiva no negócio televisivo, 2000 a 2008 ...	8
Figura 5 - Tempo de Visionamento, 2000 a 2008 .....	9

# Televisão. Colectânea Estatística.

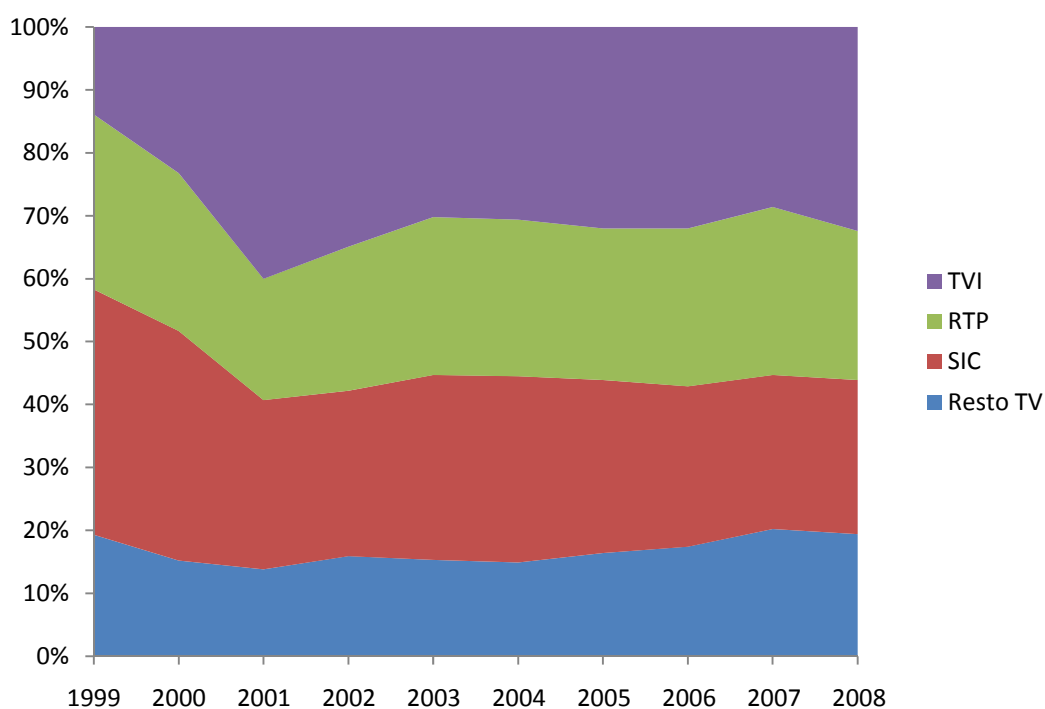
## Estrutura do Mercado Televisivo Português

Figura 1 - Evolução Média Anual das Quotas de Mercado Globais (Share), 1999 a 2008



Fonte: Marktest. Edição Obercom.

Figura 2 - Evolução média das quotas de mercado em “Prime-Time”, 1999 a 2008



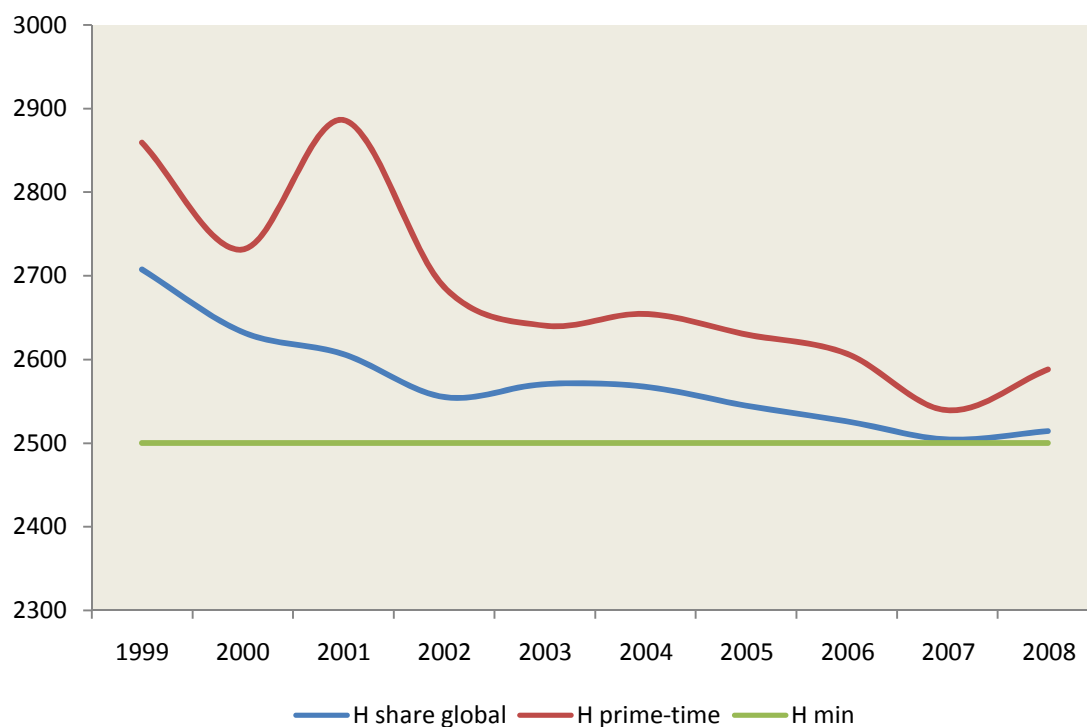
Fonte: Marktest. Edição Obercom.

Quadro 1 - Evolução e variação do “prime-time” e “share” Global, 1999 a 2008

"Players"	"Share" Global		Prime-Time	
	Média Período 1999-2008	Disparidade média face à equidistribuição	Média Período 1999-2008	Disparidade média face à equidistribuição
RTP	24,35	-1,88	24,47	-3,27
SIC	29,48	3,25	28,97	1,23
TVI	24,86	-1,37	29,78	2,04
Valor Quota Equilíbrio	26,23		27,74	

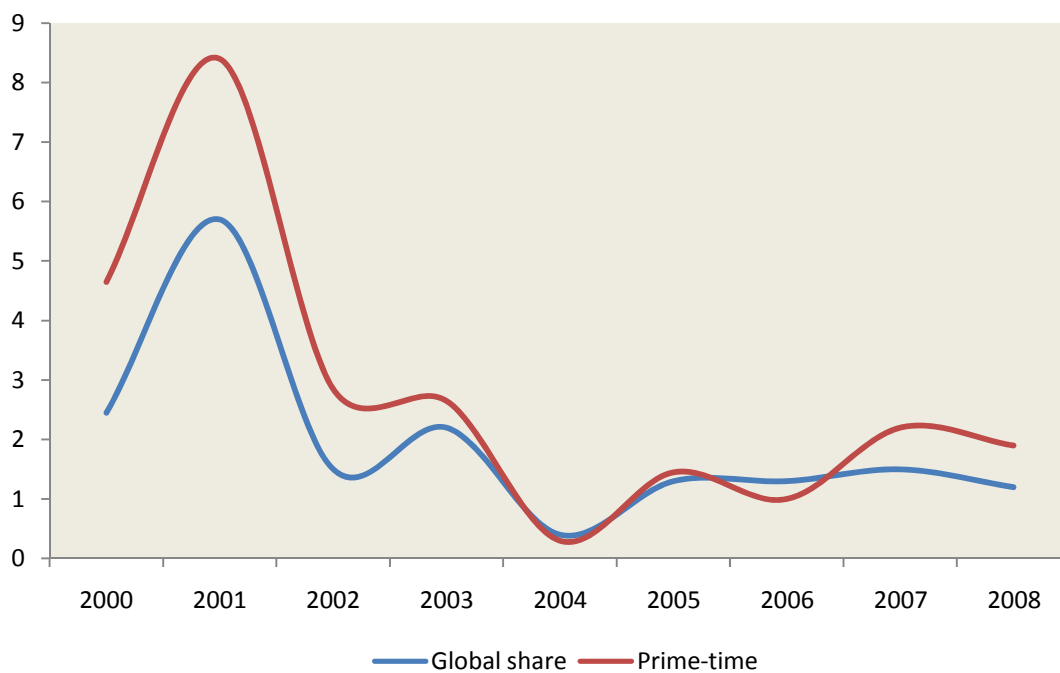
Fonte: Marktest. Edição Obercom.

Figura 3 - Evolução da concentração de mercado entre 1999 a 2008



Fonte: Marktest. Edição Obercom.

Figura 4 - Evolução da instabilidade competitiva no negócio televisivo, 2000 a 2008

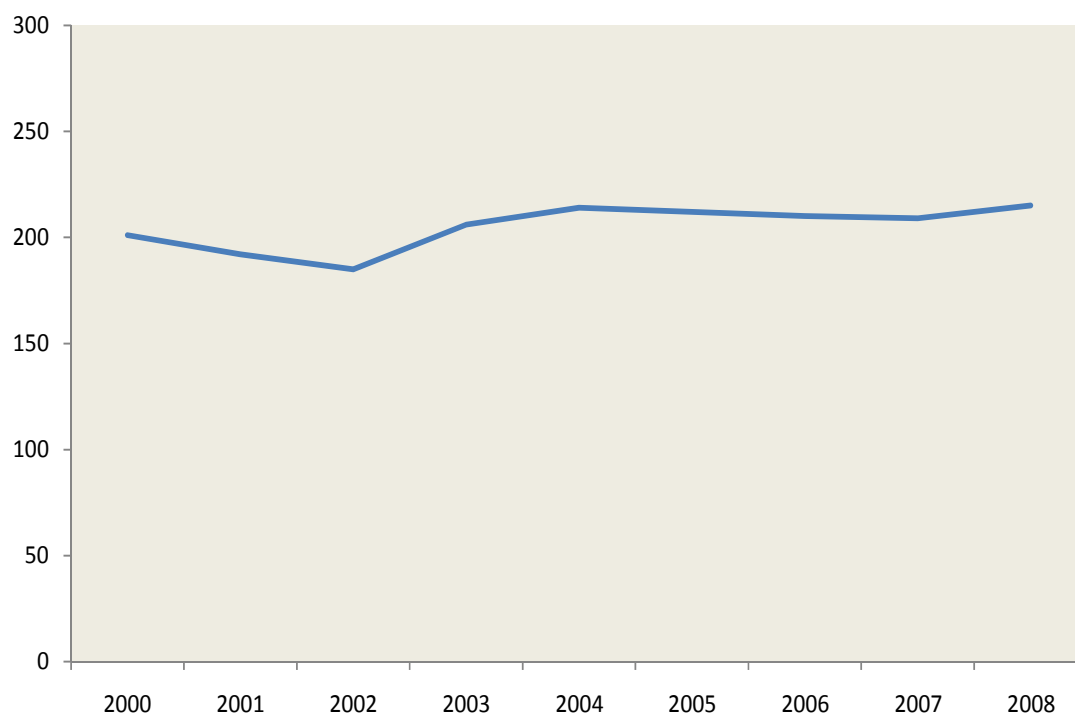


Fonte: Marktest. Edição Obercom.



## Produção, exibição e visionamento televisivos

Figura 5 - Tempo de Visionamento, 2000 a 2008



Fonte: Marktest. Edição Obercom.

Quadro 2 - Tempo de Visionamento de Televisão na Média dos Dias da Semana, 2002

	Norte	Centro	Lisboa e Vale do Tejo	Alentejo	Algarve
Tempo nenhum	1,0	1,7	0,7	4,3	1,4
Menos do que meia hora	7,2	5,8	6,1	8,6	15,5
Entre meia hora e 1 hora	14,0	14,1	12,2	18,6	38,0
Mais de 1 hora, menos de 1 hora e meia	21,4	19,9	17,1	20,0	14,1
Mais de 1 hora e meia, menos de 2 horas	19,2	21,3	12,4	8,6	1,4
Mais de 2 horas, menos de 2 horas e meia	14,9	11,8	14,1	12,9	5,6
Mais de 2 horas e meia, menos de 3 horas	6,5	13,0	14,8	8,6	2,8
Mais de 3 horas	15,7	12,4	22,7	18,6	21,1

Fonte: European Social Survey Round 1-2002

Quadro 3 - Tempo de Visionamento de Televisão na Média dos Dias da Semana, 2004

	Norte	Centro	Lisboa e Vale do Tejo	Alentejo	Algarve
Tempo nenhum	1,6	0,3	0,6	1,9	0,0
Menos do que meia hora	6,7	7,1	3,7	5,7	7,7
Entre meia hora e 1 hora	15,9	18,0	11,0	16,2	6,2
Mais de 1 hora, menos de 1 hora e meia	26,0	27,6	12,7	39,0	30,8
Mais de 1 hora e meia, menos de 2 horas	16,8	25,4	14,0	21,9	21,5
Mais de 2 horas, menos de 2 horas e meia	11,7	8,5	17,8	6,7	7,7
Mais de 2 horas e meia, menos de 3 horas	7,0	7,4	14,6	1,9	13,8
Mais de 3 horas	14,3	5,7	25,6	6,7	12,3

Fonte: European Social Survey Round 2-2004

Quadro 4 - Tempo de Visionamento de Televisão na Média dos Dias da Semana, 2006

	Norte	Centro	Lisboa e Vale do Tejo	Alentejo	Algarve
Tempo nenhum	1,4	1,5	1,0	3,6	0,9
Menos do que meia hora	6,3	9,1	5,9	12,7	0,0
Entre meia hora e 1 hora	16,9	23,8	16,3	22,7	8,3
Mais de 1 hora, menos de 1 hora e meia	19,4	19,6	14,2	13,6	21,3
Mais de 1 hora e meia, menos de 2 horas	13,7	13,2	14,4	15,5	27,8
Mais de 2 horas, menos de 2 horas e meia	9,8	10,3	11,0	6,4	22,2
Mais de 2 horas e meia, menos de 3 horas	6,9	9,1	12,6	10,0	13,9
Mais de 3 horas	25,5	13,5	24,6	15,5	5,6

Fonte: European Social Survey Round 3-2006

## Géneros Televisivos

Quadro 5 - Minutos Médios Diários de Emissão por Género de Programa e respectiva percentagem sobre o total de minutos, 2008

	Total	%	RTP1	%	RTP2	%	SIC	%	TVI	%
Arte e cultura	3	0.0	1	0.1	2	0.1	0	0.0	0	0.0
Cult. geral/ conhecimento	567	9.8	60	4.2	436	30.3	44	3.1	27	1.9
Desporto	293	5.1	69	4.8	171	11.8	19	1.3	35	2.5
Divertimento	915	15.9	428	29.7	42	2.9	212	14.7	233	16.2
Ficção	1,295	22.5	276	19.2	149	10.3	436	30.3	434	30.1
Informação	1,034	18.0	375	26.1	224	15.6	213	14.8	221	15.4
Juventude	504	8.8	22	1.5	362	25.1	88	6.1	33	2.3
Outro	377	6.6	47	3.3	39	2.7	164	11.4	127	8.8
Publicidade	771	13.4	161	11.2	16	1.1	264	18.3	330	22.9
<b>Total</b>	<b>5,760</b>		<b>1,44</b>		<b>1,44</b>		<b>1,44</b>		<b>1,44</b>	

Fonte: Marktest. Edição Obercom.

Quadro 6 - Audiência por Género de Programa (%), 2008

	Total	RTP1	RTP2	SIC	TVI
Arte e cultura	0.0	0.1	0.1	0	0
Cult.geral/ conhecimento	3.5	2.5	23.4	2.5	1.2
Desporto	5.3	6.5	12.2	2.4	5.5
Divertimento	18.2	31.4	2.1	17.5	11.6
Ficção	31.4	13.6	15.9	35.1	45.1
Informação	22.6	33.3	11.2	21.8	16.9
Juventude	2.7	0.1	31.1	1.9	0.2
Outro	3.2	2.9	2.7	3.5	3.2
Publicidade	13.1	9.5	1.3	15.3	16.2
<b>Total</b>					

Fonte: Marktest. Edição Obercom.

Quadro 7 - Caracterização da produção televisiva por género televisivo - Actividades de televisão, 2006

Género televisivo	Custos de produção televisiva	Receitas de produção televisiva	Número de programas produzidos	Horas de emissão de produções televisivas internas
<b>Total (10<sup>3</sup> €/nº/horas)</b>	<b>73 465</b>	<b>40 250</b>	<b>6 835</b>	<b>78 107</b>
<b>Ficção</b>	<b>6,0</b>	<b>0,0</b>	<b>6,2</b>	<b>2,7</b>
Filmes cinematográficos	0	0	1,7	0,7
Séries	5,1	0	0,6	0,6
Telenovelas	0	0	0,1	0,1
Outras produções de ficção	0,9	0	3,8	1,4
<b>Entretenimento</b>	<b>52,4</b>	<b>91,5</b>	<b>23,3</b>	<b>56,2</b>
<b>Programas desportivos</b>	<b>5,6</b>	<b>1,6</b>	<b>31,3</b>	<b>5,1</b>
<b>Informação</b>	<b>29,6</b>	<b>4,4</b>	<b>27,3</b>	<b>21,5</b>
<b>Televentas</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Documentários</b>	<b>3,1</b>	<b>2,2</b>	<b>4,7</b>	<b>3,0</b>
<b>Animações / programas infantis</b>	<b>0,4</b>	<b>0</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>Educação</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,3</b>	<b>8,3</b>
<b>Religião</b>	<b>2,4</b>	<b>0</b>	<b>2,5</b>	<b>0,6</b>
<b>Outros</b>	<b>0,6</b>	<b>0,3</b>	<b>3,9</b>	<b>2,3</b>

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual

Quadro 8 - Caracterização da exibição televisiva por género televisivo – Actividades de televisão, 2006

Género televisivo	Horas de emissão de programas televisivos		Número de programas de televisão transmitidos	
	Total	De origem nacional	Total	De origem nacional
<b>Total (horas/nº)</b>	<b>146 952</b>	<b>79 379</b>	<b>32 510</b>	<b>16 383</b>
<b>Ficção</b>	<b>24,1</b>	<b>9,7</b>	<b>18,3</b>	<b>15,8</b>
Filmes cinematográficos	8,9	0,5	5,2	0,4
Séries	8,9	1,6	6,3	2,7
Telenovelas	4,0	5,4	5,7	11,2
Outras produções de ficção	2,3	2,2	1,1	1,5
<b>Entretenimento</b>	<b>29,5</b>	<b>36,3</b>	<b>39,2</b>	<b>31,0</b>
<b>Programas desportivos</b>	<b>9,0</b>	<b>6,6</b>	<b>17,6</b>	<b>13,5</b>
<b>Informação</b>	<b>20,7</b>	<b>32,6</b>	<b>15,1</b>	<b>30,0</b>
<b>Televentas</b>	<b>1,4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Documentários</b>	<b>5,0</b>	<b>5,8</b>	<b>5,0</b>	<b>4,6</b>
<b>Animações / programas infantis</b>	<b>3,2</b>	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>	<b>0,7</b>
<b>Educação</b>	<b>0,6</b>	<b>1,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>
<b>Religião</b>	<b>0,6</b>	<b>0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>1,0</b>
<b>Outros</b>	<b>5,9</b>	<b>4,8</b>	<b>1,7</b>	<b>3,2</b>

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual

Quadro 9 - Repartição da prestação de serviços televisivos, segundo a actividade principal da empresa, 2006

Actividades de televisão	
Produção televisiva interna	267 538
Produção televisiva corrente para entidades externas e particulares	120 463
Serviços de transmissão por redes de cabo ou satélite	3 461
Outros serviços televisivos	335 018
<b>Total</b>	<b>726 480</b>

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual

## Perfis das Audiências de Televisão

Quadro 10 - Perfil Audiência TV Generalista Por Regiões Markttest, Sexo e Idade, 2003 a 2008

		2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Região</b>	<b>Grande Lisboa</b>	20	20	20	19	19	19
	<b>Grande Porto</b>	12	12	12	12	11	11
	<b>Litoral Norte</b>	18	18	18	19	20	19
	<b>Litoral Centro</b>	18	16	16	16	15	15
	<b>Interior</b>	22	23	23	23	23	23
	<b>Sul</b>	11	11	12	11	12	12
<b>Sexo</b>	<b>Masculino</b>	44	44	44	44	44	43
	<b>Feminino</b>	56	56	56	56	56	57
<b>Idade</b>	<b>Idade 4/14</b>	11	11	10	10	9	10
	<b>Idade 15/24</b>	12	12	12	12	11	12
	<b>Idade 25/34</b>	12	12	13	13	13	13
	<b>Idade 35/44</b>	14	13	13	13	13	13
	<b>Idade 45/54</b>	14	14	14	14	13	13
	<b>Idade 55/64</b>	15	15	15	14	14	14
	<b>Idade +64</b>	24	23	23	24	26	26

Fonte: Markttest.

Quadro 11 - Perfil da Audiência com TV Cabo por Regiões Markttest, Sexo e Idade, 2003 a 2008

	Perfil	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Região</b>	<b>Grande Lisboa</b>	33	33	33	36	32	32
	<b>Grande Porto</b>	16	15	16	13	15	16
	<b>Litoral Norte</b>	15	16	17	17	18	16
	<b>Litoral Centro</b>	20	19	16	17	14	15
	<b>Interior</b>	7	9	10	7	11	9
	<b>Sul</b>	8	8	9	10	10	12
<b>Sexo</b>	<b>Masculino</b>	50	49	50	59	49	57
	<b>Feminino</b>	50	51	50	41	51	44
<b>Idade</b>	<b>Idade 4/14</b>	10	10	10	10	9	13
	<b>Idade 15/24</b>	13	13	13	15	13	14
	<b>Idade 25/34</b>	12	13	14	18	15	18
	<b>Idade 35/44</b>	19	16	16	17	16	16
	<b>Idade 45/54</b>	15	16	15	15	15	14
	<b>Idade 55/64</b>	13	15	15	11	14	11
	<b>Idade +64</b>	18	16	17	14	18	13

Fonte: Markttest



## Dinâmicas de Mercado da Televisão por Cabo e da DTH

Quadro 12 - Evolução do Número Total de Alojamentos Cablados<sup>1</sup> em Portugal (milhares), 2000 a 2008

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
2.601	3.024	3.349	3.494	3.631	3.773	3.825	4.040	4.270

Fonte: ANACOM

Unidade: 1000 alojamentos cablados

<sup>1</sup> A oferta do serviço por mais do que um operador na mesma região implica a possibilidade de múltipla cablagem de um mesmo alojamento. Isto significa que na soma dos alojamentos cablados por todos os operadores, onde estão agregados os valores reportados por cada um deles, pode existir dupla contagem. Tal é evidente, por exemplo, na região de Lisboa, onde a soma dos alojamentos cablados por todos os operadores é superior ao total de alojamentos. Este facto tem vindo a ganhar relevância com o crescimento da concorrência entre operadores.

Quadro 13 - Taxa de Crescimento Anual do Número Total de Alojamentos Cablados (%), 2000 a 2008

2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08
16,3	10,8	4,3	3,9	3,9	1,4	5,6	5,7

Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

Unidade: 1000 alojamentos cablados

Quadro 14 - Evolução do Número Total de Alojamentos Cablados<sup>1</sup> em milhares (soma de todos os operadores) por NUTS II, 2000 a 2008

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Norte	641	769	861	909	970	1.013	1.125	1.208	1.301
Centro	399	438	464	479	501	528	531	564	588
Lisboa	1.237	1.454	1.599	1.661	1.701	1.757	1.708	1.769	1.850
Alentejo	71	83	119	122	124	128	122	148	162
Algarve	129	149	172	184	192	204	195	205	213
RAA	51	53	53	54	55	56	56	56	66
RAM	74	77	81	85	87	87	88	91	91
<b>Total</b>	2.601	3.024	3.349	3.494	3.631	3.773	3.825	4.040	4.270

Fonte: ANACOM

Unidade: 1000 alojamentos cablados

<sup>1</sup> A oferta do serviço por mais do que um operador na mesma região implica a possibilidade de múltipla cablagem de um mesmo alojamento. Isto significa que na soma dos alojamentos cablados por todos os operadores, onde estão agregados os valores reportados por cada um deles, pode existir dupla contagem. Tal é evidente, por exemplo, na região de Lisboa, onde a soma dos alojamentos cablados por todos os operadores é superior ao total de alojamentos. Este facto tem vindo a ganhar relevância com o crescimento da concorrência entre operadores.

Quadro 15 - Evolução do Número Total de Alojamentos Cablados<sup>1</sup> por NUTS II (%), 2000 a 2008

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Norte	24,6	25,4	25,7	26,0	26,7	26,9	29,4	29,9	30,5
Centro	15,4	14,5	13,8	13,7	13,8	14,0	13,9	13,9	13,8
Lisboa	47,6	48,1	47,7	47,5	46,9	46,6	44,7	43,8	43,3
Alentejo	2,7	2,8	3,5	3,5	3,4	3,4	3,2	3,7	3,8
Algarve	5,0	4,9	5,1	5,3	5,3	5,4	5,1	5,1	5,0
RAA	1,9	1,7	1,6	1,6	1,5	1,5	1,5	1,4	1,5
RAM	2,8	2,6	2,4	2,4	2,4	2,3	2,3	2,2	2,1

Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

Unidade: 1000 alojamentos cablados

<sup>1</sup> A oferta do serviço por mais do que um operador na mesma região implica a possibilidade de múltipla cablagem de um mesmo alojamento. Isto significa que na soma dos alojamentos cablados por todos os operadores, onde estão agregados os valores reportados por cada um deles, pode existir dupla contagem. Tal é evidente, por exemplo, na região de Lisboa, onde a soma dos alojamentos cablados por todos os operadores é superior ao total de alojamentos. Este facto tem vindo a ganhar relevância com o crescimento da concorrência entre operadores.

Quadro 16 - Evolução do número total de alojamentos cablados<sup>1</sup> por regiões – NUTS III (milhares), 2000 a 2008

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Norte</b>	<b>641</b>	<b>769</b>	<b>861</b>	<b>909</b>	<b>970</b>	<b>1.013</b>	<b>1.125</b>	<b>1.208</b>	<b>1.301</b>
Minho-Lima	13	15	15	16	16	18	20	24	24
Cávado	105	107	112	114	118	122	138	141	142
Ave	31	33	35	37	38	44	68	76	79
Grande Porto	432	505	574	615	668	696	745	797	860
Tâmega	10	11	11	11	12	13	29	29	30
Entre Douro e Vouga	41	89	104	106	107	110	115	119	121
Douro	9	9	10	10	10	11	11	13	20
Alto Trás-os-Montes	0	0	0	0	0	0	0	10	24
<b>Centro</b>	<b>399</b>	<b>438</b>	<b>464</b>	<b>479</b>	<b>501</b>	<b>528</b>	<b>531</b>	<b>564</b>	<b>588</b>
Baixo Vouga	100	102	113	114	116	119	122	126	127
Baixo Mondego	61	66	73	80	90	102	102	111	115
Pinhal Litoral	59	61	62	65	69	71	67	72	74
Pinhal-Interior-Norte	3	5	3	3	3	3	3	5	7
Pinhal-Interior-Sul	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dão-Lafões	21	38	44	46	47	48	48	53	59
Serra da Estrela	6	6	7	7	7	7	7	7	8
Beira-Interior-Norte	10	10	10	10	10	10	11	11	11
Beira-Interior-Sul	17	17	17	17	17	17	19	19	19
Cova da Beira	21	21	21	21	21	22	22	23	23
Oeste	72	78	80	80	85	88	91	98	105
Médio Tejo	29	34	34	35	36	38	39	41	41
<b>Lisboa</b>	<b>1.237</b>	<b>1.454</b>	<b>1.599</b>	<b>1.661</b>	<b>1.701</b>	<b>1.757</b>	<b>1.708</b>	<b>1.769</b>	<b>1.850</b>
Grande Lisboa	816	871	998	1.025	1.053	1.092	1.062	1.112	1.181
Península de Setúbal	422	583	614	636	648	665	647	656	669
<b>Alentejo</b>	<b>71</b>	<b>83</b>	<b>119</b>	<b>122</b>	<b>124</b>	<b>128</b>	<b>122</b>	<b>148</b>	<b>162</b>
Lezíria do Tejo	52	56	59	61	62	65	60	63	67
Alentejo Litoral	12	15	15	15	16	16	16	16	16
Alto Alentejo	0	0	0	0	0	0	0	13	19
Alentejo Central	0	2	32	34	34	35	33	40	41

Baixo Alentejo	7	10	12	12	12	12	14	16	18
<b>Algarve</b>	<b>129</b>	<b>149</b>	<b>172</b>	<b>184</b>	<b>192</b>	<b>204</b>	<b>195</b>	<b>205</b>	<b>213</b>
<b>RAA</b>	<b>51</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	<b>54</b>	<b>55</b>	<b>56</b>	<b>56</b>	<b>56</b>	<b>66</b>
<b>RAM</b>	<b>74</b>	<b>77</b>	<b>81</b>	<b>85</b>	<b>87</b>	<b>87</b>	<b>88</b>	<b>91</b>	<b>91</b>
<b>Total</b>	<b>2.601</b>	<b>3.024</b>	<b>3.349</b>	<b>3.494</b>	<b>3.631</b>	<b>3.773</b>	<b>3.825</b>	<b>4.040</b>	<b>4.270</b>

Fonte: ANACOM

Unidade: 1000 alojamentos cablados

<sup>1</sup> A oferta do serviço por mais do que um operador na mesma região implica a possibilidade de múltipla cablagem de um mesmo alojamento. Isto significa que na soma dos alojamentos cablados por todos os operadores, onde estão agregados os valores reportados por cada um deles, pode existir dupla contagem. Tal é evidente, por exemplo, na região de Lisboa, onde a soma dos alojamentos cablados por todos os operadores é superior ao total de alojamentos. Este facto tem vindo a ganhar relevância com o crescimento da concorrência entre operadores.

#### Quadro 17 - Total de Alojamentos clássicos por NUTS II

	<b>Alojamentos</b>	<b>%</b>
Norte	1 605 157	32,0
Centro	1 248 486	24,9
Lisboa	1 281 891	25,5
Alentejo	420 910	8,4
Algarve	276 093	5,5
RAA	92 617	1,8
RAM	94 271	1,9

Fonte: Censos 2001, INE.

#### Quadro 18 - Evolução do Número Total de Assinantes de Televisão por Cabo (soma de todos os operadores) por NUTS II, 2000 a 2008

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Norte	192	247	291	315	318	328	336	368	379
Centro	114	137	156	162	161	168	171	179	176
Lisboa	499	593	644	678	676	707	709	723	704
Alentejo	16	23	35	35	36	38	40	47	46
Algarve	31	38	48	51	50	53	53	56	55
RAA	32	35	37	38	39	40	44	46	46
RAM	40	46	51	56	62	66	68	70	70
<b>Total</b>	<b>925</b>	<b>1.119</b>	<b>1.262</b>	<b>1.335</b>	<b>1.343</b>	<b>1.400</b>	<b>1.421</b>	<b>1.490</b>	<b>1.475</b>

Unidade: 1000 assinantes

Fonte: ANACOM

#### Quadro 19 - Evolução do Número Total de Assinantes de Televisão por Cabo por NUTS II (%), 2000 a 2008

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Norte	20,8	22,0	23,1	23,6	23,7	23,4	23,7	24,7	25,7
Centro	12,3	12,3	12,3	12,1	12,0	12,0	12,0	12,0	11,9
Lisboa	54,0	53,0	51,1	50,8	50,3	50,5	49,9	48,5	47,7
Alentejo	1,8	2,0	2,8	2,6	2,7	2,7	2,8	3,2	3,1
Algarve	3,4	3,4	3,8	3,8	3,7	3,8	3,7	3,8	3,7
RAA	3,4	3,2	2,9	2,8	2,9	2,9	3,1	3,1	3,1
RAM	4,3	4,1	4,1	4,2	4,6	4,7	4,8	4,7	4,8

Unidade: 1000 assinantes

Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

Quadro 20 - Taxa de Crescimento Anual do Número Total de Assinantes de Televisão por Cabo (%), 2000 a 2008

	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08
Norte	28,2	18,1	8,1	0,9	3,1	2,7	9,6	2,8
Centro	20,5	13,4	3,9	-0,3	4,2	1,6	5,1	-2,0
Lisboa	18,7	8,7	5,3	-0,4	4,7	0,2	2,0	-2,7
Alentejo	38,9	54,0	-0,1	3,5	4,9	4,2	18,3	-2,3
Algarve	23,7	24,0	6,3	-0,6	4,5	0,0	6,6	-2,6
RAA	12,2	3,4	3,3	2,3	3,3	9,4	4,3	0,8
RAM	14,4	11,5	10,4	10,5	5,9	3,5	2,8	0,2

Unidade: 1000 assinantes

Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

Quadro 21 - Evolução do número total de assinantes de televisão por cabo por regiões – NUTS III (milhares), 2000 a 2008

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Norte</b>	<b>192</b>	<b>247</b>	<b>291</b>	<b>315</b>	<b>318</b>	<b>328</b>	<b>336</b>	<b>368</b>	<b>379</b>
Minho-Lima	3	5	6	6	5	5	6	6	6
Cávado	18	23	25	27	27	28	29	32	33
Ave	10	11	13	14	13	13	16	19	20
Grande Porto	145	176	207	226	230	238	241	263	270
Tâmega	4	3	4	4	4	4	5	6	6
Entre Douro e Vouga	10	25	34	34	35	36	37	39	38
Douro	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Alto Trás-os-Montes	0	0	0	0	0	0	0	0	2
<b>Centro</b>	<b>114</b>	<b>137</b>	<b>156</b>	<b>162</b>	<b>161</b>	<b>168</b>	<b>171</b>	<b>179</b>	<b>176</b>
Baixo Vouga	31	34	41	41	42	44	45	48	47
Baixo Mondego	21	24	28	31	30	31	31	33	32
Pinhal Litoral	14	15	15	17	16	17	17	17	17
Pinhal-Interior-Norte	1	2	1	1	1	1	1	1	2
Pinhal-Interior-Sul	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dão-Lafões	5	11	14	14	13	14	14	14	15
Serra da Estrela	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Beira-Interior-Norte	3	4	4	4	5	5	5	5	5
Beira-Interior-Sul	6	6	7	7	8	8	8	8	7
Cova da Beira	6	7	8	8	8	8	9	9	8
Oeste	20	24	25	26	26	27	28	31	31
Médio Tejo	6	8	9	10	10	10	10	11	10
<b>Lisboa</b>	<b>499</b>	<b>593</b>	<b>644</b>	<b>678</b>	<b>676</b>	<b>707</b>	<b>709</b>	<b>723</b>	<b>704</b>
Grande Lisboa	370	424	466	496	496	516	514	520	504
Península de Setúbal	129	169	178	182	180	192	195	203	200
<b>Alentejo</b>	<b>16</b>	<b>23</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>36</b>	<b>38</b>	<b>40</b>	<b>47</b>	<b>46</b>
Lezíria do Tejo	9	12	14	13	13	14	14	15	14
Alentejo Litoral	4	6	7	7	7	8	8	8	7
Alto Alentejo	0	0	0	0	0	0	0	4	5
Alentejo Central	0	0	9	10	11	11	12	15	13
Baixo Alentejo	3	5	5	5	5	5	6	6	6

<b>Algarve</b>	<b>31</b>	<b>38</b>	<b>48</b>	<b>51</b>	<b>50</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	<b>56</b>	<b>55</b>
<b>RAA</b>	<b>32</b>	<b>35</b>	<b>37</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>44</b>	<b>46</b>	<b>46</b>
<b>RAM</b>	<b>40</b>	<b>46</b>	<b>51</b>	<b>56</b>	<b>62</b>	<b>66</b>	<b>68</b>	<b>70</b>	<b>70</b>
<b>Total</b>	<b>925</b>	<b>1.119</b>	<b>1.262</b>	<b>1.335</b>	<b>1.343</b>	<b>1.400</b>	<b>1.421</b>	<b>1.490</b>	<b>1.475</b>

Unidade: 1000 assinantes  
Fonte: ANACOM

Quadro 22 - Evolução do número total de assinantes de DTH por regiões (NUTS II), 2000 a 2008

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Norte	n.d.	70	93	111	123	123	141	157	192
Centro	n.d.	69	85	106	117	117	124	137	169
Lisboa	n.d.	25	36	38	41	46	49	51	66
Alentejo	n.d.	30	40	45	48	49	48	52	61
Algarve	n.d.	16	18	19	20	20	20	22	28
RAA	n.d.	12	16	18	20	23	35	45	48
RAM	n.d.	2	3	4	5	17	18	19	23
<b>Total</b>	<b>132</b>	<b>224</b>	<b>289</b>	<b>341</b>	<b>375</b>	<b>394</b>	<b>436</b>	<b>484</b>	<b>586</b>

Unidade: 1000 assinantes  
Fonte: ANACOM

Quadro 23 - Evolução do número de assinantes da DTH por regiões – NUTS II (%), 2000 a 2008

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Norte	n.d.	31,3	32,0	32,5	32,9	31,3	32,4	32,4	32,8
Centro	n.d.	30,6	29,5	30,9	31,1	29,7	28,5	28,3	28,8
Lisboa	n.d.	11,2	12,3	11,2	10,9	11,6	11,2	10,6	11,2
Alentejo	n.d.	13,6	13,7	13,3	12,9	12,4	11,1	10,8	10,4
Algarve	n.d.	7,1	6,1	5,7	5,4	5,0	4,7	4,6	4,7
RAA	n.d.	5,5	5,5	5,3	5,4	5,8	7,9	9,2	8,2
RAM	n.d.	0,7	0,9	1,2	1,4	4,2	4,1	4,0	3,9

Unidade: 1000 assinantes  
Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

Quadro 24 - Taxa de Crescimento Anual do Número Total de Assinantes da DTH por Regiões – NUTS II (%), 2000 a 2008

	<b>2000-01</b>	<b>2001-02</b>	<b>2002-03</b>	<b>2003-04</b>	<b>2004-05</b>	<b>2005-06</b>	<b>2006-07</b>	<b>2007-08</b>
Norte	n.d.	32,3	20,1	11,0	0,1	14,5	10,9	22,7
Centro	n.d.	24,2	23,9	10,5	0,4	6,0	10,3	23,2
Lisboa	n.d.	42,5	6,9	7,7	11,1	6,8	5,5	28,5
Alentejo	n.d.	30,5	14,3	6,9	1,1	-1,2	8,3	15,7
Algarve	n.d.	9,6	10,4	4,7	-2,7	3,8	8,5	25,2
RAA	n.d.	29,3	14,2	13,1	12,7	49,9	29,0	7,6
RAM	n.d.	55,8	51,7	31,1	221,7	8,2	7,2	18,9

Unidade: 1000 assinantes  
Fonte: ANACOM. Edição OberCom.



**Quadro 25 - Evolução Média das Taxas de Penetração da DTH (%), 2002 a 2008**

	<b>4T02</b>	<b>4T03</b>	<b>4T04</b>	<b>4T05</b>	<b>4T06</b>	<b>4T07</b>	<b>4T08</b>
% de assinantes (DTH) / total de alojamentos	5,5%	6,4%	7,0%	7,2%	7,9%	8,6%	10,5%
% de assinantes (DTH) / população	2,8%	3,3%	3,6%	3,7%	4,1%	4,6%	5,5%

Unidade: 1000 assinantes

Fonte: ANACOM

**Quadro 26 - Evolução do Número Total de Assinantes da DTH, 2000 a 2008**

<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
132	224	289	341	375	394	436	484	586

Unidade: 1000 assinantes

Fonte: ANACOM

**Quadro 27 - Taxa de crescimento anual dos assinantes da DTH (%), 2000 a 2008**

<b>2000-01</b>	<b>2001-02</b>	<b>2002-03</b>	<b>2003-04</b>	<b>2004-05</b>	<b>2005-06</b>	<b>2006-07</b>	<b>2007-08</b>
70,2	29,1	18,2	9,9	5,1	10,4	11,0	21,3

Unidade: 1000 assinantes

Fonte: ANACOM. Edição OberCom.



## 2. Cinema

Cinema. Colectânea Estatística .....	23
Produção Cinematográfica .....	23
Quadro 1 - Obras produzidas por tipo, 2001 a 2008 .....	23
Quadro 2 - Apoios à Produção, 2005 e 2008.....	23
Quadro 3 - Montante de Apoio Financeiro à Produção, 2005 e 2006 .....	23
Quadro 4 - Repartição dos direitos de distribuição cinematográfica e transmissão televisiva por género – Produção de filmes e vídeos e Técnicas de pós-produção, 2006 .....	24
Quadro 5 - Repartição dos custos de obras cinematográficas por género e origem dos filmes – Produção de filmes e vídeos e Técnicas de pós-produção, 2006.....	24
Quadro 6 - Repartição da Prestação de serviços de produção de filmes e de vídeo e de técnicas de pós-produção, por área de negócios, segundo a actividade principal da empresa, 2006 .....	25
Distribuição Cinematográfica.....	26
Quadro 7 - N° de Filmes Estreados por Distribuidor, 2004 a 2008.....	26
Quadro 8 - N° de Espectadores por Distribuidor, 2004 a 2008 .....	27
Quadro 9 - Receita Bruta por Distribuidor, 2004 a 2008 .....	28
Quadro 10 - Percentagem dos filmes estreados, n° de espectadores e receita bruta por distribuidor, 2004 a 2008 .....	31
Quadro 11 - Percentagem dos filmes estreados, n° de espectadores e receita bruta por distribuidor, 2004 a 2008 (continuação) .....	31
Quadro 12 - Rácio de n° de espectadores, por distribuidor, 2004 e 2008.....	31
Quadro 13 - Rácio de receita bruta de filmes estreados, por distribuidor, 2004 e 2008 .....	32
Quadro 14 - Evolução comparativa do n° de espectadores (em milhares), 1999 a 2008 .....	33
Quadro 15 - Evolução comparativa da receita bruta (milhares de euros), 2001 a 2008 .....	34
Quadro 16 - Evolução comparativa do n° de espectadores por mês (milhares), 2004 a 2008 .....	34
Quadro 17 - Número de Espectadores por Distrito (milhares), 2004 a 2008 .....	35
Quadro 18 - Repartição da Prestação de serviços de distribuição e exibição de filmes e de vídeos, por área de negócios, segundo a actividade principal da empresa, 2006.....	36
Quadro 19 - Caracterização da distribuição cinematográfica por volume de negócios e número de empresas, 2006 .....	37
Quadro 20 - Distribuição do número de filmes distribuídos e estreados por género e por origem, 2006 .....	37
Exibição Cinematográfica .....	38
Quadro 21 - N° de recintos e salas por Exibidor, 2004 a 2008.....	38
Quadro 22 - N.º de Espectadores por Exibidor, 2004 a 2008.....	38
Quadro 23 - Receita Bruta por Exibidor (euros), 2004 a 2008.....	40
Quadro 24 - Ranking dos 10 filmes mais vistos, 2004 a 2008 .....	41
Quadro 25 - Ranking dos 10 Filmes Nacionais Estreados por Realizador, País, Distribuidor, Data de Estreia, N° de Espectadores e Receita Bruta, 2004 a 2008..	43
Quadro 26 - Origem dos Filmes Estreados em Portugal, 2005 e 2008 .....	44
Quadro 27 - Top 10 Filmes do Total de Televisão, 2004.....	49
Quadro 28 - Top 10 Filmes do Total de Televisão, 2005.....	49
Quadro 29 - Top 10 Filmes do Total de Televisão, 2006.....	50

Quadro 30 - Top 10 Filmes do Total de Televisão, 2007.....	50
Quadro 31 - Top 10 Filmes do Total de Televisão, 2008.....	50
Quadro 32 - Preço médio de bilhetes do top 10 de filmes estrangeiros vs. top 10 de filmes nacionais, 2004 a 2008 .....	51
Quadro 33 - Filmes de origem única licenciados por região, 2001 a 2008 .....	51
Prestação de serviços e actividades cinematográficas.....	51
Quadro 34 - Principais variáveis e indicadores económicos, segundo a actividade principal da empresa – produção de filmes e técnicas de pós-produção e distribuição e exibição de filmes e de vídeos, 2006 .....	51
Quadro 35 - Pessoal ao Serviço, por características dos recursos humanos, segundo a actividade principal da empresa – produção de filmes e técnicas de pós-produção e distribuição e exibição de filmes e de vídeos, 2006 .....	52
Quadro 36 - Número de Empresas por região e actividade principal da empresa – produção de filmes e técnicas de pós-produção e distribuição e exibição de filmes e de vídeos, 2006 .....	52

Figura 1 - Evolução da percentagem de tipo de obras produzidas sobre o total, 2001 a 2008 .....	23
Figura 2 - Percentagem de Filmes Estreados por Distribuidor, 2004 a 2008.....	26
Figura 3 - Espectadores por Distribuidor, 2004 a 2008.....	27
Figura 4 - Percentagem de receitas por distribuidor *, 2004.....	28
Figura 5 - Percentagem de receitas por distribuidor *, 2005.....	29
Figura 6 - Percentagem de receitas por distribuidor *, 2006.....	29
Figura 7 - Percentagem de receitas por distribuidor *, 2007.....	30
Figura 8 - Percentagem de receitas por distribuidor *, 2008.....	30
Figura 9 - Rácio de filmes distribuídos estreados por espectadores, 2004 a 2008 .....	32
Figura 10 - Rácio de filmes distribuídos estreados por receita bruta, 2004 a 2008.....	33
Figura 11 - Evolução do nº de espectadores (milhares), 1999 a 2008.....	33
Figura 12 - Evolução da receita bruta (milhares de euros), 2001 a 2008 .....	34
Figura 13 - Evolução Comparativa do nº de espectadores por mês (milhares), 2004 a 2008 .....	35
Figura 14 - Número de Espectadores por Distrito (milhares), 2004 a 2008.....	36
Figura 15 - Percentagem de espectadores por exibidor, 2008.....	39
Figura 16 - Receita Bruta por salas de Exibidor (euros), 2004 a 2008.....	40

# Cinema. Colectânea Estatística.

## Produção Cinematográfica

Quadro 1 - Obras produzidas por tipo, 2001 a 2008

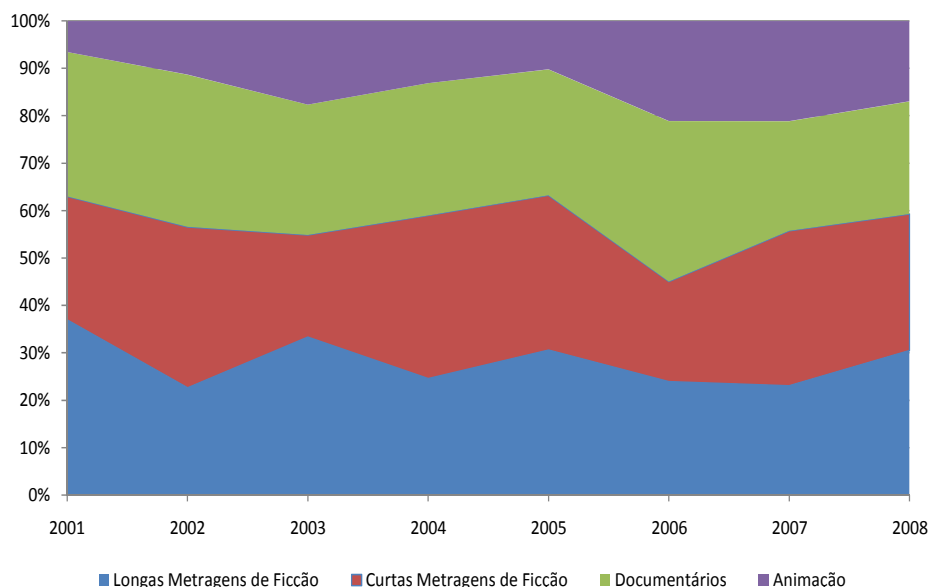
Tipos	2001*	2002*	2003*	2004*	2005	2006	2007	2008**
Longas Metragens de Ficção	17	12	17	15	15	17	12	18
Curtas Metragens de Ficção	12	18	11	21	16	15	17	17
Documentários	14	17	14	17	13	24	12	14
Animação	3	6	9	8	5	15	11	10
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>53</b>	<b>51</b>	<b>61</b>	<b>49</b>	<b>71</b>	<b>52</b>	<b>61</b>

Fonte: Até 2004 INE. Anos seguintes ICA. Edição OberCom.

\*Filmes concluídos com cópia final entregue no ICA.

\*\* Filmes produzidos com apoio financeiro do ICA e/ou Investimento financeiro do FICA

Figura 1 - Evolução da percentagem de tipo de obras produzidas sobre o total, 2001 a 2008



Fonte: ICA. Edição OberCom.

Quadro 2 - Apoios à Produção, 2005 e 2008

	2005	2006	2007	2008
Produtoras Apoiadas no âmbito de concursos	29	35	24	25

Fonte: ICA. Edição OberCom.

Quadro 3 - Montante de Apoio Financeiro à Produção, 2005 e 2006

	2005	2006
Total do Apoio Financeiro atribuído no âmbito de concursos	7.365.000	10.579.585

Fonte: ICA. Edição OberCom.

Quadro 4 - Repartição dos direitos de distribuição cinematográfica e transmissão televisiva por género – Produção de filmes e vídeos e Técnicas de pós-produção, 2006

Género	Receitas de vendas ao exterior		Custos de aquisição	
	Distribuição cinematográfica	Transmissão televisiva de obras cinematográficas	Distribuição cinematográfica	Transmissão televisiva de obras cinematográficas
<b>Total</b>	<b>5 519</b>	<b>1 949</b>	<b>1 146</b>	<b>47</b>
Curta-metragem	315	1 334	0	0
Longa-metragem	137	579	1 146	0
Filme de animação	4	0	0	0
Documentário	403	35	0	23
Telefilme	0	0	0	0
Série de televisão	4 661	0	0	24
Telenovela	0	0	0	0
Outros	0	0	0	0

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual

Quadro 5 - Repartição dos custos de obras cinematográficas por género e origem dos filmes – Produção de filmes e vídeos e Técnicas de pós-produção, 2006

Género	Nacional	Restante União Europeia	Resto da Europa	Estados Unidos da América	Outros países
<b>Total</b>	<b>26 237</b>	<b>4 879</b>	<b>0</b>	<b>45</b>	<b>3 881</b>
Curta-metragem	3 932	11	0	45	0
Longa-metragem	11 805	3 664	0	0	3 478
Filme de animação	1 215	0	0	0	0
Documentário	1 575	197	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0
Série de televisão	3 738	0	0	0	0
Telenovela	0	0	0	0	0
Outros	3 971	1 006	0	0	403

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual

Quadro 6 - Repartição da Prestação de serviços de produção de filmes e de vídeo e de técnicas de pós-produção, por área de negócios, segundo a actividade principal da empresa, 2006

<b>Serviços prestados</b>	<b>Total</b>	<b>Produção de filmes e de vídeos</b>	<b>Actividades técnicas de pós-produção</b>
<b>Total de prestação de serviços</b>	<b>185 767</b>	<b>174 588</b>	<b>11 180</b>
<b>Produção de filmes e de vídeo e técnicas de pós-produção</b>	<b>140 443</b>	<b>130 680</b>	<b>9 763</b>
Serviços de produção de filmes publicitários para entidades externas e particulares	51 000	50 430	570
Serviços de produção de filmes organizacionais para entidades externas e particulares	6 616	6 069	547
Serviços de produção de filmes cinematográficos	13 155	12 350	805
Produção de obras televisivas de stock e vídeos	22 763	22 326	437
Serviços técnicos de pós-produção e filmes e vídeos	14 456	9 476	4 980
Outros serviços de produção de filmes, vídeos e de técnicas de pós-produção	32 453	30 029	2 424
<b>Distribuição de filmes e de vídeos</b>	<b>883</b>	<b>883</b>	<b>0</b>
<b>Exibição de filmes e vídeos</b>	<b>267</b>	<b>267</b>	<b>0</b>
<b>Serviços de rádio</b>	<b>572</b>	<b>509</b>	<b>63</b>
<b>Serviços de televisão</b>	<b>37 018</b>	<b>37 018</b>	<b>0</b>
<b>Serviços de edição de gravações de som</b>	<b>1 910</b>	<b>721</b>	<b>1 189</b>
<b>Outros serviços</b>	<b>4 674</b>	<b>4 510</b>	<b>164</b>

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual

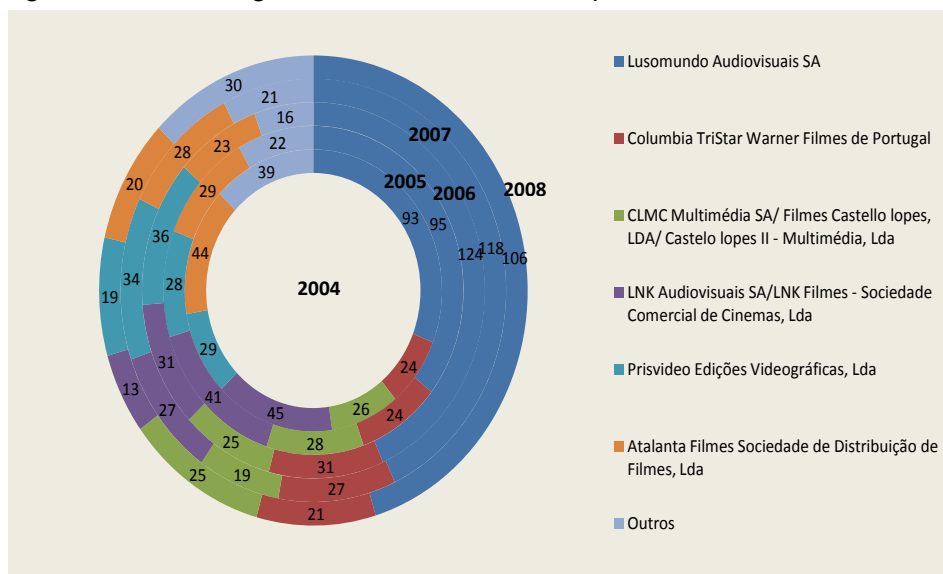
## Distribuição Cinematográfica

Quadro 7 - Nº de Filmes Estreados por Distribuidor, 2004 a 2008

	2004	2005	2006	2007	2008
Lusomundo Audiovisuais SA	93	95	124	118	106
Columbia TriStar Warner Filmes de Portugal	24	24	31	27	21
CLMC Multimédia SA/ Filmes Castello lopes, LDA/ Castelo lopes II - Multimédia, Lda	26	28	25	19	25
LNK Audiovisuais SA/LNK Filmes - Sociedade Comercial de Cinemas, Lda	45	41	31	27	13
Prisvideo Edições Videográficas, Lda	29	28	36	34	19
Atalanta Filmes Sociedade de Distribuição de Filmes, Lda	44	29	23	28	20
Outros	39	22	16	21	30
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>267</b>	<b>286</b>	<b>274</b>	<b>234</b>

Fonte: ICA. Edição OberCom.

Figura 2 - Percentagem de Filmes Estreados por Distribuidor, 2004 a 2008



Fonte: ICA. Edição OberCom.

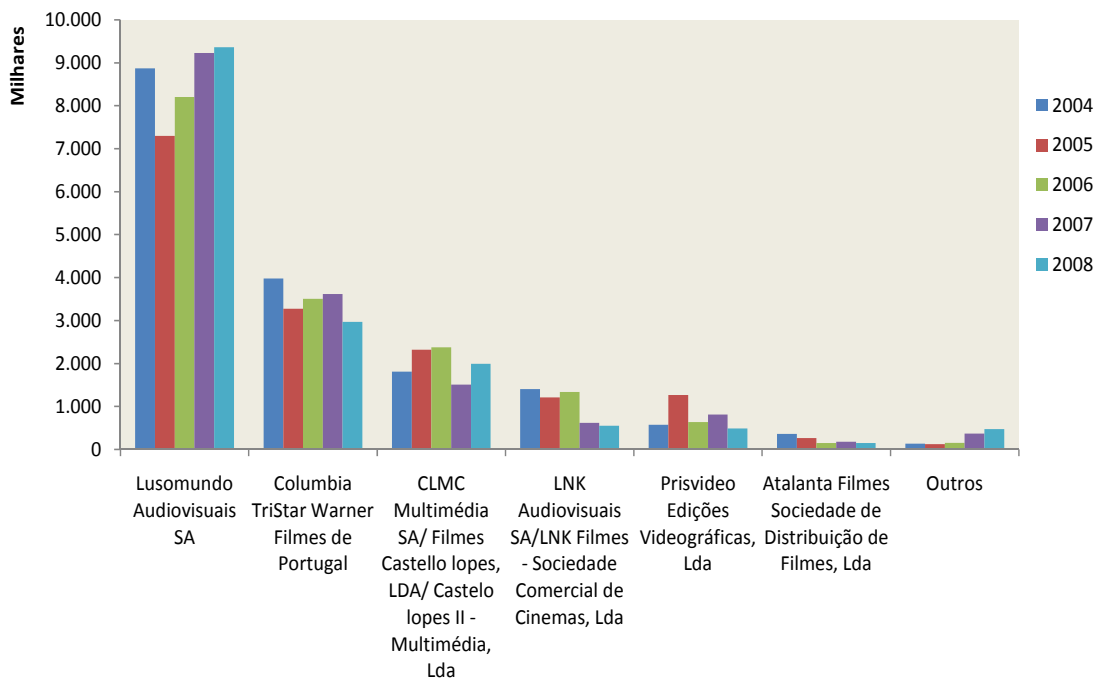


Quadro 8 - Nº de Espectadores por Distribuidor, 2004 a 2008

	2004	2005	2006	2007	2008
Lusomundo Audiovisuais SA	8.867.038	7.299.041	8.206.686	9.227.766	9.363.485
Columbia TriStar Warner Filmes de Portugal	3.976.975	3.271.680	3.505.485	3.614.522	2.970.162
CLMC Multimédia SA/ Filmes Castellolopes, LDA/ Castelo lopes II - Multimédia, Lda	1.807.963	2.322.267	2.377.679	1.506.968	1.988.787
LNK Audiovisuais SA/LNK Filmes - Sociedade Comercial de Cinemas, Lda	1.403.955	1.209.527	1.338.876	614.772	548.411
Prisvideo Edições Videográficas, Lda	575.888	1.263.167	636.207	809.482	491.064
Atalanta Filmes Sociedade de Distribuição de Filmes, Lda	360.044	264.334	149.260	179.547	147.112
Outros	135.950	124.095	153.236	365.278	470.219
<b>Total</b>	<b>17.127.813</b>	<b>15.754.111</b>	<b>16.367.429</b>	<b>16.318.335</b>	<b>15.979.240</b>

Fonte: ICA. Edição OberCom.

Figura 3 - Espectadores por Distribuidor, 2004 a 2008



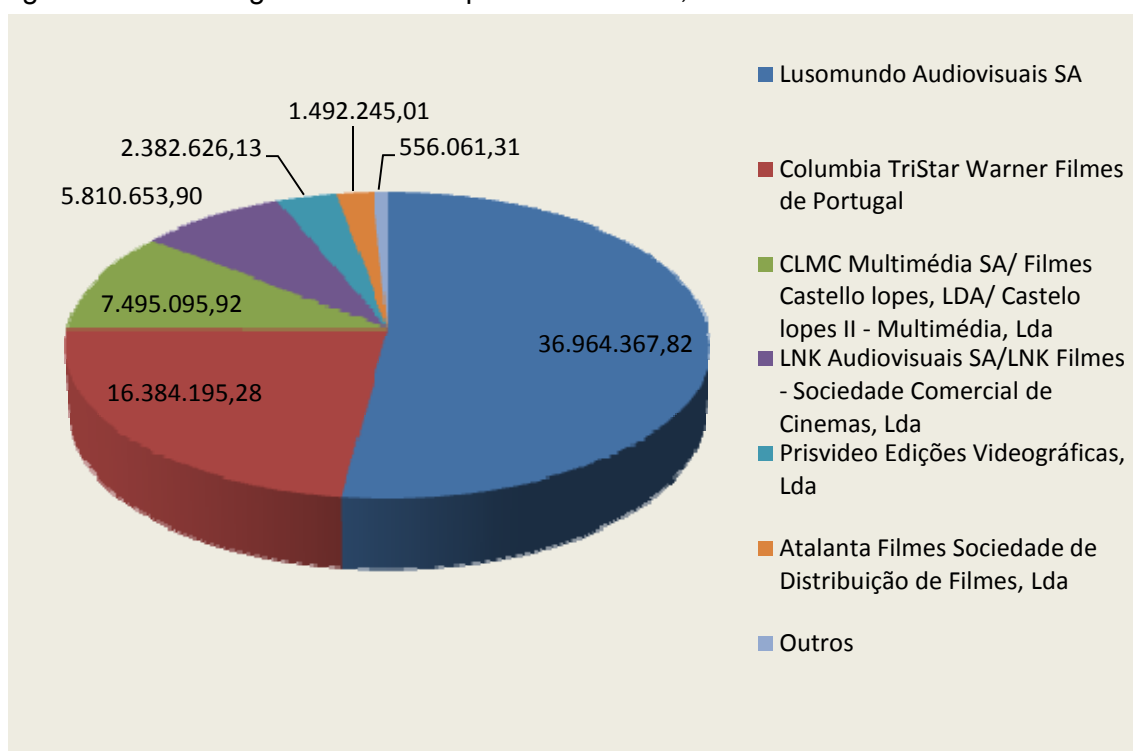
Fonte: ICA. Edição OberCom.

Quadro 9 - Receita Bruta por Distribuidor, 2004 a 2008

	2004	2005	2006	2007	2008
Lusomundo Audiovisuais SA	36.964.367,82	30.753.290,31	34.182.374,13	38.957.937,69	40.919.763,78
Columbia TriStar Warner Filmes de Portugal	16.384.195,28	13.747.712,03	14.797.842,89	15.434.537,08	12.963.606,70
CLMC Multimédia SA/ Filmes Castelo lopes, LDA/ Castelo lopes II - Multimédia, Lda	7.495.095,92	9.836.587,36	9.850.436,27	6.366.701,84	8.621.321,38
LNK Audiovisuais SA/LNK Filmes - Sociedade Comercial de Cinemas, Lda	5.810.653,90	5.082.305,57	5.542.862,11	2.589.053,69	2.346.677,74
Prisvideo Edições Videográficas, Lda	2.382.626,13	5.306.766,73	2.678.245,86	3.466.290,27	2.371.424,36
Atalanta Filmes Sociedade de Distribuição de Filmes, Lda	1.492.245,01	1.081.544,37	614.976,29	739.632,45	629.622,00
Outros	556.061,31	529.169,68	654.088,42	1.566.692,12	2.042.215,85
<b>Total</b>	<b>71.085.245,37</b>	<b>66.337.376,05</b>	<b>68.320.825,97</b>	<b>69.120.845,14</b>	<b>69.894.631,81</b>

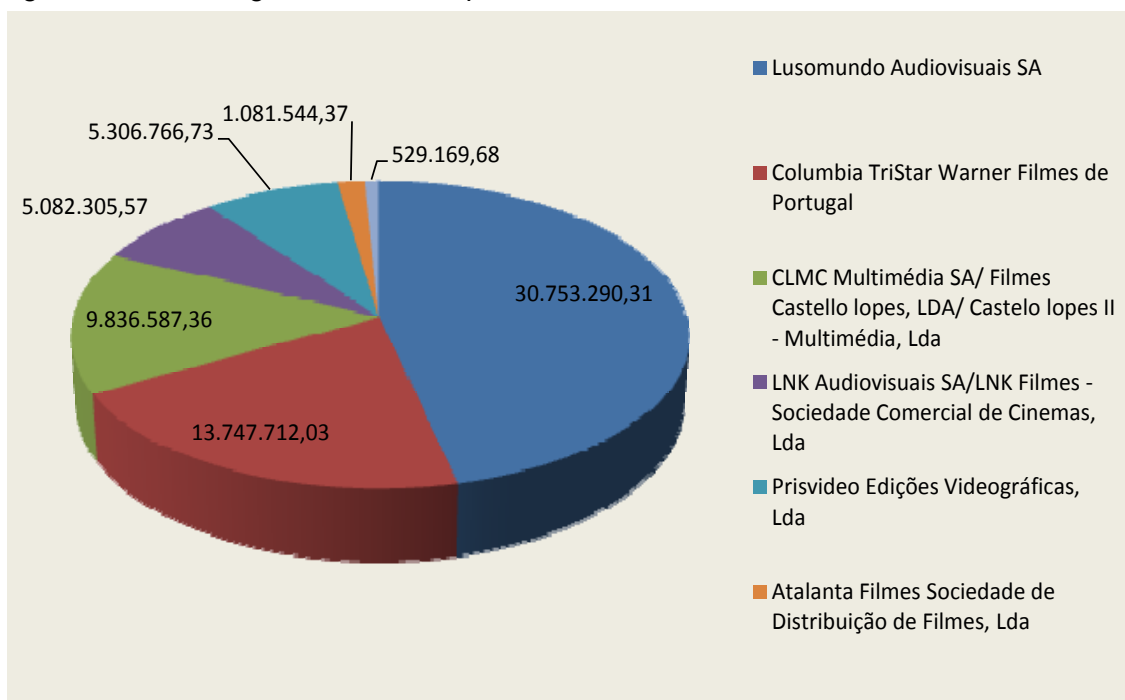
Fonte: ICA. Edição OberCom.

Figura 4 - Percentagem de receitas por distribuidor \*, 2004



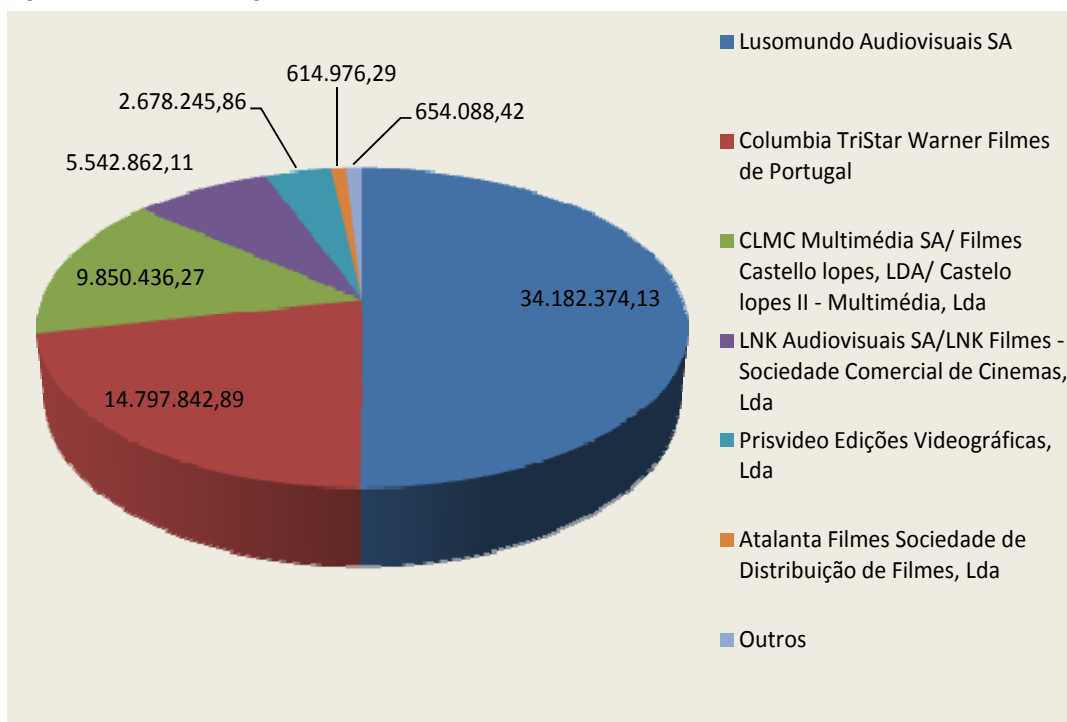
Fonte: ICA. Edição OberCom.

Figura 5 - Percentagem de receitas por distribuidor \*, 2005



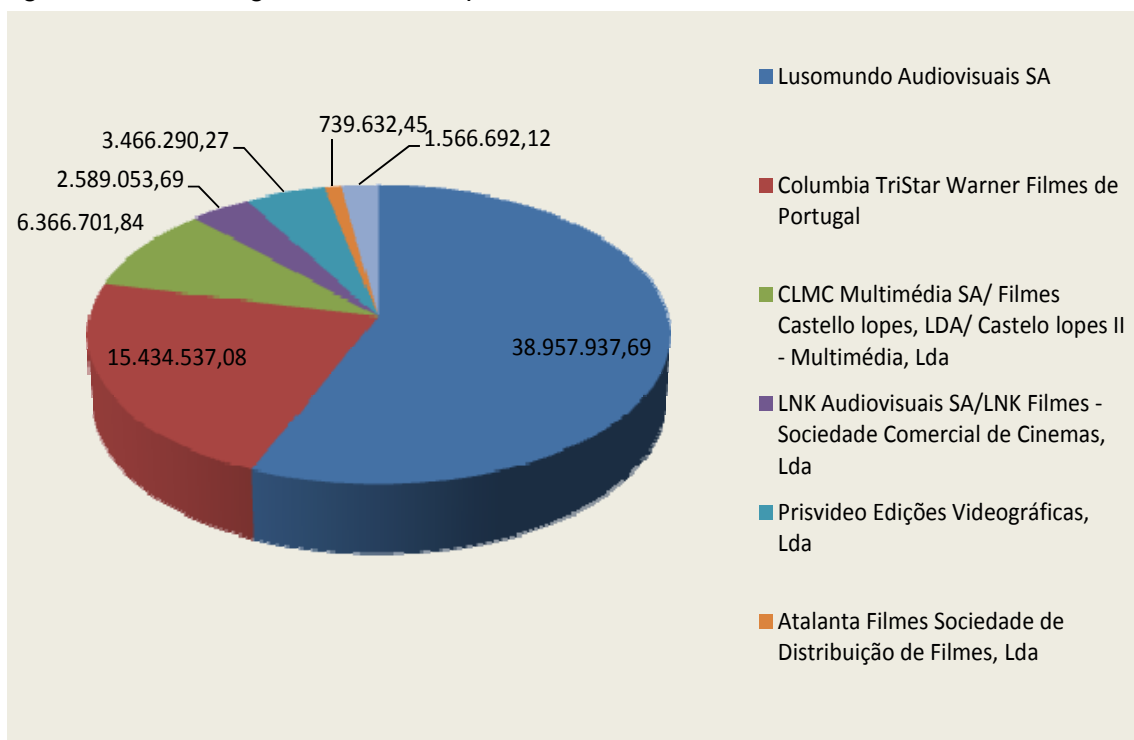
Fonte: ICA. Edição OberCom.

Figura 6 - Percentagem de receitas por distribuidor \*, 2006



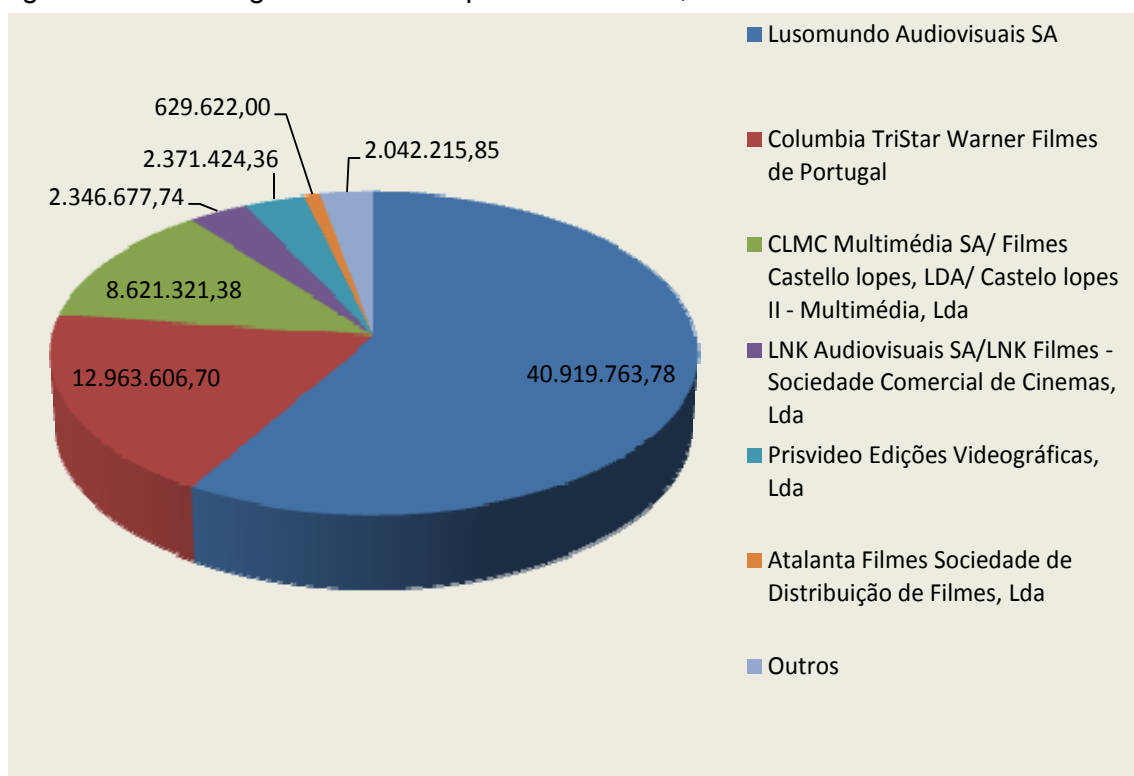
Fonte: ICA. Edição OberCom.

Figura 7 - Percentagem de receitas por distribuidor \*, 2007



Fonte: ICA. Edição OberCom.

Figura 8 - Percentagem de receitas por distribuidor \*, 2008



Fonte: ICA. Edição OberCom.

Quadro 10 - Percentagem dos filmes estreados, nº de espectadores e receita bruta por distribuidor, 2004 a 2008

	Filmes estreados					Nº de Espectadores				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Lusomundo Audiovisuais SA	31,0	35,6	43,4	43,1	45,3	51,8	46,3	50,1	56,5	58,6
Columbia TriStar Warner Filmes de Portugal	8,0	9,0	10,8	9,9	9,0	23,2	20,8	21,4	22,2	18,6
CLMC Multimédia SA/ Filmes Castello lopes, LDA/ Castelo lopes II - Multimédia, Lda	8,7	10,5	8,7	6,9	10,7	10,6	14,7	14,5	9,2	12,4
LNK Audiovisuais SA/LNK Filmes - Sociedade Comercial de Cinemas, Lda	15,0	15,4	10,8	9,9	5,6	8,2	7,7	8,2	3,8	3,4
Prisvideo Edições Videográficas, Lda	9,7	10,5	12,6	12,4	8,1	3,4	8,0	3,9	5,0	3,1
Atalanta Filmes Sociedade de Distribuição de Filmes, Lda	14,7	10,9	8,0	10,2	8,5	2,1	1,7	0,9	1,1	0,9
Outros	13,0	8,2	5,6	7,7	12,8	0,8	0,8	0,9	2,2	2,9
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: ICA. Edição OberCom.

Quadro 11 - Percentagem dos filmes estreados, nº de espectadores e receita bruta por distribuidor, 2004 a 2008 (continuação)

	Receita Bruta				
	2004	2005	2006	2007	2008
Lusomundo Audiovisuais SA	52,0	46,4	50,0	56,4	58,5
Columbia TriStar Warner Filmes de Portugal	23,0	20,7	21,7	22,3	18,5
CLMC Multimédia SA/ Filmes Castello lopes, LDA/ Castelo lopes II - Multimédia, Lda	10,5	14,8	14,4	9,2	12,3
LNK Audiovisuais SA/LNK Filmes - Sociedade Comercial de Cinemas, Lda	8,2	7,7	8,1	3,7	3,4
Prisvideo Edições Videográficas, Lda	3,4	8,0	3,9	5,0	3,4
Atalanta Filmes Sociedade de Distribuição de Filmes, Lda	2,1	1,6	0,9	1,1	0,9
Outros	0,8	0,8	1,0	2,3	2,9
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: ICA. Edição OberCom.

Quadro 12 - Rácio de nº de espectadores, por distribuidor, 2004 e 2008

	Rácio Nº Espectadores/Filmes Distribuídos				
	2004	2005	2006	2007	2008
Lusomundo Audiovisuais SA	95.344	76.832	67.268	78.201	88.335
Columbia TriStar Warner	165.707	116.846	97.375	133.871	141.436
CLMC Multimédia SA/ Filmes Castello Lopes, LDA/ Castelo Lopes II - Multimédia, Lda	69.537	96.761	76.699	79.314	79.551
LNK Audiovisuais SA/LNK Filmes - Soc.Com. de Cinemas, Lda	31.199	29.501	43.190	22.769	42.185
Prisvideo Edições Videográficas, Lda	19.858	45.113	26.509	23.808	25.845
Atalanta Filmes Soc.de Distrib. de Filmes, Lda	8.183	9.115	6.490	6.412	7.356
Outros	3.486	5.641	9.014	17.394	15.674
<b>Média Total</b>	<b>57.093</b>	<b>59.004</b>	<b>57.632</b>	<b>59.556</b>	<b>68.287</b>

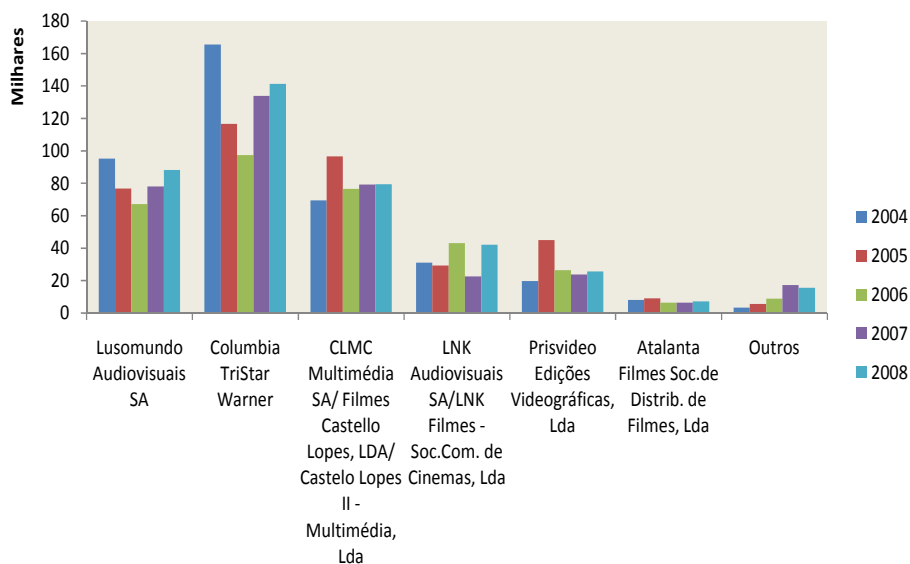
Fonte: ICA. Edição OberCom.

Quadro 13 - Rácio de receita bruta de filmes estreados, por distribuidor, 2004 e 2008

	Rácio Receita Bruta/Filmes Distribuídos				
	2004	2005	2006	2007	2008
Lusomundo Audiovisuais SA	397.466	323.719	280.183	330.152	386.036
Columbia TriStar Warner	682.675	490.990	411.051	571.650	617.315
CLMC Multimédia SA/ Filmes Castello Lopes, LDA/ Castelo Lopes II - Multimédia, Lda	288.273	409.858	317.756	335.090	344.853
LNK Audiovisuais SA/LNK Filmes - Soc.Com. de Cinemas, Lda	129.126	123.959	178.802	95.891	180.514
Prisvideo Edições Videográficas, Lda	82.160	189.527	111.594	101.950	124.812
Atalanta Filmes Soc.de Distrib. de Filmes, Lda	33.915	37.295	26.738	26.415	31.481
Outros	14.258	24.053	38.476	74.604	68.074
<b>Média Total</b>	<b>236.951</b>	<b>248.455</b>	<b>240.566</b>	<b>252.266</b>	<b>298.695</b>

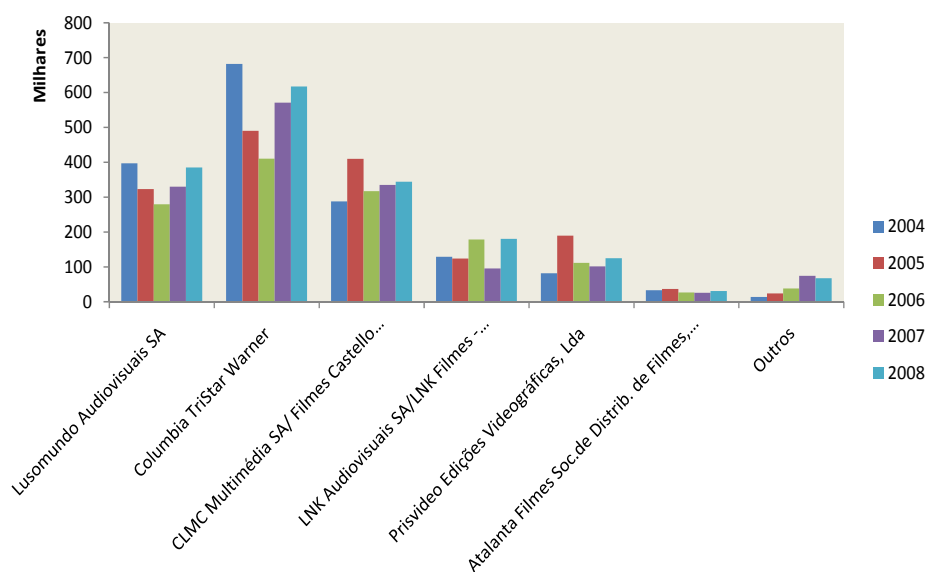
Fonte: ICA. Edição OberCom.

Figura 9 - Rácio de filmes distribuídos estreados por espectadores, 2004 a 2008



Fonte: ICA. Edição OberCom.

Figura 10 - Rácio de filmes distribuídos estreados por receita bruta, 2004 a 2008



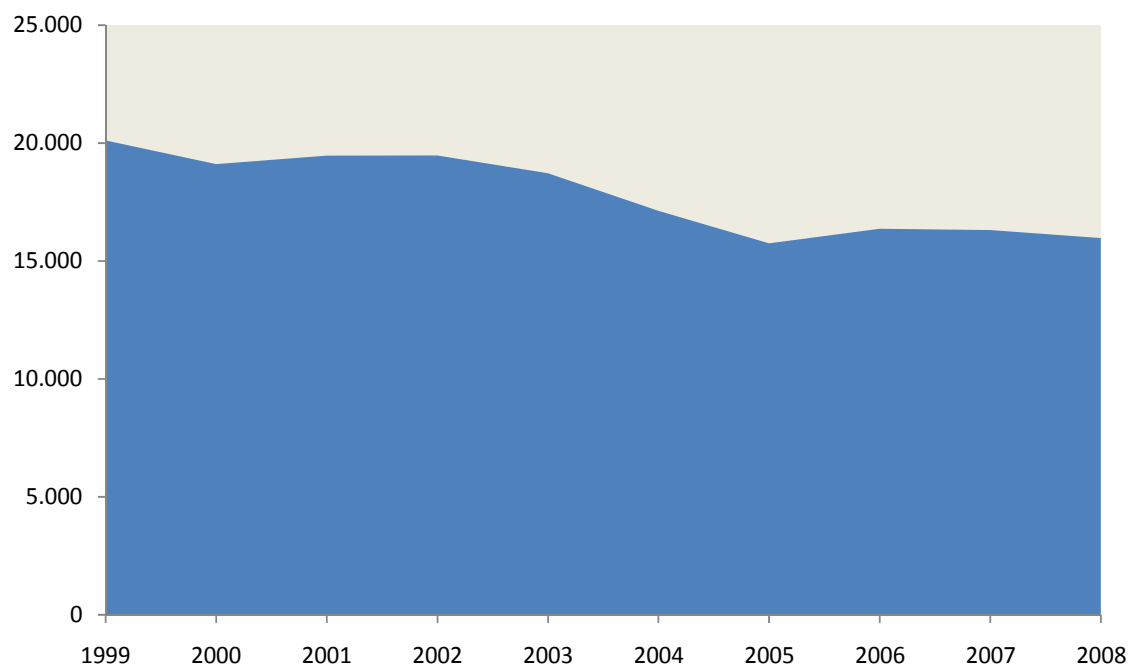
Fonte: ICA. Edição OberCom.

Quadro 14 - Evolução comparativa do nº de espectadores (em milhares), 1999 a 2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Nº de Espectadores</b>	20.118	19.114	19.469	19.480	18.723	17.128	15.754	16.367	16.318	15.979

Fonte: INE. Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio até 2003. Restantes anos ICA. Edição OberCom.

Figura 11 - Evolução do nº de espectadores (milhares), 1999 a 2008



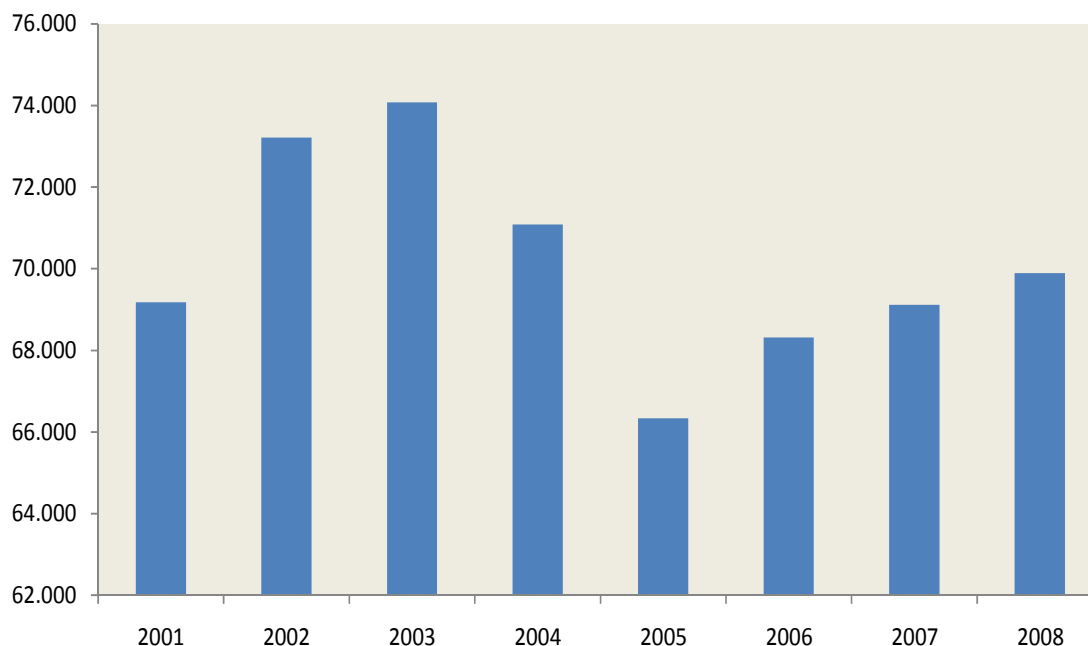
Fonte: INE. Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio até 2003. Restantes anos ICA. Edição OberCom.

Quadro 15 - Evolução comparativa da receita bruta (milhares de euros), 2001 a 2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Receita Bruta</b>	69.182	73.214	74.079	71.085	66.337	68.321	69.121	69.895

Fonte: INE. Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio até 2003. Restantes anos ICA. Edição OberCom.

Figura 12 - Evolução da receita bruta (milhares de euros), 2001 a 2008



Fonte: INE. Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio até 2003. Restantes anos ICA. Edição OberCom.

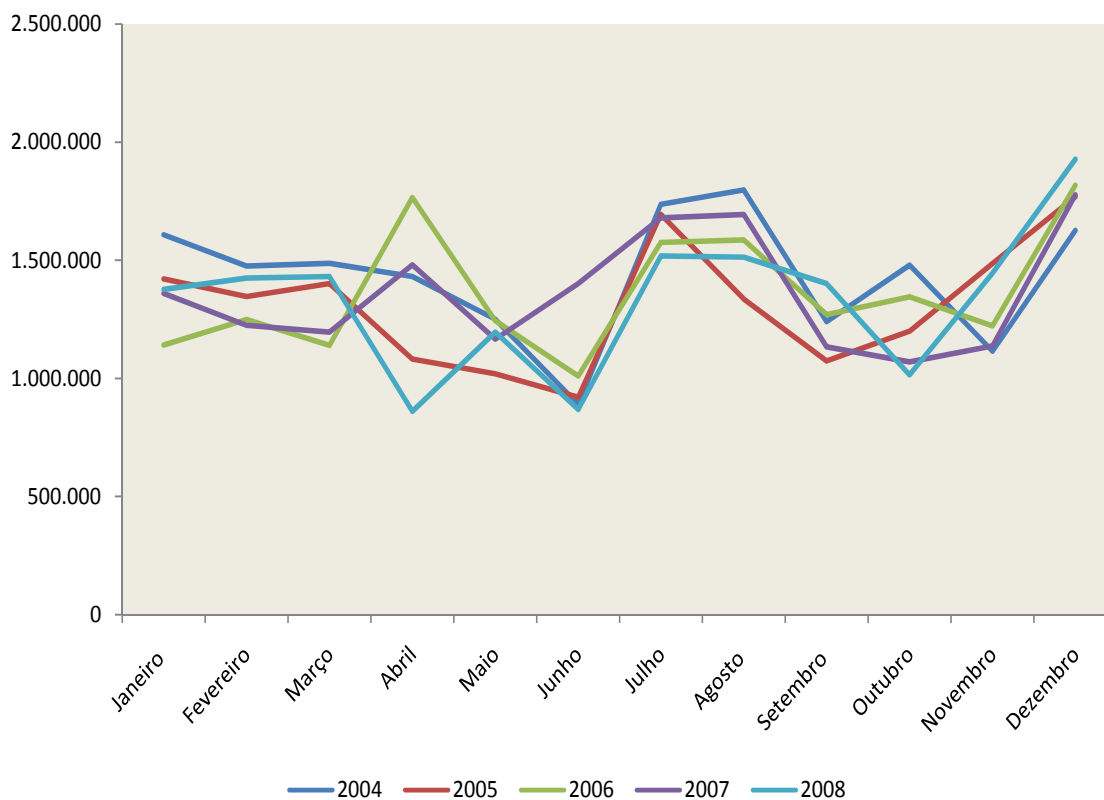
Quadro 16 - Evolução comparativa do nº de espectadores por mês (milhares), 2004 a 2008

	Nº Espectadores				
	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Janeiro</b>	1.608.321	1.421.109	1.141.850	1.359.889	1.376.964
<b>Fevereiro</b>	1.475.062	1.347.289	1.248.920	1.224.225	1.424.900
<b>Março</b>	1.486.772	1.401.884	1.140.426	1.196.321	1.431.705
<b>Abril</b>	1.431.006	1.082.346	1.765.687	1.480.832	860.641
<b>Mai</b>	1.250.197	1.019.808	1.244.529	1.165.650	1.195.849
<b>Junho</b>	891.085	920.857	1.010.206	1.400.650	868.666
<b>Julho</b>	1.736.400	1.694.156	1.575.156	1.678.932	1.518.516
<b>Agosto</b>	1.797.453	1.336.742	1.585.727	1.693.980	1.512.879
<b>Setembro</b>	1.240.402	1.074.179	1.269.592	1.133.226	1.400.804
<b>Outubro</b>	1.479.175	1.200.768	1.345.486	1.069.881	1.015.062
<b>Novembro</b>	1.115.810	1.485.593	1.222.351	1.137.841	1.445.598
<b>Dezembro</b>	1.626.230	1.769.380	1.817.499	1.776.908	1.927.656
<b>Total</b>	<b>17.137.913</b>	<b>15.754.111</b>	<b>16.367.429</b>	<b>16.318.335</b>	<b>15.979.240</b>

Fonte: ICA. Edição OberCom



Figura 13 - Evolução Comparativa do nº de espectadores por mês (milhares), 2004 a 2008



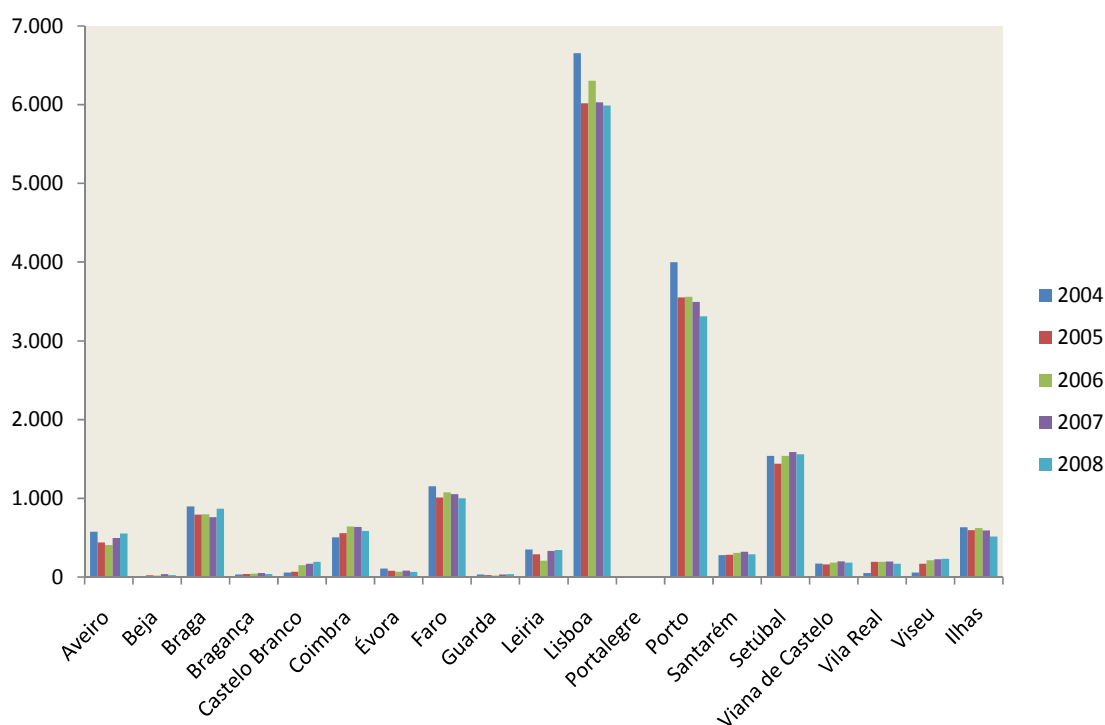
Fonte: ICA. Edição OberCom

Quadro 17 - Número de Espectadores por Distrito (milhares), 2004 a 2008

	Nº de Espectadores				
	2004	2005	2006	2007	2008
Aveiro	577	441	410	497	554
Beja	12	22	20	36	28
Braga	897	793	797	763	868
Bragança	35	39	43	51	42
Castelo Branco	60	70	153	169	194
Coimbra	506	558	643	636	587
Évora	107	81	68	83	65
Faro	1.153	1.011	1.074	1.053	1.002
Guarda	33	28	18	32	36
Leiria	351	291	209	334	343
Lisboa	6.652	6.017	6.302	6.029	5.987
Portalegre	8	7	11	8	10
Porto	3.999	3.552	3.559	3.494	3.311
Santarém	281	284	308	324	290
Setúbal	1.538	1.440	1.540	1.589	1.561
Viana de Castelo	174	162	184	203	184
Vila Real	53	193	193	197	169
Viseu	60	169	214	226	234
Ilhas	632	596	621	594	514
<b>Total</b>	<b>17.128</b>	<b>15.754</b>	<b>16.367</b>	<b>16.318</b>	<b>15.979</b>

Fonte: ICA. Edição OberCom

Figura 14 - Número de Espectadores por Distrito (milhares), 2004 a 2008



Fonte: ICA. Edição OberCom

Quadro 18 - Repartição da Prestação de serviços de distribuição e exibição de filmes e de vídeos, por área de negócios, segundo a actividade principal da empresa, 2006

Serviços prestados	Total	Distribuição de filmes e de vídeo	Exibição de filmes e de vídeo
<b>Total de prestação de serviços</b>	<b>138 864</b>	<b>49 294</b>	<b>89 570</b>
<b>Produção de filmes, vídeos e técnicas de pós-produção</b>	<b>51</b>	<b>51</b>	<b>0</b>
<b>Distribuição de filmes e de vídeos</b>	<b>43 681</b>	<b>43 289</b>	<b>392</b>
Filmes cinematográficos	21 309	21 106	202
Obras televisivas de stock e vídeos	16 086	16 086	0
Aquisição de direitos de distribuição/transmissão	759	759	0
Outros serviços de distribuição de filmes e vídeos	5 527	5 337	190
<b>Exibição de filmes e vídeos</b>	<b>92 251</b>	<b>5 159</b>	<b>87 092</b>
<b>Serviços de rádio</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Serviços de televisão</b>	<b>539</b>	<b>0</b>	<b>539</b>
<b>Serviços de gravações de edição de som</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>0</b>
<b>Outros serviços</b>	<b>2 302</b>	<b>755</b>	<b>1 547</b>

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual

Quadro 19 - Caracterização da distribuição cinematográfica por volume de negócios e número de empresas, 2006

<b>Características</b>	<b>Volume de Negócios</b>	<b>Número de Empresas</b>
<b>Expansão geográfica dos filmes distribuídos por território</b>		
Nacional	96,1	63,6
Regional	2,8	13,6
Local	1,0	22,7
Exterior	0	0
<b>Público-alvo dos filmes distribuídos</b>		
Grande público	100	95,5
Público restrito	0	4,5
Profissionalizante	0	0
<b>Tipo de conteúdos distribuídos</b>		
Generalistas	94,2	86,4
Especializados	5,8	13,6

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual

Quadro 20 - Distribuição do número de filmes distribuídos e estreados por género e por origem, 2006

<b>Género / Origem</b>	<b>Filmes distribuídos</b>	<b>Filmes estreados</b>
<b>Por género</b>		
	<b>13 560</b>	<b>1 330</b>
Curta-metragem	7	0
Longa-metragem	11 295	693
Filme de animação	1 565	91
Documentário	155	22
Telefilme	1	1
Série de televisão	18	4
Telenovela	0	0
Outros	519	519
<b>Por origem</b>		
	<b>13 560</b>	<b>1 330</b>
Nacionais	511	40
Restante União Europeia	981	380
Resto da Europa	31	13
Estados Unidos da América	11 837	502
Outros países	200	395

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual

## Exibição Cinematográfica

Quadro 21 - N.º de recintos e salas por Exibidor, 2004 a 2008

	Recintos					Salas				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Lusomundo Cinemas, SA	28	29	29	30	31	158	179	196	214	217
Socorama - Castello Lopes Cinemas, S.A.	25	27	20	20	21	105	113	89	92	99
UCI - Cinema International Corporation, Lda	1	1	2	2	2	14	14	34	34	34
AMC-Actividades Multicinas e Espectáculos, Lda <sup>a</sup>	1	1	–	–	–	20	20	–	–	–
Medeia Filmes	6	6	4	4	3	18	18	16	16	15
Cinemas Millenium SA	5	5	2	–	–	45	45	18	4	–
SBC-Spean Bridge Cinemas, Lda	1	1	1	1	1	9	9	9	9	9
NLC-New Lineo Cinemas de Portugal, Lda	4	3	3	3	4	18	16	16	25	35
J Gomes & CA Lda / Cinemas da Praça Lda	2	4	4	2	4	9	14	14	14	14
Filmitalus Lda	2	2	2	2	2	7	7	7	7	7
Teatro José Lúcio	3	3	3	1	4	3	3	4	2	5
Cinemas Fonte Nova	1	1	1	1	2	3	3	3	3	5
Freeport Cinemas Lda <sup>a</sup>	–	–	–	1	1	–	–	–	11	11
Outros	56	68	69	109	107	61	70	73	115	121
<b>Total</b>	<b>135</b>	<b>151</b>	<b>140</b>	<b>176</b>	<b>182</b>	<b>470</b>	<b>511</b>	<b>479</b>	<b>546</b>	<b>572</b>

Fonte: ICA. Edição OberCom.

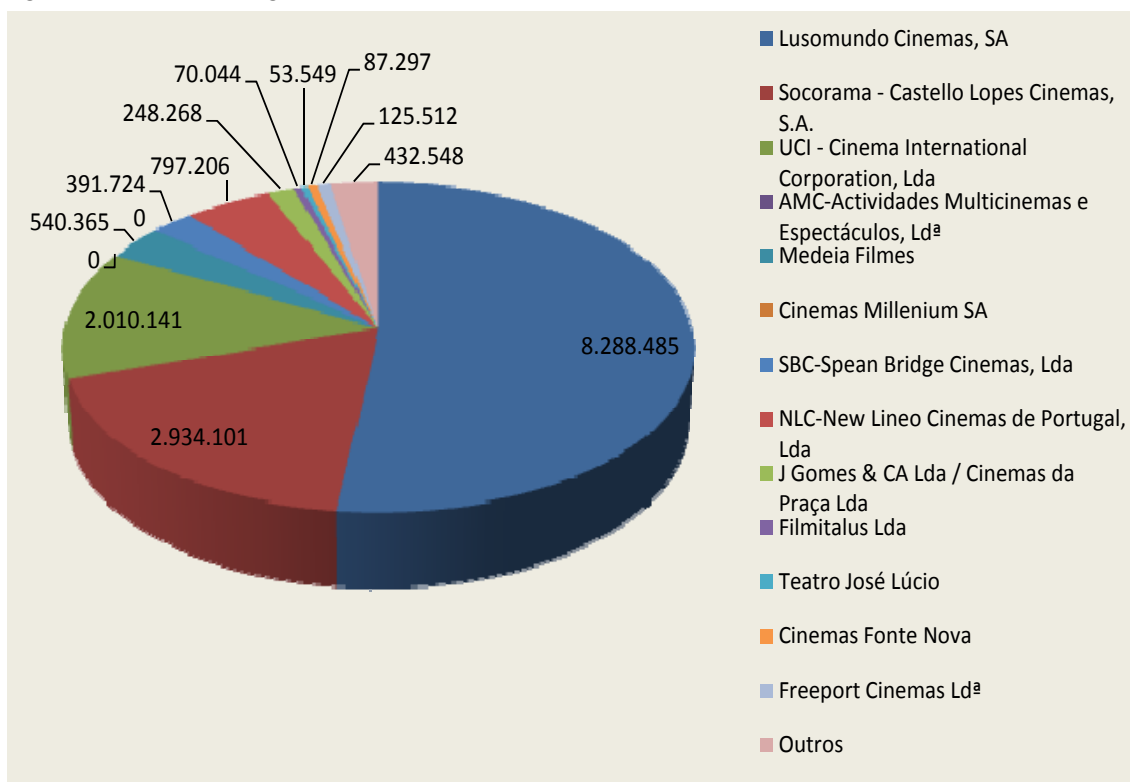
Quadro 22 - N.º de Espectadores por Exibidor, 2004 a 2008

	2004	2005	2006	2007	2008
Lusomundo Cinemas, SA	7.878.706	7.246.747	8.024.355	8.192.676	8.288.485
Socorama - Castello Lopes Cinemas, S.A.	3.337.572	2.709.771	3.010.946	3.100.684	2.934.101
UCI - Cinema International Corporation, Lda	912.086	832.741	2.431.533	2.098.487	2.010.141
AMC-Actividades Multicinas e Espectáculos, Lda <sup>a</sup>	1.828.945	1.640.142	–	–	–
Medeia Filmes	891.615	744.388	687.809	565.059	540.365
Cinemas Millenium SA	883.967	981.438	631.359	–	–
SBC-Spean Bridge Cinemas, Lda	507.288	450.576	459.687	418.055	391.724
NLC-New Lineo Cinemas de Portugal, Lda	83.872	323.781	272.183	559.155	797.206
J Gomes & CA Lda / Cinemas da Praça Lda	217.489	200.908	180.991	297.944	248.268

Filitalus Lda	138.085	144.490	136.058	126.298	70.044
Teatro José Lúcio	128.187	83.585	90.881	77.313	53.549
Cinemas Fonte Nova	90.080	75.679	76.678	65.671	87.297
Freeport Cinemas Lda <sup>a</sup>	-	-	-	40.529	125.512
Outros	229.921	319.865	364.949	776.464	432.548
<b>Total</b>	<b>17.127.813</b>	<b>15.754.111</b>	<b>16.367.429</b>	<b>16.318.335</b>	<b>15.979.240</b>

Fonte: ICA. Edição OberCom.

Figura 15 - Percentagem de espectadores por exibidor, 2008



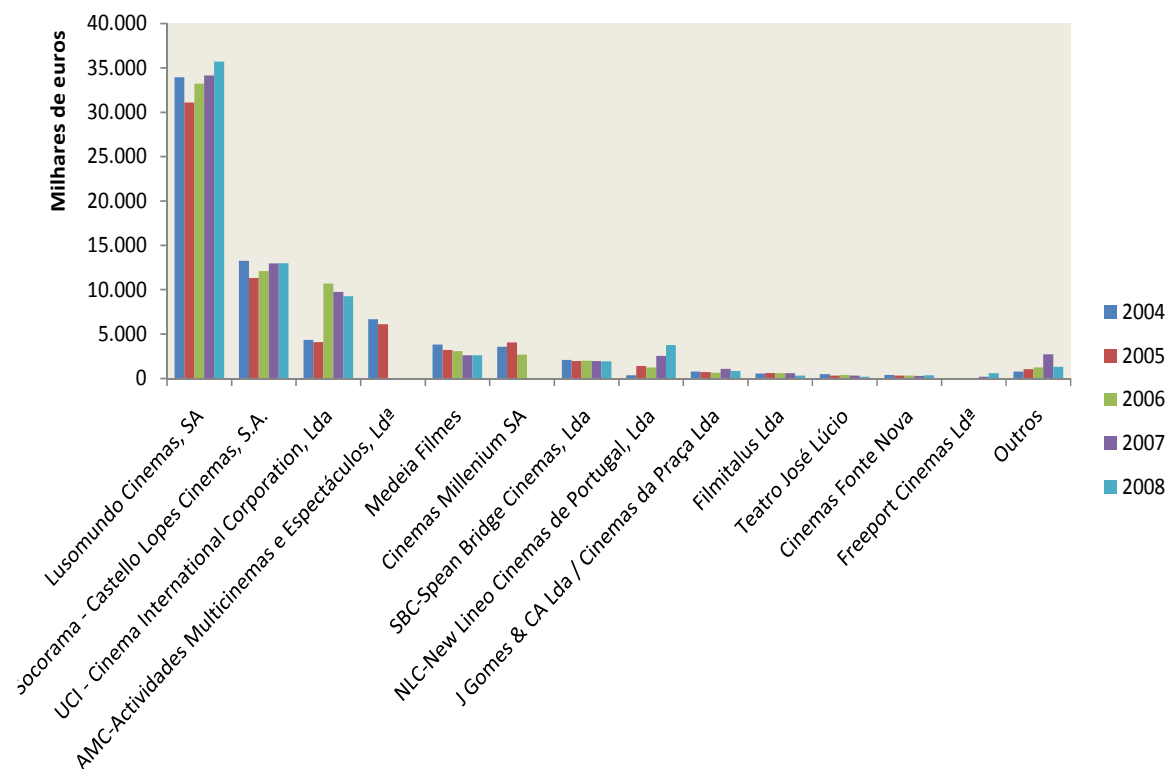
Fonte: ICA. Edição OberCom.

Quadro 23 - Receita Bruta por Exibidor (euros), 2004 a 2008

	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Lusomundo Cinemas, SA</b>	33.946.387,63	31.097.032,80	33.219.639,56	34.139.501,13	35.700.696,31
<b>Socorama - Castello Lopes Cinemas, S.A.</b>	13.255.803,47	11.316.616,60	12.121.188,05	12.959.562,80	12.998.736,45
<b>UCI - Cinema International Corporation, Lda</b>	4.349.632,10	4.104.028,40	10.717.927,00	9.743.985,04	9.255.701,52
<b>AMC-Actividades Multicinas e Espectáculos, Lda</b>	6.675.208,70	6.115.288,00	—	—	—
<b>Medeia Filmes</b>	3.836.148,30	3.202.382,90	3.089.924,30	2.606.123,50	2.602.552,40
<b>Cinemas Millenium SA</b>	3.568.203,60	4.067.921,30	2.699.753,60	—	—
<b>SBC-Spean Bridge Cinemas, Lda</b>	2.093.799,74	1.947.892,10	2.003.084,65	1.968.733,40	1.926.333,95
<b>NLC-New Lineo Cinemas de Portugal, Lda</b>	355.138,30	1.421.495,00	1.259.013,80	2.546.184,00	3.777.138,80
<b>J Gomes &amp; CA Lda / Cinemas da Praça Lda</b>	801.699,00	733.675,00	647.582,00	1.073.428,50	863.972,25
<b>Filmitalus Lda</b>	567.289,20	621.197,30	600.860,20	578.741,35	318.145,40
<b>Teatro José Lúcio</b>	482.679,00	327.586,50	381.761,50	315.890,20	204.199,70
<b>Cinemas Fonte Nova</b>	378.770,50	331.378,80	340.706,80	287.407,70	343.873,70
<b>Freeport Cinemas Lda<sup>a</sup></b>	—	—	—	184.905,00	593.913,40
<b>Outros</b>	774.485,83	1.050.881,35	1.239.384,51	2.716.382,52	1.309.367,93
<b>TOTAL</b>	<b>71.085.245,37</b>	<b>66.337.376,05</b>	<b>68.320.825,97</b>	<b>69.120.845,14</b>	<b>69.894.631,81</b>

Fonte: ICA. Edição OberCom.

Figura 16 - Receita Bruta por salas de Exibidor (euros), 2004 a 2008



Fonte: ICA. Edição OberCom.

Quadro 24 - Ranking dos 10 filmes mais vistos, 2004 a 2008

2004					
Título	Distribuidor	Países	Nº Espectadores	Receita Bruta	Género
1 Shrek 2	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A	770.414	3.153.924,51	Familiar/ Animação
2 A Paixão de Cristo	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A	720.840	3.006.849,33	Drama
3 Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban	Columbia Tri Star Warner	E.U.A	532.793	2.182.921,99	Familiar/ Animação
4 O Último Samurai	Columbia Tri Star Warner	E.U.A	525.944	2.216.900,06	Ação
5 O Dia Depois de Amanhã	Clmc - Multimédia	E.U.A	475.678	1.981.936,83	Ação
6 Homem-Aranha 2	Columbia Tri Star Warner	E.U.A	469.265	1.924.788,11	Ação
7 Tróia	Columbia Tri Star Warner	E.U.A	433.778	1.825.964,83	Ação
8 The Incredibles - Os Super-Heróis	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A	372.997	1.536.954,47	Familiar/ Animação
9 Alguém Tem Que Ceder	Columbia Tri Star Warner	E.U.A	337.394	1.413.036,19	Comédia
10 Terminal de Aeroporto	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A	311.289	1.331.840,84	Drama
<b>Total</b>			<b>4.950.392</b>	<b>20.575.117,16</b>	
2005					
Título	Distribuidor	Países	Nº Espectadores	Receita Bruta	Género
1 Madagáscar	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A.	692.448	2.853.630,06	Familiar/ Animação
2 Harry Potter e o Cálice de Fogo	Columbia Tristar Warner	E.U.A. /Reino Unido	527.176	2.270.355,82	Familiar/ Animação
3 Guerra dos Mundos	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A.	507.999	2.156.326,43	Ação
4 Mr. e Mrs. Smith	CLMC - Multimédia	E.U.A.	434.863	1.831.728,47	Ação
5 Uns Compadres do Pior	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A.	400.159	1.680.688,34	Comédia
6 Ocean's Twelve	Columbia Tristar Warner	E.U.A. /Austrália	390.852	1.663.684,87	Ação
7 Star Wars: Episode III - A Vingança dos Sith	CLMC - Multimédia	E.U.A.	352.960	1.532.228,19	Ação
8 Million Dollar Baby - Sonhos Vencidos	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A.	318.757	1.383.018,53	Drama
9 O Crime do Padre Amaro	Lusomundo Audiovisuais	Portugal	317.234	1.379.263,74	Drama
10 Chicken Little	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A.	306.955	1.262.043,62	Familiar/ Animação
<b>Total</b>			<b>4.249.403</b>	<b>18.012.968,07</b>	

2006					
Título	Distribuidor	Países	Nº Espectadores	Receita Bruta	Género
1 O Código Da Vinci	Columbia tristar warner	E.U.A	756.770	3.299.657,12	Acção
2 Piratas Das Caraibas - O Cofre Do Homem Morto	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A.	638.114	2.700.198,08	Familiar/ Acção
3 Idade Do Gelo 2 - Descongelados	CLMC - Multimédia E.U.A	E.U.A.	493.374	2.008.418,41	Familiar/ Animação
4 Pular A Cerca	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A.	422.251	1.725.969,45	Familiar/ Animação
5 007 - Casino Royale	Columbia Tristar Warner	E.U.A. /Alemanha /Rep. Checa /Reino Unido	375.162	1.626.685,77	Acção
6 Miami Vice	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A. /Alemanha	307.788	1.295.646,93	Acção
7 Missão Impossível M:1 - 3	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A. /Alemanha	298.428	1.276.375,88	Acção
8 Eu, Tu e o Emplastro	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A.	289.038	1.177.775,00	Comédia
9 Infiltrado	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A.	279.424	1.178.358,83	Acção
10 Filme Da Treta	LNK Audiovisuais	Portugal	278.421	1.090.992,13	Comédia
<b>Total</b>			<b>4.138.770</b>	<b>17.380.077,60</b>	
2007					
Título	Distribuidor	Países	Nº Espectadores	Receita Bruta	Género
1 Shrek o Terceiro	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A.	818.904	3.465.419	Familiar/ Animação
2 Ratatui	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A.	664.639	2.792.882	Familiar/ Animação
3 Piratas das Caraibas nos Confins do Mundo	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A.	510.140	2.188.054	Familiar/ Fantasia
4 Mr. Bean em Férias	Lusomundo Audiovisuais	Reino Unido	492.658	2.058.383	Comédia
5 Harry Potter e a Ordem da Fénix	Columbia Tristar Warner	E.U.A./Reino Unido	479.152	2.033.462	Familiar/ Fantasia
6 Homem-Aranha 3	Columbia Tristar Warner	E.U.A.	402.145	1.713.278	Acção
7 A História de Uma Abelha	Lusomundo Audiovisuais	E.U.A.	391.440	1.680.325	Familiar/ Animação
8 Os Simpsons: O Filme	CLMC - Multimédia	E.U.A.	346.188	1.457.301	Familiar/ Animação
9 Diamante de Sangue	Columbia Tristar Warner	E.U.A.	323.012	1.403.597	Drama
10 Ocean's 13	Columbia Tristar Warner	E.U.A.	300.952	1.282.444	Acção
<b>Total</b>			<b>4.729.230</b>	<b>20.075.144</b>	



2008					
Título	Distribuidor	Países	Nº Espectadores	Receita Bruta	Género
1 Mamma Mia!	Lusomundo Audiovisuais SA	E.U.A./Alemanha/Reino Unido	851.181	3.762.436,68	Comédia
2 Madagáscar	Lusomundo Audiovisuais SA	E.U.A.	731.427	3.212.781,08	Familiar/Animação
3 O Panda do Kung Fu	Lusomundo Audiovisuais SA	E.U.A.	605.062	2.638.737,27	Familiar/Animação
4 Indiana Jones e o Reino da Caveira de Cristal	Lusomundo Audiovisuais SA	E.U.A.	573.017	2.551.257,53	Familiar/Ação/Comédia
5 Astérik nos Jogos Olímpicos	Lusomundo Audiovisuais SA	França/Itália/Alemanha	438.014	1.887.774,89	Familiar/Comédia
6 007 - Quantum of Solace	Columbia Tristar Warner	E.U.A./Reino Unido	403.446	1.809.960,84	Ação
7 Wall.E	Lusomundo Audiovisuais SA	E.U.A.	352.086	1.550.301,80	Familiar/Animação
8 O Cavaleiro das Trevas	Columbia Tristar Warner	E.U.A.	334.330	1.474.618,32	Familiar/Ação/Fantasia
9 A Múmia: O Túmulo do Imperador Dragão	Lusomundo Audiovisuais SA	E.U.A./Alemanha	279.680	1.228.360,30	Familiar/Ação/Fantasia
10 Viagem ao Centro da Terra	Prisvideo Edições Videográficas	E.U.A.	213.280	1.163.838,53	Familiar/Fantasia
<b>Total</b>			<b>4.781.523</b>	<b>21.280.067</b>	

Fonte: ICA. Edição OberCom.

Quadro 25 - Ranking dos 10 Filmes Nacionais Estreados por Realizador, País, Distribuidor, Data de Estreia, Nº de Espectadores e Receita Bruta, 2004 a 2008

Título	Realizador	Países	Distribuidor	Data de Estreia	Nº de Espectadores	Receita Bruta
1 O Crime do Padre Amaro	Carlos Coelho Da Silva	Portugal	Lusomundo Audiovisuais, SA	27-10-2005	317.234	1.379.263,74
2 Filme da Treta	José Sacramento	Portugal	LNK Audiovisuais	12-10-2006	278.421	1.090.992,13
3 Corrupção	-	Portugal	Bworld-Entertainment	01-11-2007	228.481	1.004.895,96
4 Amália - O Filme	Carlos Coelho da Silva	Portugal	Valentim de Carvalho	04-12-2008	136.798	607.668,56
5 Call Girl	António Pedro Vasconcelos	Portugal	Lusomundo Audiovisuais, SA	27-12-2007	56.579	254.979,90

6 O Sonho de Uma Noite de São João	Ángel De La Cruz/ Manolo Gómez	Portugal/Espanha	Lusomundo Audiovisuais, SA	21-07-2005	56.548	227.564,33
7 Sorte Nula	Fernando Fragata	Portugal	Lusomundo Audiovisuais, SA	09-12-2004	48.968	203.064,44
8 Balas & Bolinhos - O Regresso	Luís Ismael	Portugal	Lusomundo Audiovisuais, SA	30-09-2004	46.671	184.876,86
9 Alice	Marco Martins	Portugal	Atalanta Filmes	06-10-2005	33.489	140.110,40
10 Fados	Carlos Saura	Portugal	Lusomundo Audiovisuais, SA	04-10-2007	31.853	137.678,98
<b>Total</b>					<b>1.235.042</b>	<b>5.231.095,30</b>

Fonte: ICA. Edição OberCom.

Quadro 26 - Origem dos Filmes Estreados em Portugal, 2005 e 2008

Origem	Nº de Filmes				
	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Portugal</b>	<b>22</b>	<b>13</b>	<b>22</b>	<b>17</b>	<b>16</b>
Co-Produções Maioritárias e Produção 100% Nacional	17	11	16	15	15
Co-Produções Minoritárias	5	2	6	2	1
<b>Europa</b>	<b>40</b>	<b>42</b>	<b>39</b>	<b>36</b>	<b>30</b>
Alemanha		1	2	3	1
Bélgica	1	1			
Dinamarca	1		1		
Espanha	7	6	6	3	4
Estónia					1
França	21	15	16	15	14
Irlanda			1		1
Itália	3	2	4	4	1
Luxemburgo		1			
Reino Unido	5	12	9	8	6
República Checa		1			
Roménia				2	2
Rússia	1	1			
Suécia		2			
Suíça				1	
Turquia	1				
<b>Co-Produções Europa</b>	<b>38</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>23</b>	<b>24</b>
Alemanha /Áustria		1			1
Alemanha /Áustria /Bósnia Herzegovina /Croácia			1		
Alemanha/Bélgica/Espanha/França/Itália					1
Alemanha/Bélgica/França					1
Alemanha/Bélgica/França/Itália					1
Alemanha/Bélgica/França/Luxemburgo/Reino Unido					1
Alemanha/Dinamarca/Islândia/Reino Unido	1				
Alemanha/Dinamarca/França/Irlanda//Reino Unido					1
Alemanha /Espanha /Reino Unido		1			
Alemanha/Holanda/Bélgica/Reino Unido				1	
Alemanha /Irlanda/Reino Unido	1				

Alemanha/Reino Unido	1	1	3		
Alemanha /Reino Unido /Hungria			1		
Alemanha /Turquia		1			
Dinamarca/Irlanda/Reino Unido					1
Dinamarca/Reino Unido				1	
Eslováquia/República Checa					1
Espanha/Suécia/Reino Unido				1	1
Espanha/Reino Unido				1	
França /Alemanha			1	1	1
França/Alemanha/Áustria	1				
França /Alemanha /Áustria /Reino Unido			1		
França /Alemanha /Bélgica /Reino Unido /Roménia		1			
França/Alemanha/Dinamarca/Reino Unido				1	
França /Alemanha /Espanha		1	1		
França/Alemanha/Finlândia				1	
França/Alemanha/Reino Unido	1				1
França/Alemanha/Suíça	1			1	
França /Alemanha /Suíça /Liechtenstein			1		
França /Áustria		1			
França/Áustria/Hungria				1	
França /Bélgica	6	1	1	1	
França /Bélgica /Áustria		1			
França /Bélgica /Reino Unido			1	1	1
França/Cazaquistão				1	
França /Dinamarca			1		
França/Espanha	3				
França /Espanha /Bélgica		1			
França /Espanha /Reino Unido		1		1	
França/Itália	4		4	3	4
França /Itália /Alemanha		1	1	1	
França /Itália /Alemanha /Áustria			1		
França/Itália/Alemanha/Espanha/Irlanda/Reino Unido			1		
França/Itália/Bélgica				1	
França /Itália /Espanha	1	1			1
França /Itália /Espanha /Reino Unido		1			
França /Itália /Reino Unido	2	1			
França /Itália /República Checa /Reino Unido		1			
França/Jugoslávia	1				
França/Luxemburgo					1
França/Polónia					1
França /Reino Unido	3	3	2	2	1
França/República Checa/Reino Unido				1	
França/Rússia	1				
França/Suécia/Dinamarca/Reino Unido	1				
França/Suíça	2	1			
França/Turquia				1	
Holanda/Luxemburgo	1				
Irlanda /Reino Unido	2		2		2
Itália /Alemanha /Áustria		1			
Itália/Alemanha/Holanda/Rússia	1				
Itália /Espanha		1			1
Itália /Espanha /Reino Unido	2	1			

Itália /Grécia		1			
Itália/Reino Unido	1				1
Luxemburgo/Reino Unido	1				
Suécia/Dinamarca				1	
Suécia /Dinamarca /Reino Unido /Noruega			1		
Turquia /Grécia			1		
<b>Co-Produções Europa/Outros</b>	<b>14</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>7</b>	<b>14</b>
Alemanha/Bélgica/Suíça					1
Alemanha /Canadá		1			
Alemanha/Coreia do Sul	1				
Alemanha/França/Holanda/México					1
Alemanha/França/Holanda/Polónia/Reino Unido/Canadá					1
Alemanha/Holanda/México/Espanha	1				
Alemanha/Itália/Turquia					1
Alemanha/Mongólia	1				
Argentina /Espanha		1		1	
Austrália /Reino Unido			1		
Bélgica/Austrália	1				
Canadá /Reino Unido		3	2	2	
Canadá /Reino Unido /Roménia			1		
Espanha/Argentina/México	1				
Espanha /Brasil			1		
Espanha/Canadá	1				
Espanha/México					1
França /África do Sul /Reino Unido	1	1			
França/Alemanha/China/Hong Kong	1				
França /Alemanha /Holanda /Israel /Palestina			1		
França /Alemanha /Paquistão		1			
França/Bélgica/Marrocos/Argélia				1	
França/Brasil	1				
França/Canadá	1		1		
França /Canadá /Bélgica/Reino Unido	1				
França /Canadá /Espanha		1			
França/Canadá/Reino Unido		1			
França/China/Hong Kong					1
França /Espanha /Cuba		1			
França /Irão /Iraque			1		
França/Itália/Alemanha/Bélgica/Luxemburgo/África do Sul/Reino Unido				1	
França /Itália /Alemanha /Canadá /Suíça			1		
França /Itália /Bélgica /Israel			1		
França/Itália/Holanda/Argentina/Espanha	1				
França/Itália/Reino Unido/Canadá/Japão					1
França/Itália/Turquia					1
França /Japão		1			
França /Japão /China			1		
França/Líbano					2
França /Reino Unido /Nova Zelândia		1			
França/Rússia					1
França/Suíça					1
França/Taiwan				1	1
França /Uruguai		1			

Holanda /Hong Kong /Coreia do Sul /Tailândia			1		
Irlanda /África do Sul /Reino Unido		1			
Itália /Canadá /África do Sul /Reino Unido		1			
Itália/China				1	
Itália /Holanda /Argentina /Espanha		1			
Reino Unido /África do Sul			1		
Reino Unido/Austrália					1
Reino Unido/Dinamarca/Brasil/Canadá	1				
Reino Unido/Hong Kong/Canadá	1				
Reino Unido /Nova Zelândia		1			
<b>Estados Unidos da América</b>	<b>122</b>	<b>101</b>	<b>120</b>	<b>127</b>	<b>84</b>
<b>Co-Produções EUA/Europa</b>	<b>37</b>	<b>32</b>	<b>40</b>	<b>33</b>	<b>37</b>
E.U.A. /Alemanha	13	7	13	7	12
E.U.A. /Alemanha /Bélgica		1			
E.U.A./Alemanha/Bulgária/Reino Unido				1	
E.U.A./Alemanha/França/Itália/Reino Unido/Áustria					1
E.U.A./Alemanha/França/Itália/Roménia					1
E.U.A. /Alemanha /Irlanda			1		
E.U.A. /Alemanha /Reino Unido	1	3	6	1	2
E.U.A./Alemanha/Reino Unido/Hungria	1				
E.U.A. /Alemanha /República Checa		1			
E.U.A. /Alemanha /República Checa /Reino Unido			2		
E.U.A./Alemanha/Holanda/Reino Unido	1				
E.U.A./Alemanha/Holanda/Reino Unido/Irlanda	1				
E.U.A. /Espanha		2			
E.U.A. /Espanha /Reino Unido		1		1	
E.U.A. /França	3	4	1	3	1
E.U.A. /França/Alemanha				1	
E.U.A./França/Alemanha/Irlanda/Reino Unido					
E.U.A. /França /Espanha				1	1
E.U.A./França/Holanda/Reino Unido	1				
E.U.A. /França /Irlanda /Reino Unido			1		
E.U.A. /França /Itália			1		
E.U.A. /França /Itália /Alemanha /Reino Unido /Roménia			1		
E.U.A./França/Itália/Reino Unido	1				
E.U.A./França/Polónia				1	
E.U.A. /França /Reino Unido			1	4	4
E.U.A./Holanda				1	
E.U.A./Holanda/Reino Unido	1				
E.U.A. /Hungria		1			
E.U.A./Irlanda	1				
E.U.A./Irlanda/Reino Unido	1				
E.U.A./Itália	1				1
E.U.A. /Itália /Espanha		1			
E.U.A./Itália/Espanha/Luxemburgo/Reino Unido		1			
E.U.A./Itália/Luxemburgo/Reino Unido		1			
E.U.A./Itália/Reino Unido	1				
E.U.A. /Luxemburgo /Reino Unido			1		
E.U.A. /Reino Unido	7	7	11	11	14
E.U.A. /República Checa	2	2	1		
E.U.A./Rússia				1	
<b>Co-Produções EUA/Outros</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>11</b>	<b>19</b>	<b>25</b>

E.U.A. /África Do Sul		1			
E.U.A./Alemanha/África do Sul					1
E.U.A./Alemanha/Argentina/Reino Unido	1				
E.U.A./Alemanha/Austrália/Hong Kong/Reino Unido					1
E.U.A. /Alemanha /Canadá	1	3	1		2
E.U.A. /Alemanha /Canadá /Nova Zelândia			1		
E.U.A./Alemanha/Canadá/Républica Checa/Reino Unido	1				
E.U.A. /Alemanha /Japão		2			
E.U.A. /Alemanha /Nova Zelândia		1			
E.U.A./Argentina/Espanha/Reino Unido	1				
E.U.A. /Austrália	1	3		1	3
E.U.A./Austrália/Canadá					1
E.U.A./Bósnia Herzegovina/Croácia					1
E.U.A./Brasil/Holanda					1
E.U.A. /Canadá	6	3	2	7	8
E.U.A./Canadá/Holanda					1
E.U.A. /Canadá /Dinamarca /Reino Unido		1			
E.U.A. /Canadá /Reino Unido	1	2		2	
E.U.A. /Canadá /Reino Unido /Hungria		1			
E.U.A./Canadá/Rússia					1
E.U.A./China				1	1
E.U.A./China/Hong Kong				1	
E.U.A./China/Hong Kong/Taiwan					1
E.U.A. /Colômbia		1			
E.U.A./Coreia do Sul				1	
E.U.A. /França /Alemanha /África Do Sul			1		
E.U.A. /França /Alemanha /Austrália/Reino Unido				1	
E.U.A. /França /Canadá		1			
E.U.A. /França /Canadá/Japão				1	
E.U.A. /França /Hong Kong /Reino Unido		1			
E.U.A. /França /Itália /Argentina		1			
E.U.A. /França/Japão	1		1		
E.U.A. /França /México	1		1		
E.U.A./Hong Kong				1	
E.U.A./Índia					1
E.U.A./Itália/Canadá	1				
E.U.A./Japão	1		1		
E.U.A./Japão/Austrália/Reino Unido				1	
E.U.A./Marrocos					1
E.U.A. /México		2	1		1
E.U.A./México/Espanha				1	
E.U.A. /Nova Zelândia		1	1	1	
E.U.A. /Reino Unido/Alemanha /China			1		
<b>Outros</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>2</b>
Argentina				1	
Austrália	1	1	3	1	
Brasil	1				
Canadá	1	1	2		2
China			1	1	
Coreia Do Sul	1	2	3	1	
Hong Kong	1		1		

Índia				6	
Irão	1	1			
Israel	2				
Japão	1	2	2		
México		1			
Tailândia	1		1		
Taiwan		1			
<b>Co-Produções Outros</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Argentina/Brasil	1				
Brasil/Canadá/Japão					1
Canadá /Índia			1		
China/Coreia do Sul/Hong Kong/Japão					1
China /Hong Kong		2	1	2	1
China /Hong Kong /Coreia Do Sul		1			
Japão /Coreia Do Sul		1			
Japão /Hong Kong /Coreia Do Sul			1		
México /Equador		1			

Fonte: ICA. Edição OberCom.

Quadro 27 - Top 10 Filmes do Total de Televisão, 2004

Pos.		Início	Canal	Data	Audience	Share
1	Homem Aranha	21:59	TVI	25-Dez	14,8	45,1
2	Astérix e Obélix: Missão Cleopatra	17:58	TVI	01-Jan	14,5	45
3	A Armadilha	17:47	SIC	25-Jan	14,2	40,9
4	O Senhor dos Anéis: As Duas Torres	16:45	SIC	26-Dez	12,5	36,7
5	Sozinho Em Casa III	17:57	SIC	24-Fev	12,1	35,4
6	Justiça Vermelha	17:41	TVI	01-Fev	12	36,6
7	O Beijo Mortal do Dragão	22:40	SIC	01-Mai	11,7	37,6
8	Velocidade Furious	17:47	SIC	28-Nov	10,6	29
9	O Diário de Bridget Jones,	22:30	SIC	01-Jan	10,3	30,9
10	Justiça Vermelha	17:22	TVI	10-Out	10,3	32,1

Fonte: Marktest, MediaMonitor. Disponível em Television 2005. International Key Facts. IP.

Quadro 28 - Top 10 Filmes do Total de Televisão, 2005

Pos.		Início	Canal	Data	Audience	Share
1	007 Morre Noutro Dia	22:21	TVI	02-Jan	13,2	42,7
2	Um Gigolo na Europa. Gigolo Profissional	18:26	SIC	02-Jan	12,2	32,1
3	Identidade Desconhecida	17:36	TVI	30-Out	11,2	33,6
4	Velocidade + Furiosa	17:53	TVI	11-Dez	11,0	34,1
5	O Último Castelo	17:30	SIC	27-Fev	10,1	31,4
6	O Amor Acontece	17:08	TVI	04-Dez	10,0	30,2
7	O Caso Thomas Crown	17:43	TVI	15-Jan	9,9	31,6
8	Era uma Vez... Um Pai	15:33	TVI	01-Dez	9,9	39,2
9	Homens de Negro 2	18:31	TVI	02-Jan	9,7	25,4
10	Perigo no Oceano	16:53	TVI	20-Nov	9,7	32,6

Fonte: Marktest, MediaMonitor. Disponível em Television 2006. International Key Facts. IP.

Quadro 29 - Top 10 Filmes do Total de Televisão, 2006

Posição	Descrição	Início	Canal	Data	rat %	Shr %
1	Casados de Fresco	18:07	SIC	03-Dez	12,8	35,8
2	Homem-Aranha	17:42	TVI	01-Jan	12,6	40
3	007 - Morre Noutro Dia	17:18	TVI	22-Jan	12,3	39,7
4	O Dia Depois de Amanhã	21:52	SIC	25-Dez	12,2	39,6
5	Estás Frito, Meu!	17:58	SIC	10-Dez	11,1	32,3
6	Em Defesa de Sua Majestade	17:43	SIC	29-Jan	10,7	30,2
7	Shangai Noon	17:45	SIC	05-Fev	10,6	33,8
8	Shrek 2	21:01	SIC	24-Dez	10,6	43,1
9	O Rei Escorpião	18:27	TVI	07-Jan	10,4	33,5
10	Justiciero Inocorrúptível	18:25	SIC	12-Nov	10,3	30

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Marktest.

Quadro 30 - Top 10 Filmes do Total de Televisão, 2007

Posição	Descrição	Início	Canal	Data	rat %	Shr %
1	Mr & Mrs Smith	21:45	TVI	30-Dez	15,3	44,1
2	O Cavaleiro Negro	18:04	TVI	14-Jan	12,6	35,6
3	Garfield - O Filme	18:36	TVI	01-Jan	11,8	34,4
4	Velocidade mais Furiosa	17:51	TVI	18-Fev	11,6	39,4
5	A Guerra dos Mundos	20:57	SIC	25-Dez	11,6	31,8
6	Correio de Risco	18:04	TVI	04-Nov	11,5	33,6
7	Quarteto Fantástico	17:59	TVI	25-Dez	11,4	39,5
8	Shrek 2	21:51	SIC	24-Dez	11,4	45,6
9	007 - Morre Noutro Dia	17:27	SIC	07-Jan	10,9	33,5
10	Um Pai às Direitas	18:21	TVI	25-Nov	10,7	32,3

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2007, Marktest.

Quadro 31 - Top 10 Filmes do Total de Televisão, 2008

Posição	Descrição	Início	Canal	Data	rat %	Shr %
1	Herbie - Prego a Fundo	15:38	SIC	01-Jan	12,9	47,4
2	As Crónicas de Nárnia	17:18	SIC	13-Jan	12,6	34,3
3	Lemony Snicket: uma série de desgraças	18:19	SIC	28-Dez	11,8	32,9
4	De repente já nos 30	18:15	SIC	23-Nov	11,7	32,8
5	Bem-vindos à Selva	17:55	TVI	03-Fev	11,4	33,6
6	Velocidade + Furiosa	16:42	TVI	13-Jan	11,3	35,6
7	Gigolo Profissional	18:28	SIC	07-Dez	11,2	32,3
8	O Tesouro	17:34	SIC	01-Jan	10,9	30,6
9	Panico a Bordo	18:09	SIC	27-Jan	10,8	32,2
10	Duplo Impacto	17:47	SIC	17-Fev	10,7	30,7

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2008, Marktest.



Quadro 32 - Preço médio de bilhetes do top 10 de filmes estrangeiros vs. top 10 de filmes nacionais, 2004 a 2008

Título	Preço médio bilhete	Título	Preço médio bilhete
Mamma Mia!	4,42	O Crime do Padre Amaro	4,35
Shrek O Terceiro	4,23	Filme da Treta	3,92
Shrek 2	4,09	Corrupção	4,40
O Código Da Vinci	4,36	Amália - O Filme	4,44
Madagáscar 2	4,39	Call Girl	4,51
A Paixão de Cristo	4,17	O Sonho de Uma Noite de São João	3,98
Madagáscar	4,12	Sorte Nula	4,15
Ratatui	4,20	Balas e Bolinhos - o regresso	3,96
Piratas das Caraíbas - O Cofre do Homem Morto	4,23	Alice	4,18
O Panda do Kung Fu	4,36	Fados	4,32
<b>Preço médio filmes estrangeiros top 10</b>	<b>4,26</b>	<b>Preço médio filmes nacionais top 10</b>	<b>4,25</b>

Fonte: ICA. Edição OberCom.

Quadro 33 - Filmes de origem única licenciados por região, 2001 a 2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Total	Percentagem sobre o total
<b>EUA</b>	130	130	134	122	104	115	115	92	<b>942</b>	66,0
<b>Europa</b>	36	57	54	55	52	49	41	39	<b>383</b>	26,8
<b>Ásia</b>	8	11	14	8	7	6	6	0	<b>60</b>	4,2
<b>América (Exceptuando EUA)</b>	2	7	7	2	2	2	2	2	<b>26</b>	1,8
<b>Oceânia</b>	4	1	4	1	1	3	1	0	<b>15</b>	1,1
<b>África</b>	0	1	0	0	0	0	0	0	<b>1</b>	0,1
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>207</b>	<b>213</b>	<b>188</b>	<b>166</b>	<b>177</b>	<b>165</b>	<b>133</b>	<b>1427</b>	<b>100</b>

Fonte: IGAC. Edição OberCom

## Prestação de serviços e actividades cinematográficas

Quadro 34 - Principais variáveis e indicadores económicos, segundo a actividade principal da empresa – produção de filmes e técnicas de pós-produção e distribuição e exibição de filmes e de vídeos, 2006

Principais variáveis e indicadores	Produção de filmes e de vídeos e técnicas de pós-produção	Distribuição e exibição de filmes e de vídeos
Número de empresas	1 167	547
Volume de negócios	206 081	185 974
Prestação de Serviços	185 767	138 864
VABpm	63 894	40 052
Número de pessoas ao serviço	2 593	2 205
Custos com pessoal	37 448	22 123

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual.

Quadro 35 - Pessoal ao Serviço, por características dos recursos humanos, segundo a actividade principal da empresa – produção de filmes e técnicas de pós-produção e distribuição e exibição de filmes e de vídeos, 2006

<b>Pessoal ao Serviço</b>	<b>Produção de filmes e de vídeos e técnicas de pós-produção</b>	<b>Distribuição e exibição de filmes e de vídeos</b>
<b>Total</b>	<b>2 593</b>	<b>2 205</b>
<b>Pessoas ao serviço por sexo</b>		
Mulheres	753	1 020
Homens	1 840	1 185
<b>Pessoas ao serviço por horário de trabalho</b>		
Tempo parcial	527	504
Tempo completo	2 066	1 701
<b>Total de pessoal remunerado</b>	<b>1 986</b>	<b>1 866</b>
<b>Prestadores de serviços <sup>1</sup></b>	<b>999</b>	<b>1 193</b>

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual.

Quadro 36 - Número de Empresas por região e actividade principal da empresa – produção de filmes e técnicas de pós-produção e distribuição e exibição de filmes e de vídeos, 2006

<b>Actividades económicas</b>	<b>Total</b>	<b>Região NUTS II</b>				
		<b>Norte</b>	<b>Centro</b>	<b>Lisboa</b>	<b>Alentejo</b>	<b>Algarve</b>
Distribuição de filmes e de vídeo	377	125	85	119	35	13
Exibição de filmes e de vídeos	170	62	34	52	13	9
Produção de filmes e de vídeos	1 010	168	87	710	27	18
Técnicas de pós-produção	157	30	23	96	4	4

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual.



### 3. Vídeo

Vídeo. Colectânea Estatística. ....	55
Quadro 1 - Nº de vídeos licenciados no IGAC por suporte, 2001 a 2008.....	55
Quadro 2 – Percentagem do tipo de suporte pelo total de vídeos registados, 2001 a 2008 .....	56
Quadro 3 - Nº de vídeos registados na IGAC por classificação/suporte, 2005 e 2006 .....	57
Quadro 4 - Nº de vídeos registados na IGAC por classificação/suporte, 2007 .....	57
Quadro 5 - Nº de vídeos registados na IGAC por classificação/suporte, 2008 .....	58
Quadro 6 – Nº de vídeos licenciados no IGAC por origem, 2005 .....	58
Quadro 7- Nº de vídeos licenciados no IGAC por origem, 2006 .....	59
Quadro 8 - Nº de vídeos licenciados no IGAC por origem, 2007 .....	60
Quadro 9 - Nº de vídeos licenciados no IGAC por origem, 2008 .....	61
Quadro 10 – Lares com videogravador, por regiões Markttest, Idade da Dona de Casa, Classe Social, Ocupação Chefe de Família, Situação da Dona de Casa, Composição Familiar, 2002* a 2006 .....	62
Quadro 11 - Lares com leitor de DVD, por regiões Markttest, Idade da Dona de Casa, Classe Social, Ocupação – Chefe de Família, Situação da Dona de Casa, Composição Familiar, 2001 a 2006.....	63
Figura 1 - Nº de vídeos licenciados no IGAC por suporte, 2001 a 2008 .....	55
Figura 2 - Número de videogramas licenciados. VHS vs DVD, 2001 a 2008 .....	56
Figura 3 - Percentagem de Lares com videogravador e DVD.....	64
Figura 4 - Lares com leitor de DVD por classe social Markttest, 2002 .....	65

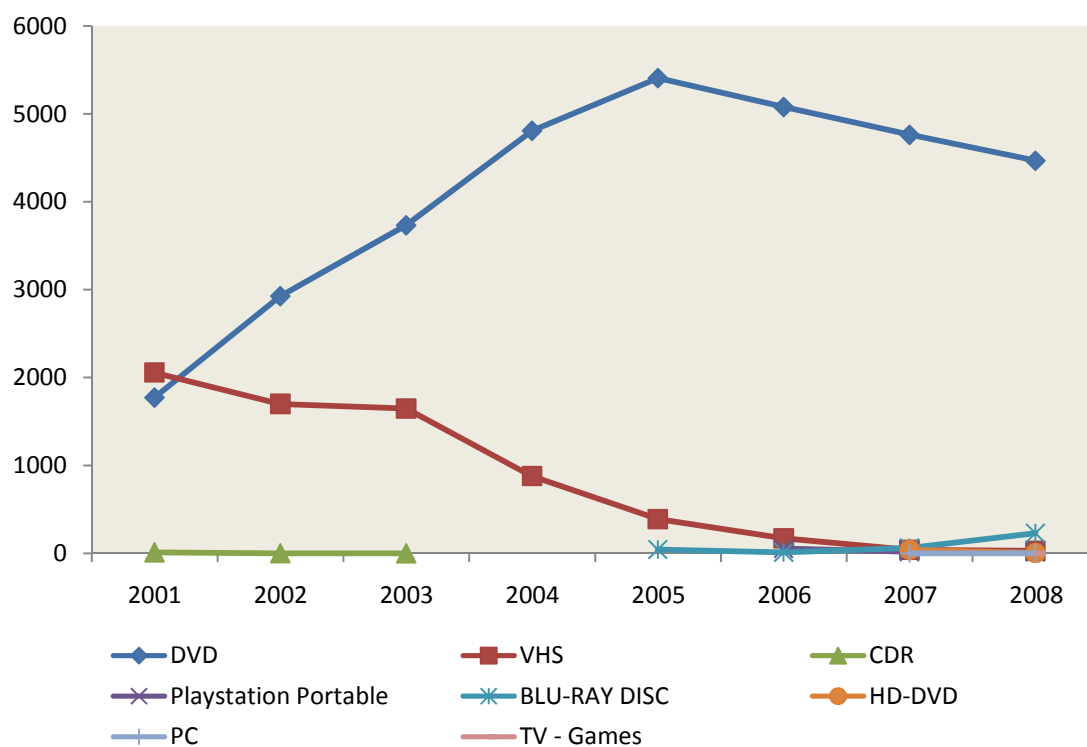
## Vídeo. Colectânea Estatística.

Quadro 1 - Nº de vídeos licenciados no IGAC por suporte, 2001 a 2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
DVD	1774	2928	3734	4809	5408	5079	4763	4468
VHS	2057	1700	1648	879	389	171	40	30
CDR	13	3	2					
Playstation Portable						56	18	16
BLU-RAY DISC					44	13	64	230
HD-DVD							41	6
PC							1	1
TV - Games								1

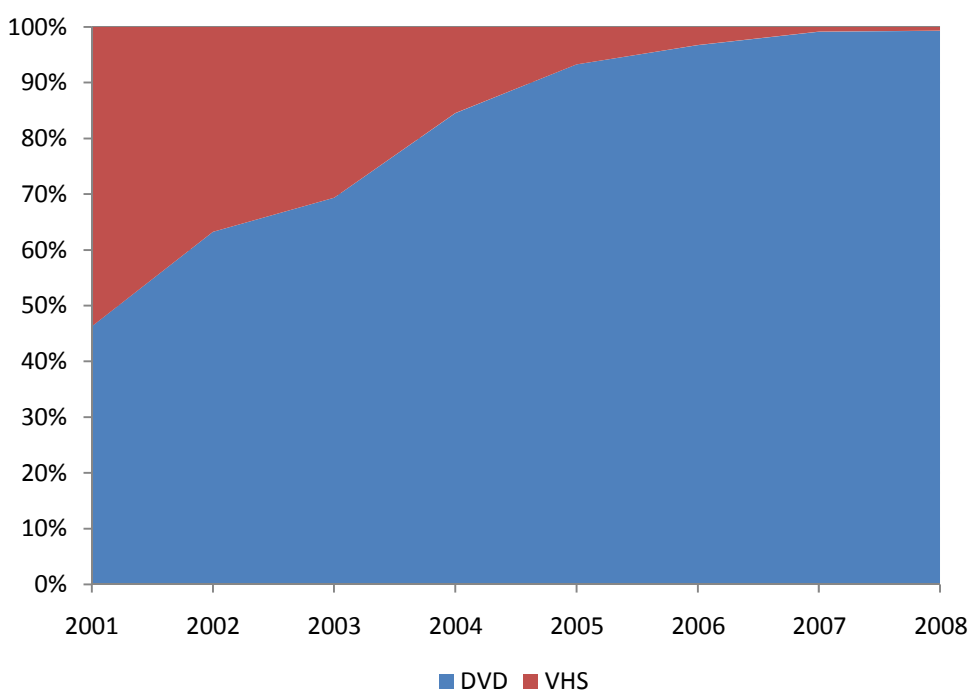
Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Figura 1 - Nº de vídeos licenciados no IGAC por suporte, 2001 a 2008



Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Figura 2 - Número de videogramas licenciados. VHS vs DVD, 2001 a 2008



Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Quadro 2 – Percentagem do tipo de suporte pelo total de vídeos registados, 2001 a 2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
DVD	46,1	63,2	69,4	84,5	92,6	95,5	96,7	94,0
VHS	53,5	36,7	30,6	15,5	6,7	3,2	0,8	0,6
CDR	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Playstation Portable	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	0,4	0,3
BLU-RAY DISC	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,2	1,3	4,8
HD-DVD	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,1
PC	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TV - Games	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Quadro 3 - Nº de vídeos registados na IGAC por classificação/suporte, 2005 e 2006

	2005				2006				
	VHS	DVD	Playstation Portable	Total	VHS	DVD	Playstation Portable	BLU-RAY DISC	Total
<b>M/18-P1</b>	151	461	0	612	70	545	0	0	615
<b>M/18-P2</b>	1	1	0	2	2	0	0	0	2
<b>M/18</b>	0	62	1	63	0	70	1	1	72
<b>M/16</b>	9	354	11	374	1	348	13	0	362
<b>M/12</b>	35	1371	20	1426	8	1098	30	10	1146
<b>M/6</b>	43	1340	10	1393	26	1155	7	1	1189
<b>M/4</b>	123	1055	0	1178	49	1172	2	0	1223
<b>M/18 - Q</b>	0	7	0	7	0	6	0	0	6
<b>M/16 - Q</b>	1	42	0	43	0	39	1	0	40
<b>M/12 - Q</b>	0	158	2	160	1	173	2	0	176
<b>M/6 - Q</b>	18	222	0	240	11	138	0	1	150
<b>M/4 - Q</b>	8	335	0	343	3	335	0	0	338
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>5408</b>	<b>44</b>	<b>5841</b>	<b>171</b>	<b>5079</b>	<b>56</b>	<b>13</b>	<b>5319</b>

Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Quadro 4 - Nº de vídeos registados na IGAC por classificação/suporte, 2007

	2007						
	VHS	DVD	Playstation Portable	BLU-RAY DISC	HD-DVD	PC	Total
<b>M/18-P1</b>	16	504	0	0	0	0	520
<b>M/18-P2</b>	0	0	0	0	0	0	0
<b>M/18</b>	0	39	1	1	0	0	41
<b>M/16</b>	0	304	1	11	5	0	321
<b>M/12</b>	0	975	10	24	21	0	1030
<b>M/6</b>	18	1002	4	3	4	0	1031
<b>M/4</b>	0	1197	2	4	0	1	1204
<b>M/18 - Q</b>	0	3	0	1	0	0	4
<b>M/16 - Q</b>	0	45	0	9	6	0	60
<b>M/12 - Q</b>	1	166	0	9	3	0	179
<b>M/6 - Q</b>	5	300	0	2	2	0	309
<b>M/4 - Q</b>	0	228	0	0	0	0	228
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>4763</b>	<b>18</b>	<b>64</b>	<b>41</b>	<b>1</b>	<b>4926</b>

Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Quadro 5 - Nº de vídeos registados na IGAC por classificação/suporte, 2008

	2008							Total
	VHS	DVD	Playstation Portable	BLU-RAY DISC	HD-DVD	PC	TV - Games	
M/18-P1	16	459	0	0	0	0	0	475
M/18-P2	0	1	0	0	0	0	0	1
M/18	0	53	0	3	0	0	0	56
M/16	0	264	5	41	2	0	0	312
M/12	0	996	9	111	3	0	0	1119
M/6	3	1013	2	17	0	1	1	1037
M/4	0	1167	0	6	0	0	0	1173
M/18 - Q	0	3	0	2	0	0	0	5
M/16 - Q	0	35	0	13	0	0	0	48
M/12 - Q	0	133	0	21	1	0	0	155
M/6 - Q	11	158	0	12	0	0	0	181
M/4 - Q	0	186	0	4	0	0	0	190
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>4468</b>	<b>16</b>	<b>230</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4752</b>

Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Quadro 6 – Nº de vídeos licenciados no IGAC por origem, 2005

	2005			Total
	VHS	DVD	Playstation Portable	
África do Sul	0	19	0	19
Alemanha	14	643	0	657
Andorra	0	5	0	5
Argentina	1	2	0	3
Austrália	6	83	0	89
Áustria	0	3	0	3
Bélgica	0	20	0	20
Brasil	42	224	0	266
Bulgária	0	5	0	5
Cabo Verde	0	20	0	20
Canadá	20	56	0	76
China	0	8	2	10
Coreia Do Norte	0	1	0	1
Coreia Do Sul	0	8	0	8
Dinamarca	0	10	0	10
Espanha	30	372	0	402
Estados Unidos	151	1607	35	1793
Finlândia	0	5	0	5
França	12	391	0	403
Grã-Bretanha	21	737	3	761
Grécia	5	12	0	17
Holanda	6	165	0	171
Hong Kong	0	30	0	30
Hungria	4	14	0	18
Índia	0	165	0	165
Irão	0	2	0	2
Irlanda	0	9	0	9
Islândia	0	1	0	1
Israel	0	1	0	1
Itália	15	120	0	135



Japão	14	142	2	158
Luxemburgo	1	1	0	2
Noruega	0	1	0	1
Nova Zelândia	0	7	0	7
Polónia	2	4	0	6
Portugal	34	284	0	318
República Checa	1	8	0	9
Rússia	0	13	0	13
Suécia	0	17	0	17
Suiça	0	5	0	5
Tailândia	0	1	0	1
Co-Produções	10	157	2	169
Vários (Trailers, Etc)	0	3	0	3
Origem Desconhecida	0	27	0	27
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>5408</b>	<b>44</b>	<b>5841</b>

Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Quadro 7- Nº de vídeos licenciados no IGAC por origem, 2006

2006					
	VHS	DVD	Playstation Portable	BLU-RAY DISC	Total
África do Sul	0	3	0	0	3
Alemanha	4	559	0	0	563
Andorra	0	14	0	0	14
Argentina	0	4	0	0	4
Austrália	0	18	0	0	18
Áustria	0	1	0	0	1
Bélgica	1	8	0	0	9
Brasil	3	111	0	0	114
Bulgária	0	2	0	0	2
Cabo Verde	0	12	0	0	12
Canadá	9	84	0	0	93
Chile	0	1	0	0	1
China	0	10	0	1	11
Coreia Do Norte	0	1	0	0	1
Coreia Do Sul	0	13	0	0	13
Cuba	0	1	0	0	1
Dinamarca	0	49	0	0	49
Espanha	3	299	0	0	302
Estados Unidos	81	1631	42	12	1766
Estónia	0	1	0	0	1
França	5	304	1	0	310
Grã-Bretanha	1	722	8	0	731
Holanda	4	164	0	0	168
Hong Kong	0	39	0	0	39
Hungria	0	11	0	0	11
Índia	0	80	0	0	80
Irlanda	0	2	0	0	2
Itália	27	183	0	0	210
Japão	1	151	1	0	153
Jugoslávia	0	1	0	0	1

Luxemburgo	1	3	0	0	4
México	0	7	0	0	7
Noruega	0	1	0	0	1
Nova Zelândia	0	8	0	0	8
Portugal	20	303	2	0	325
República Checa	2	6	0	0	8
Rússia	0	5	0		5
Suécia	6	61	0	0	67
Suiça	0	8	1	0	9
Tailândia	0	2	0	0	2
Taiwan	0	2	0	0	2
Turquia					
Co-Produções	3	194	1	0	198
<b>Total</b>	<b>171</b>	<b>5079</b>	<b>56</b>	<b>13</b>	<b>5319</b>

Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Quadro 8 - Nº de vídeos licenciados no IGAC por origem, 2007

	VHS	DVD	Playstation Portable	BLU-RAY DISC	HD-DVD	PC	Total
Alemanha	0	462	0	0	0	0	462
Andorra	0	20	0	0	0	0	20
Argentina	0	2	0	0	0	0	2
Austrália	3	48	0	0	0	0	51
Áustria	0	6	0	0	0	0	6
Bélgica	0	7	0	0	0	0	7
Brasil	0	190	0	0	0	0	190
Cabo Verde	0	16	0	0	0	0	16
Canadá	0	73	0	0	0	0	73
China	0	8	0	0	0	0	8
Colômbia	0	3	0	0	0	0	3
Coreia Do Sul	0	3	0	0	0	0	3
Dinamarca	0	11	0	0	0	0	11
Espanha	0	242	0	0	0	0	242
Estados Unidos	19	1717	11	59	39	0	1845
Finlândia	0	3	0	0	0	0	3
França	0	205	0	0	0	0	205
Grã-Bretanha	0	600	1	0	1	0	602
Holanda	0	87	0	0	0	0	87
Hong Kong	0	25	0	0	0	0	25
Hungria	0	4	0	0	0	0	4
Índia	0	44	0	0	0	0	44
Irão	0	5	0	0	0	0	5
Irlanda	1	3	0	0	0	0	4
Islândia	0	1	0	0	0	0	1
Israel	0	4	0	0	0	0	4
Itália	0	163	0	0	0	0	163
Japão	0	150	2	2	0	0	154
Jugoslávia	0	2	0	0	0	0	2
Luxemburgo	0	1	0	0	0	0	1
Malásia	0	1	0	0	0	0	1
México	0	3	0	0	0	0	3

Noruega	0	1	0	0	0	0	1
Nova Zelândia	0	1	0	0	0	0	1
Polónia	0	2	0	0	0	0	2
Portugal	17	404	4	0	0	1	426
República Checa	0	3	0	0	0	0	3
Rússia	0	6	0	0	0	0	6
Suécia	0	37	0	0	0	0	37
Singapura	0	2	0	0	0	0	2
Suiça	0	3	0	0	0	0	3
Tailândia	0	4	0	0	0	0	4
Taiwan	0	1	0	0	0	0	1
Turquia	0	2	0	0	0	0	2
URSS	0	13	0	0	0	0	13
Co-Produções	0	175	0	3	1	0	179
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>4763</b>	<b>18</b>	<b>64</b>	<b>41</b>	<b>1</b>	<b>4927</b>

Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Quadro 9 - Nº de vídeos licenciados no IGAC por origem, 2008

	VHS	DVD	Playstation Portable	BLU-RAY DISC	HD-DVD	PC	PC - Games	Total
África Do Sul	0	10	0	0	0	0	0	10
Alemanha	0	603	0	2	0	0	0	605
Argentina	0	8	0	0	0	0	0	8
Austrália	2	35	0	0	0	0	0	37
Áustria	0	10	0	0	0	0	0	10
Bélgica	0	17	0	0	0	0	0	17
Brasil	0	126	0	0	0	0	0	126
Bulgária	0	2	0	0	0	0	0	2
Cabo Verde	0	13	0	0	0	0	0	13
Canadá	0	66	0	0	0	0	0	66
Checoslováquia	0	3	0	0	0	0	0	3
Coreia Do Sul	0	7	0	0	0	0	0	7
Dinamarca	0	5	0	0	0	0	0	5
Espanha	0	157	0	4	0	0	0	161
EUA	20	1365	12	187	4	0	1	1589
Finlândia	0	1	0	0	0	0	0	1
França	0	202	0	2	0	0	0	204
Grã-Bretanha	5	655	1	9	0	0	0	670
Guiné	0	2	0	0	0	0	0	2
Holanda	0	83	0	1	0	0	0	84
Hong Kong	0	18	0	0	0	0	0	18
Hungria	0	4	0	0	0	0	0	4
Índia	0	87	0	1	0	0	0	88
Irlanda	0	8	0	0	0	0	0	8
Israel	0	3	0	0	0	0	0	3
Itália	0	192	0	0	0	1	0	193
Japão	0	101	1	1	0	0	0	103
México	0	1	0	0	0	0	0	1
Moçambique	0	1	0	0	0	0	0	1
Noruega	0	1	0	0	0	0	0	1

Nova Zelândia	0	3	0	0	0	0	0	3
Polónia	0	4	0	0	0	0	0	4
Portugal	3	410	1	0	0	0	0	414
República Checa	0	8	0	0	0	0	0	8
Roménia	0	2	0	0	0	0	0	2
Rússia	0	8	0	0	0	0	0	8
Suécia	0	27	0	0	0	0	0	27
Suiça	0	1	0	0	0	0	0	1
Tailândia	0	1	0	0	0	0	0	1
Taiwan	0	3	0	0	0	0	0	3
URSS	0	1	0	0	0	0	0	1
Co-Produções	0	214	1	23	2	0	0	240
<b>Totais</b>	<b>30</b>	<b>4468</b>	<b>16</b>	<b>230</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4752</b>

Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Quadro 10 – Lares com videogravador, por regiões Markttest, Idade da Dona de Casa, Classe Social, Ocupação Chefe de Família, Situação da Dona de Casa, Composição Familiar, 2002\* a 2006

Ano	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>% do universo</b>	<b>65,5</b>	<b>66,1</b>	<b>67,3</b>	<b>63,5</b>	<b>63,7</b>	<b>62,2</b>	<b>58,0</b>
<b>Regiões Markttest</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Grande Lisboa	25,0	24,7	24,5	23,9	23,1	22,1	21,7
Grande Porto	12,8	12,4	12,6	12,8	12,2	12,5	12,2
Litoral Norte	18,5	18,9	18,6	18,8	19,9	19,5	20,3
Litoral Centro	16,2	15,7	15,9	16,6	16,3	16,6	16,1
Interior Norte	17,4	18,0	17,6	17,3	17,7	18,2	19,6
Sul	10,2	10,3	10,8	10,6	10,8	11,1	10,1
<b>Idade da Dona de Casa</b>							
< 25 anos	2,0	1,9	1,6	1,3	1,4	1,4	1,8
25/34 anos	15,8	14,4	14,0	14,3	13,7	11,8	11,7
35/44 anos	29,7	29,5	29,1	29,1	28,6	29,0	27,2
45/54 anos	30,3	30,0	31,1	31,2	30,2	30,0	31,1
55/64 anos	14,6	16,8	16,4	15,7	16,1	17,9	17,9
+ 64 anos	7,6	7,3	7,9	8,3	10,0	9,9	10,3
<b>Classe Social</b>							
Alta/Média Alta	21,1	20,6	20,4	23,6	22,7	22,7	22,8
Média	34,2	33,1	34,0	30,6	29,6	29,8	30,2
Média Baixa	30,7	31,3	30,5	32,3	31,9	32,1	31,1
Baixa	14,0	15,0	15,2	13,4	15,7	15,4	16,0
<b>Ocupação - Chefe de Família</b>							
Quad.Méd./Superiores	14,7	13,7	14,0	16,2	15,5	15,2	15,1
Téc.Esp./Peq.Propr.	18,1	16,8	17,1	16,8	15,2	15,2	14,8
Emp.Serv./Com./Adm.	14,5	13,8	14,2	12,4	11,7	11,5	12,1
Trab.Qual./Espec.	28,5	29,5	28,9	29,9	29,4	28,6	27,9
Trab.N.Qual./N.Esp.	9,2	10,1	9,2	8,9	8,9	9,2	9,8
Não Activos	15,0	16,1	16,6	15,8	19,3	20,4	20,3
<b>Situação da Dona de Casa</b>							
Activa	60,4	60,5	59,8	61,3	61,1	60,8	61,2
Não Activa	39,6	39,5	40,2	38,7	38,9	39,2	38,8
<b>Composição Familiar</b>							
0/2 anos	7,3	6,7	7,0	7,0	6,7	5,8	5,4

3/6 anos	12,1	11,9	12,0	12,5	12,1	12,0	11,2
7/13 anos	22,9	21,3	22,0	22,5	21,6	22,0	20,3
14/24 anos	51,7	50,5	49,8	47,9	46,5	45,2	45,7
25/34 anos	37,5	38,4	37,4	37,4	37,1	35,8	35,7
35/44 anos	39,5	39,5	39,0	38,9	38,2	37,7	37,0
+ 44 anos	68,6	70,7	71,5	70,4	72,4	74,0	76,1
<b>Base (000)</b>	<b>1977</b>	<b>1996</b>	<b>2030</b>	<b>2227</b>	<b>2234</b>	<b>2179</b>	<b>2033</b>
<b>Universo</b>	<b>3018</b>	<b>3018</b>	<b>3018</b>	<b>3505</b>	<b>3505</b>	<b>3505</b>	<b>3505</b>

Fonte: Markttest. Estudo do Consumidor.

Universo: Lares do Continente

(\*) Nota: até 2002 foram usados os Censos de 1991 do INE, que quantificaram o universo de lares do continente em 3.18.000 lares. A partir de 2003, e de acordo com os resultados definitivos dos Censos de 2001 do INE, a quantificação do universo de lares fixou-se em 3.505.000.

Quadro 11 - Lares com leitor de DVD, por regiões Markttest, Idade da Dona de Casa, Classe Social, Ocupação – Chefe de Família, Situação da Dona de Casa, Composição Familiar, 2001 a 2006

Ano	2002	2003	2004	2005	2006
<b>% do universo</b>	<b>5,5</b>	<b>15,8</b>	<b>33,0</b>	<b>53,9</b>	<b>62,3</b>
<b>Regiões Markttest</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Grande Lisboa	36,9	32,8	26,8	24,4	23,5
Grande Porto	17,1	12,1	13,3	13,0	12,7
Litoral Norte	9,8	16,7	18,4	19,2	19,4
Litoral Centro	14,9	17,2	16,8	16,4	16,1
Interior Norte	9,6	11,7	13,8	17,3	18,5
Sul	11,6	9,5	10,7	9,8	9,8
<b>Idade da Dona de Casa</b>					
< 25 anos	0,8	1,9	1,5	1,5	1,8
25/34 anos	18,9	17,2	15,7	13,3	13,3
35/44 anos	30,4	31,3	32,1	29,5	27,7
45/54 anos	32,6	34,0	31,6	31,6	31,5
55/64 anos	13,9	12,2	13,4	17,1	17,0
+ 64 anos	3,5	3,4	5,7	7,2	8,6
<b>Classe Social</b>					
Alta/Média Alta	39,3	35,9	31,2	25,5	23,8
Média	39,2	32,0	32,9	30,3	31,5
Média Baixa	16,5	24,7	27,0	30,2	31,1
Baixa	5,0	7,3	8,9	14,0	13,6
<b>Ocupação - Chefe de Família</b>					
Quad.Méd./Superiores	30,3	26,8	22,4	17,6	15,7
Téc.Esp./Peq.Propr.	24,2	18,9	17,8	16,2	14,9
Emp.Serv./Com./Adm.	15,8	13,3	13,8	12,1	13,3
Trab.Qual./Espec.	17,0	23,9	26,4	27,7	29,2
Trab.N.Qual./N.Esp.	4,8	6,6	6,8	9,9	9,2
Não Activos	7,8	10,6	12,9	16,5	17,7
<b>Situação da Dona de Casa</b>					
Activa	76,0	70,8	68,7	64,4	63,3
Não Activa	24,0	29,2	31,3	35,6	36,7
<b>Composição Familiar</b>					
0/2 anos	7,9	7,4	7,4	6,3	5,6
3/6 anos	14,0	14,3	13,1	12,3	11,9
7/13 anos	18,4	23,7	22,7	22,4	20,7

14/24 anos	48,0	52,0	49,5	47,3	45,9
25/34 anos	42,8	41,2	39,5	38,5	37,9
35/44 anos	41,9	40,3	40,9	38,4	38,2
+ 44 anos	64,2	64,5	68,1	72,1	74,1
<b>Base (000)</b>	<b>165</b>	<b>553</b>	<b>1156</b>	<b>1888</b>	<b>2182</b>
<b>Universo</b>	<b>3018</b>	<b>3505</b>	<b>3505</b>	<b>3505</b>	<b>3505</b>

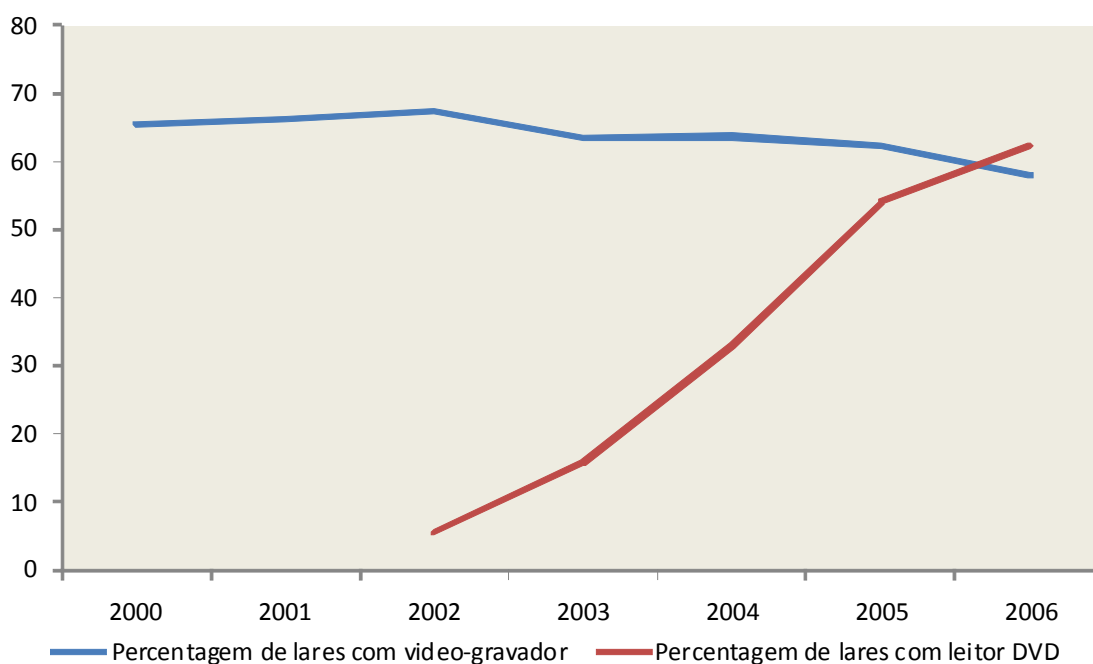
Fonte: Marktest. Estudo do Consumidor.

(\*) Indicador começou a ser estudado a partir da edição de 2002.

(\*\*) Universo: Lares do Continente.

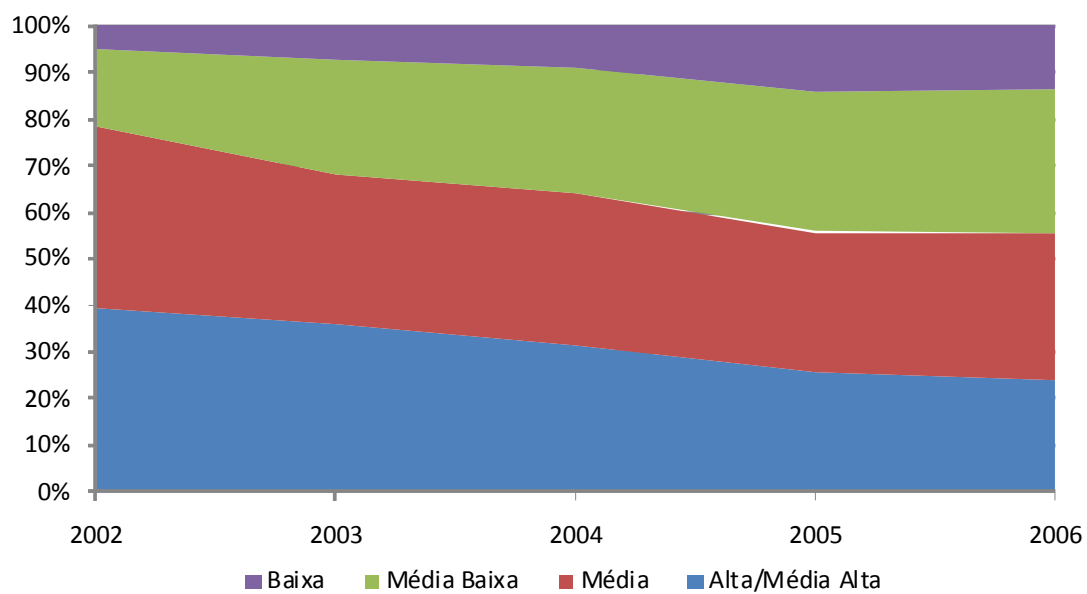
Nota: até 2002 foram usados os Censos de 1991 do INE, que quantificaram o universo de lares do continente em 3.18.000 lares. A partir de 2003, e de acordo com os resultados definitivos dos Censos de 2001 do INE, a quantificação do universo de lares fixou-se em 3.505.000.

Figura 3 - Percentagem de Lares com videogravador e DVD



Fonte: Estudo do Consumidor. Marktest. Edição OberCom.

Figura 4 - Lares com leitor de DVD por classe social Marktest, 2002



Fonte: Marktest. Edição OberCom.



## 4. Áudio



Áudio. Colectânea Estatística.....	68
Vendas.....	68
Quadro 1 - Evolução Das Vendas Do Mercado De Áudio (Unidades), 2000 a 2008 .....	68
Quadro 2 – Repartição de vendas de áudio por plataforma, tipo de suporte e formato, 2006.....	70
Facturação.....	70
Quadro 3 – Facturação do Mercado de Áudio (Em Euros), 2000 a 2008.....	70
Quadro 4 - Facturação do Mercado de Áudio (Em Euros), 2000 a 2008 - continuação.....	71
Quadro 5 - Facturação por Origem (em euros), 2000 a 2008.....	71
Quadro 6 - Facturação por Origem (em euros), 2000 a 2008 - continuação.....	72
Quadro 7 - Facturação Do Mercado Digital De Áudio (Euros), 2006 a 2008.....	72
Serviços de áudio.....	74
Quadro 8 - Repartição da Prestação de serviços, por área de negócios, segundo a actividade principal da empresa – Edição de gravações de som, 2006.....	74
Quadro 9 - Caracterização da edição de gravação de som, por volume de negócios e número de empresas, 2006.....	74
Quadro 10 - Principais variáveis e indicadores económicos, segundo a actividade principal da empresa – edição de gravações de som, 2006.....	75
Quadro 11 - Pessoal ao Serviço, por características dos recursos humanos, segundo a actividade principal da empresa – edição de gravações de som, 2006.....	75
Quadro 12 - Número de Empresas por região e actividade principal da empresa – edição de gravações de som, 2006.....	75
Figura 1 - Unidades Vendidas, 2000 a 2008.....	68
Figura 2 – Venda de Singles vs Álbuns, 2000 a 2008.....	69
Figura 3 – Venda de Cd’s vs MC’s (K7’s), 2000 a 2008.....	69
Figura 4 - Facturação do Mercado de Áudio (Em Milhares De Euros), 2000 a 2008....	71
Figura 5 - Repartição Percentual Dos Repertórios Por Origem, 2000 a 2008.....	72
Figura 6 – Evolução da facturação do mercado de áudio digital, 2006 a 2008.....	73
Figura 7 - Físico Vs Digital na Facturação Global Do Mercado De Áudio, 2006 a 2008 .....	73

# Áudio. Colectânea Estatística.

## Vendas

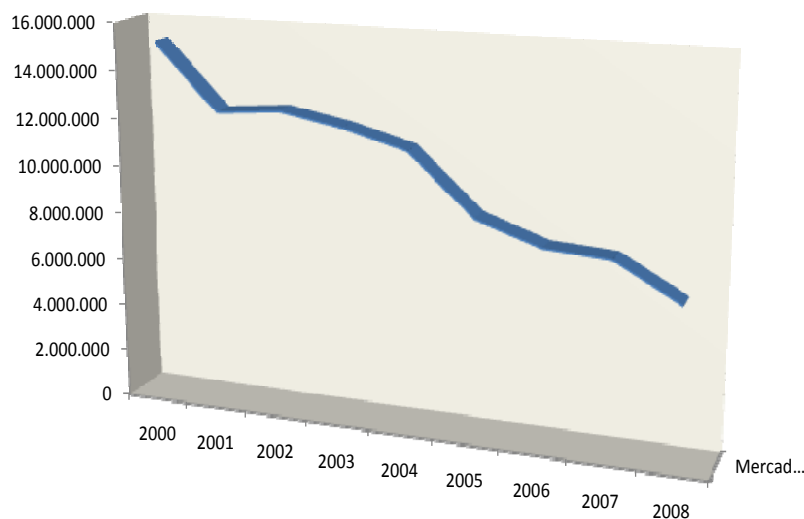
Quadro 1 - Evolução Das Vendas Do Mercado De Áudio (Unidades), 2000 a 2008

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Mercado de Áudio</b>	15.161.880	12.437.422	12.689.026	12.220.362	11.527.390	9.068.062	8.162.894	8.001.750	6.479.238
<b>Total de Singles</b>	729.763	317.830	303.205	151.204	1.688.548	176.367	17.834	41.815	119.731
<b>Total de Álbuns</b>	14.432.117	12.119.592	12.385.821	12.069.158	9.838.842	8.891.695	8.145.060	7.959.935	6.359.507
Vinil	879	2.909	183	52	148	102	149	206	4.085
MC	2.597.029	1.716.031	1.098.823	1.600.264	997.399	625.864	346.852	337.419	121.079
CD	11.552.906	10.385.078	11.051.612	9.931.765	7.782.283	7.402.063	7.392.970	6.799.719	6.377.061
Minidisc				13		-1			
DVD - áudio				1.959	1.561	-335	113	-18	2
SACD				45.070	9.224	8.630	1.901	1.058	736
Outros	1.926	1.040	308	-9	-29	-4			

Fonte: AFP

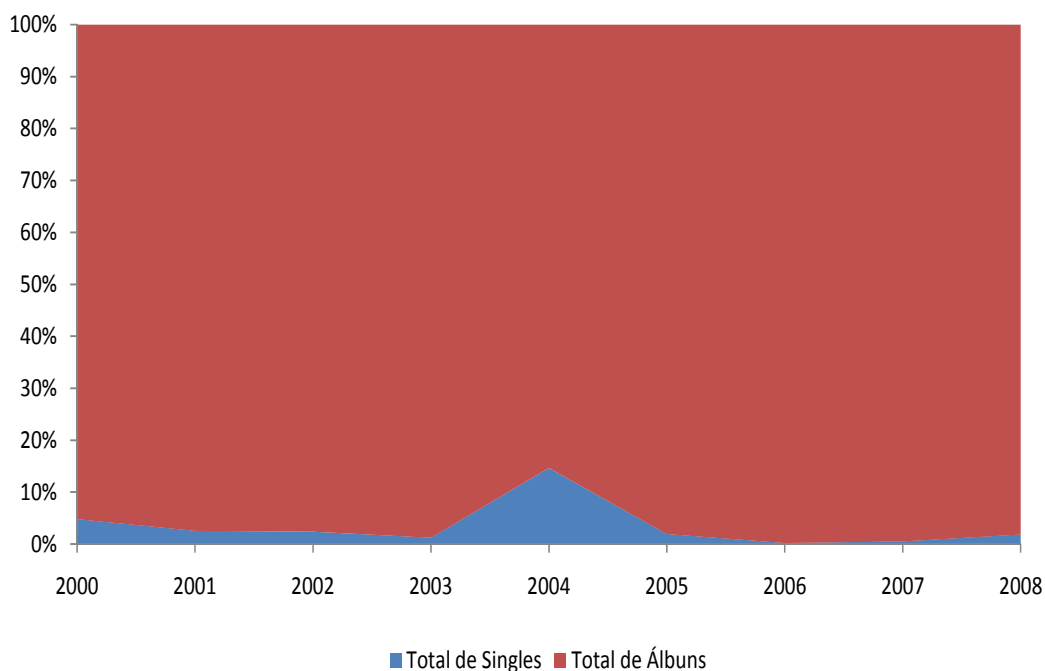
Nota: O sinal “-” representa reposições de catálogo.

Figura 1 - Unidades Vendidas, 2000 a 2008



Fonte: AFP. Edição OberCom.

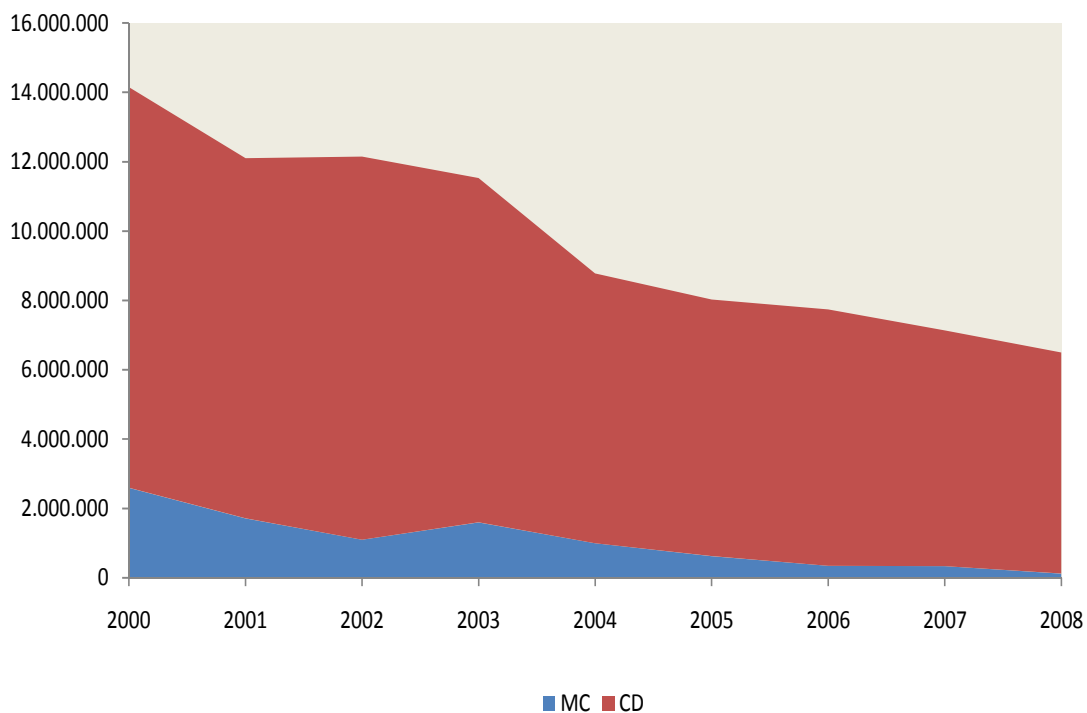
Figura 2 – Venda de Singles vs Álbuns, 2000 a 2008



Fonte: AFP. Edição OberCom.

Nota: Segundo a AFP, o elevado volume de vendas de singles em 2004, deve-se, a vendas especiais (clientes fora do mercado discográfico tradicional -por exemplo, empresas farmacêuticas, instituições bancárias entre outras - que utilizam o produto fonográfico como apoio e promoção a campanhas de produtos ou marcas suas representadas). Neste ano concretamente a aposta foi nos CD Singles, nas suas variantes: com 2 temas (CD single) e mais de 2 temas e até 20 minutos (CD maxi). Quando se trata de CD Álbuns (mais de 20 minutos), então os valores e quantidades são considerados no grupo das Vendas Especiais.

Figura 3 – Venda de Cd's vs MC's (K7's), 2000 a 2008



Fonte: AFP. Edição OberCom.

Quadro 2 – Repartição de vendas de áudio por plataforma, tipo de suporte e formato, 2006

<b>Vendas por plataforma / suporte / formato</b>	<b>Vendas</b>
<b>Vendas por plataforma</b>	
<b>Tradicional</b>	99,3
Da qual: Grandes superfícies comerciais	29,9
Online	0,7
<b>Vendas por tipo de suporte</b>	
Vinyl	0
MC	0,1
CD	88,1
DVD	3,4
<i>Downloads da internet</i>	0,1
Comunicações móveis	0
Outros	8,3
<b>Vendas por formato</b>	
<b>Singles / músicas</b>	<b>3,3</b>
Mercado nacional	69,0
Mercado internacional	31,0
<b>Álbuns</b>	<b>96,7</b>
<b><i>Intérprete único</i></b>	<b>73,5</b>
Mercado nacional	92,4
Mercado internacional	7,6
<b><i>Vários artistas</i></b>	<b>25,6</b>
Mercado nacional	96,2
Mercado internacional	3,8
<b><i>Clássicos</i></b>	<b>0,9</b>
Mercado nacional	100
Mercado internacional	0

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual.

## Facturação

Quadro 3 – Facturação do Mercado de Áudio (Em Euros), 2000 a 2008

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
<b>Mercado de Áudio</b>	105.629.025,00 €	97.481.591,19 €	99.950.253,81 €	81.497.155,05 €
<b>Total de Singles</b>	1.218.925,00 €	810.113,58 €	531.463,92 €	360.291,36 €
<b>Total de Álbuns</b>	104.410.100,00 €	96.671.477,60 €	99.418.789,89 €	81.136.863,69 €
Vinil	7.989,00 €	19.478,55 €	1.243,73 €	288,27 €
MC	3.613.875,00 €	2.476.506,15 €	1.586.912,40 €	1.880.781,22 €
CD	100.254.353,00 €	94.128.551,90 €	97.389.671,55 €	78.257.251,90 €
Minidisc				105,34 €
DVD - áudio				30.085,39 €
SACD				524.189,37 €
Outros	20.567,00 €	13.055,35 €	3.779,71 €	- 0,68 €

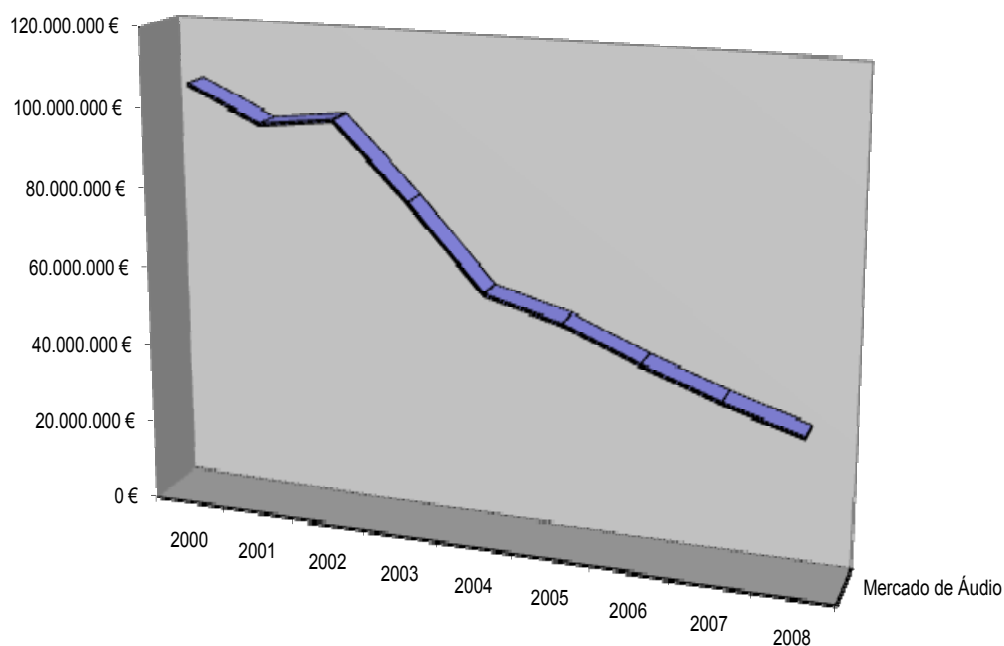
Fonte: AFP

Quadro 4 - Facturação do Mercado de Áudio (Em Euros), 2000 a 2008 - continuação

	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Mercado de Áudio</b>	60.992.971,41 €	56.162.358,12 €	48.471.272,05 €	41.905.790,75 €	36.318.653,11 €
<b>Total de Singles</b>	863.407,63 €	150.389,58 €	26.453,72 €	37.890,36 €	222.001,21 €
<b>Total de Álbuns</b>	60.129.563,78 €	56.011.968,54 €	48.444.818,34 €	41.867.900,39 €	36.096.651,90 €
Vinil	898,18 €	821,45 €	653,22 €	1.313,38 €	35.420,07 €
MC	1.130.302,15 €	721.995,04 €	401.462,63 €	297.988,05 €	142.965,83 €
CD	57.042.523,51 €	54.287.892,14 €	47.433.406,00 €	41.053.027,52 €	35.860.960,45 €
Minidisc		- 11,84 €			
DVD - áudio	22.693,23 €	- 5.353,97 €	655,36 €	- 128,18 €	42,95 €
SACD	115.748,99 €	92.849,61 €	20.856,67 €	11.002,04 €	7.690,03 €
Outros	- 79,76 €	- 23,44 €			

Fonte: AFP

Figura 4 - Facturação do Mercado de Áudio (Em Milhares De Euros), 2000 a 2008



Fonte: AFP. Edição OberCom.

Quadro 5 - Facturação por Origem (em euros), 2000 a 2008

	2000	2001	2002	2003
Rep. Nacional	18.230.179,05	13.090.862,25	14.840.705,26	16.683.273,46
Rep. Internacional	65.308.326,04	61.549.482,55	58.181.784,93	39.300.174,14
Rep. Clássico	5.029.439,36	3.778.921,01	3.673.509,66	2.577.679,57
Compilações	17.061.080,60	19.062.325,38	23.254.253,96	22.936.027,88

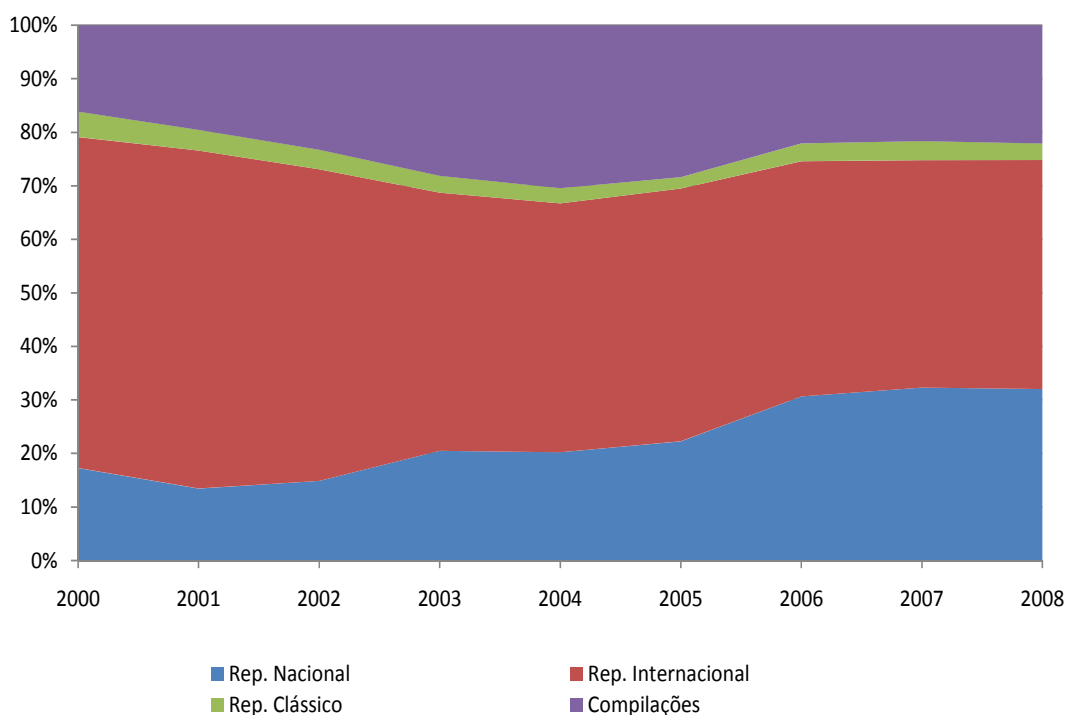
Fonte: AFP. Edição OberCom.

Quadro 6 - Facturação por Origem (em euros), 2000 a 2008 - continuação

	2004	2005	2006	2007	2008
Rep. Nacional	12.320.951,10	12.494.952,39	14.847.411,20	13.531.501,63	11.624.136,03
Rep. Internacional	28.354.551,79	26.516.802,47	21.297.856,91	17.799.597,19	15.543.863,25
Rep. Clássico	1.751.252,71	1.203.292,90	1.615.887,94	1.496.599,41	1.123.398,31
Compilações	18.566.215,81	15.947.310,36	10.710.116,01	9.078.092,53	8.027.255,51

Fonte: AFP. Edição OberCom.

Figura 5 - Repartição Percentual Dos Repertórios Por Origem, 2000 a 2008



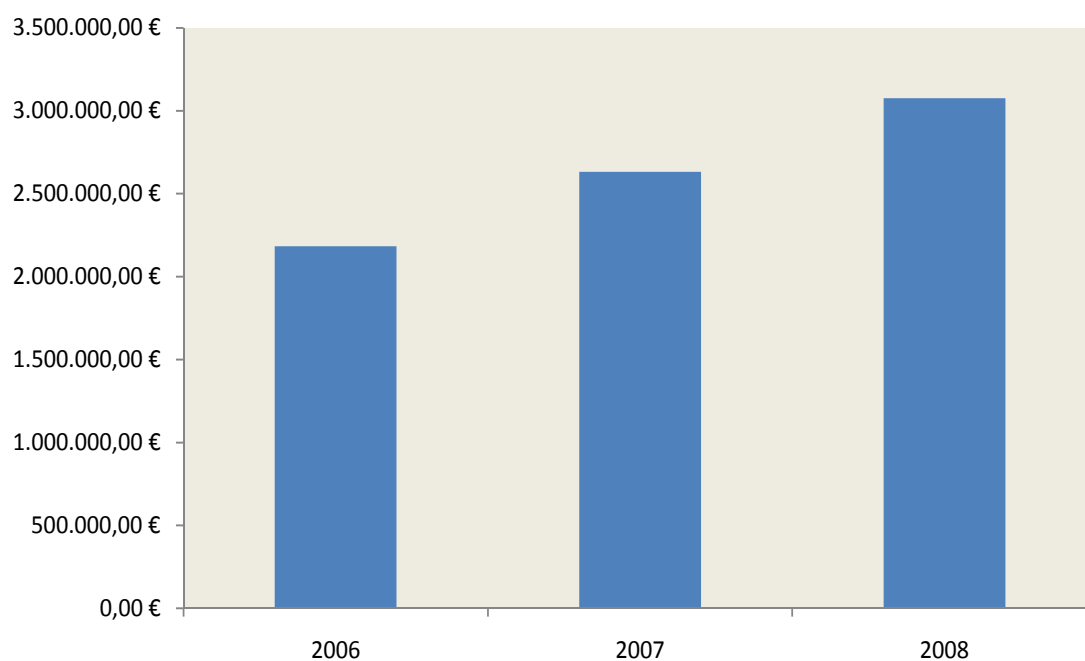
Fonte: AFP. Edição OberCom.

Quadro 7 - Facturação Do Mercado Digital De Áudio (Euros), 2006 a 2008

	2006	2007	2008
Facturação Total Áudio Físico	48.471.272,05 €	41.905.790,75 €	36.318.653,10 €
Facturação Total Áudio Digital	2.182.329,80 €	2.631.520,88 €	3.077.128,19 €

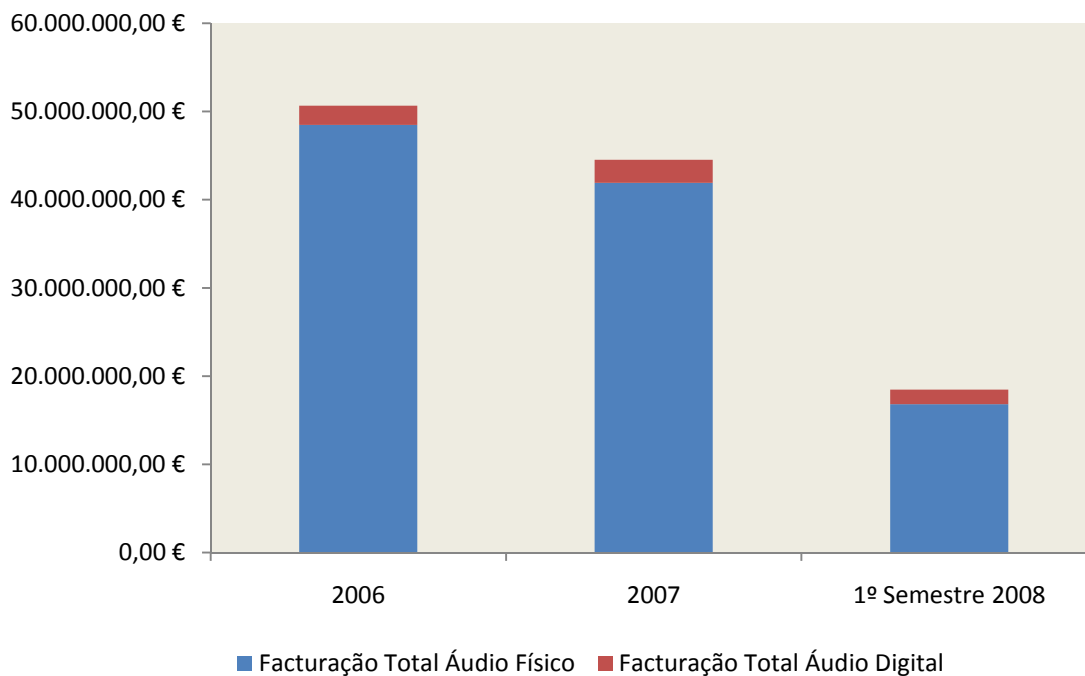
Fonte: AFP.

Figura 6 – Evolução da facturação do mercado de áudio digital, 2006 a 2008



Fonte: AFP. Edição OberCom.

Figura 7 - Físico Vs Digital na Facturação Global Do Mercado De Áudio, 2006 a 2008



Fonte: AFP. Edição OberCom.

## Serviços de áudio

Quadro 8 - Repartição da Prestação de serviços, por área de negócios, segundo a actividade principal da empresa – Edição de gravações de som, 2006

Serviços prestados	Edição de gravações de som
<b>Total de prestação de serviços</b>	<b>23 854</b>
<b>Serviços prestados por estúdios de gravações de som</b>	<b>23 383</b>
Serviços de edição de gravações de som	20 484
Outros serviços prestados por estúdios de gravações de som	2 898
<b>Produção de filmes e de vídeo e técnicas de pós-produção</b>	<b>207</b>
<b>Distribuição de filmes e de vídeos</b>	<b>0</b>
<b>Exibição de filmes e vídeos</b>	<b>0</b>
<b>Serviços de rádio</b>	<b>0</b>
<b>Serviços de televisão</b>	<b>24</b>
<b>Outros serviços</b>	<b>240</b>

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual

Quadro 9 - Caracterização da edição de gravação de som, por volume de negócios e número de empresas, 2006

Características	Volume de Negócios	Número de Empresas
<b>Expansão geográfica do áudio editado e distribuído por território</b>		
Nacional	80,4	76,0
Regional	5,5	8,0
Local	0	0
Exterior	14,1	16,0
<b>Público-alvo dos áudios editados e distribuídos</b>		
Grande público	68,5	56,0
Público restrito	31,5	44,0
Profissionalizante	0	0
<b>Tipo de conteúdos áudio distribuídos</b>		
Generalistas	63,2	48,0
Especializados	36,8	52,0

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual



Quadro 10 - Principais variáveis e indicadores económicos, segundo a actividade principal da empresa – edição de gravações de som, 2006

<b>Principais variáveis e indicadores</b>	<b>Edição de gravações de som</b>
Número de empresas	142
Volume de negócios	32 299
Prestação de Serviços	23 854
VABpm	7 477
Número de pessoas ao serviço	300
Custos com pessoal	4 270

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual.

Quadro 11 - Pessoal ao Serviço, por características dos recursos humanos, segundo a actividade principal da empresa – edição de gravações de som, 2006

<b>Pessoal ao Serviço</b>	<b>Edição de gravações de som</b>
<b>Pessoas ao serviço por sexo</b>	
Mulheres	97
Homens	203
<b>Pessoas ao serviço por horário de trabalho</b>	
Tempo parcial	67
Tempo completo	233
<b>Total de pessoal remunerado</b>	<b>245</b>
<b>Prestadores de serviços <sup>1</sup></b>	<b>24</b>
<b>Total</b>	<b>300</b>

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual.

Quadro 12 - Número de Empresas por região e actividade principal da empresa – edição de gravações de som, 2006

<b>Região NUTS II</b>	<b>Edição de gravações de som</b>
<b>Norte</b>	22
<b>Centro</b>	19
<b>Lisboa</b>	96
<b>Alentejo</b>	4
<b>Algarve</b>	1

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual.



## 5. Rádio

<b>Rádio. Colectânea Estatística.....</b>	<b>78</b>
Quadro 1 - Evolutivo Da Audiência Acumulada De Véspera (%), 2002 a 2008 ....	78
Quadro 2 - Evolutivo do Share De Audiência Médio (%), 2003 a 2008 .....	79
Quadro 3 - Audiência Acumulada De Véspera (%) Por Sexo e Idade, 2008 .....	80
Quadro 4 - Audiência Acumulada De Véspera (%) Por Ocupação, 2008 .....	81
Quadro 5 - Audiência acumulada de véspera (%) por região, 2008 .....	82
Quadro 6 - Audiência Acumulada De Véspera (%) por Classe Social Marktest, 2008.....	83
Quadro 7 - Audiência Acumulada De Véspera Por Dia Da Semana (%), 2008 .....	84
Quadro 8 - Tempo Médio de Audiência (hh:mm), 2002 a 2008 .....	85
Quadro 9 - Audiência Acumulada De Véspera(%), Audiência Média(%), Share De Audiência(%) E Tempo Médio De Audiência (Hh:Mm), 2008 .....	86
Quadro 10 - Audiência Acumulada de Véspera por trimestre, 2008 .....	87
Quadro 11 - Share de Audiência por Trimestre, 2008 .....	87
Quadro 12 - Caracterização da transmissão radiofónica por temas radiofónicos – Actividades de rádio, 2006 .....	88
Quadro 13 - Caracterização das actividades de rádio por volume de negócios e número de empresas – Actividades de rádio, 2006.....	88
Quadro 14 - Repartição do número de horas de emissão por conteúdos musicais – Actividades de rádio, 2006 .....	89

Figura 1 - Evolutivo anual da audiência acumulada de véspera (top 5) em %, 2002 a 2008.....	78
Figura 2 – Evolutivo do share de audiência (top 10) (%), 2003 a 2008 .....	79
Figura 3 - Audiência Acumulada De Véspera Por Sexo (%), 2008.....	80
Figura 4 - Audiência Acumulada De Véspera Por Grupos Etários (%), 2008 .....	81
Figura 5 - Audiência Acumulada De Véspera Por Ocupação (%), 2008.....	82
Figura 6 - Audiência Acumulada De Véspera Por Região, 2008 .....	83
Figura 7 – Audiência Acumulada De Véspera Por Classe Social (%), 2008 .....	84
Figura 8 - Tempo Médio de Audiência (hh:mm) por Grandes Grupos, 2002 a 2008..	85
Figura 9 - Share de Audiência (%), 2008 .....	86

## Rádio. Colectânea Estatística.

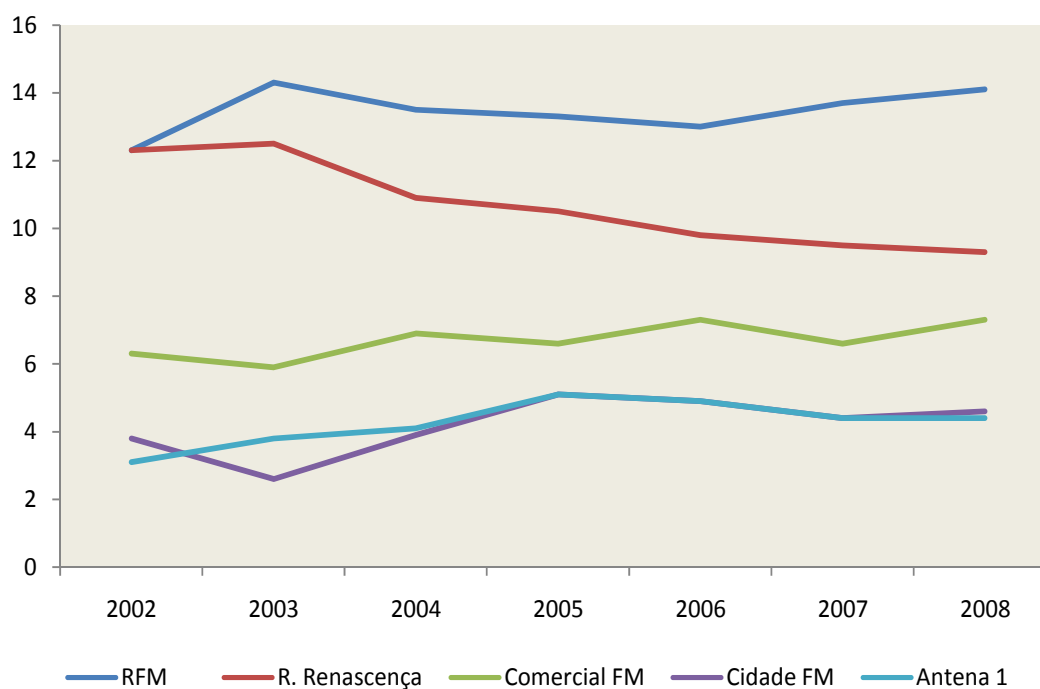
Quadro 1 - Evolutivo Da Audiência Acumulada De Véspera (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Total Rádio</b>	<b>54,7</b>	<b>58,4</b>	<b>58</b>	<b>58,9</b>	<b>56,3</b>	<b>54,6</b>	55,0
<b>Grupo RR</b>	<b>25,8</b>	<b>28,2</b>	<b>25,4</b>	<b>24,7</b>	<b>23,7</b>	<b>24,2</b>	24,7
RFM	12,3	14,3	13,5	13,3	13	13,7	14,1
R. Renascença	12,3	12,5	10,9	10,5	9,8	9,5	9,3
Mega FM	1,5	1,8	1,5	1,6	1,5	1,5	1,8
<b>Grupo Media Capital</b>	<b>13,4</b>	<b>12,6</b>	<b>15,6</b>	<b>15,8</b>	<b>15,3</b>	<b>13,6</b>	14,9
Comercial FM	6,3	5,9	6,9	6,6	7,3	6,6	7,3
Cidade FM	3,8	2,6	3,9	5,1	4,9	4,4	4,6
M80						0,5	1,4
Rádio Clube		1,9	3,6	3,3	2,6	1,4	1,2
Best Rock FM		1,1	1,5	1	0,8	0,7	0,6
<b>Grupo RDP</b>	<b>6,1</b>	<b>7,6</b>	<b>8,3</b>	<b>9,2</b>	<b>9,1</b>	<b>8,4</b>	8,4
Antena 1	3,1	3,8	4,1	5,1	4,9	4,4	4,4
Antena 2	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	3,5	3,5
Antena 3	2,4	3,2	3,7	3,6	3,6	0,5	0,5
<b>TSF</b>	<b>3,4</b>	<b>4,5</b>	<b>5</b>	<b>5,6</b>	<b>4,6</b>	<b>4,3</b>	4,3
<b>Base (000)</b>	<b>7528</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>

Fonte: Markttest

Universo: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8311409.

Figura 1 - Evolutivo anual da audiência acumulada de véspera (top 5) em %, 2002 a 2008



Fonte: Markttest. Edição OberCom.

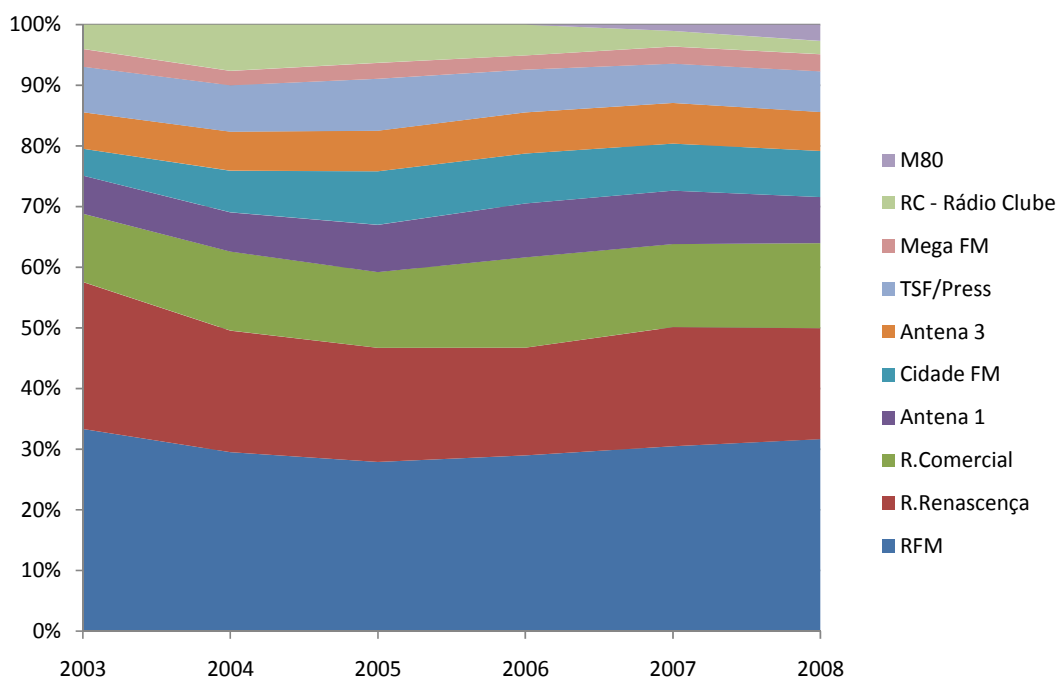
Quadro 2 - Evolutivo do Share De Audiência Médio (%), 2003 a 2008

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
RFM	24,9	22,4	21,2	22,2	23,6	24,6
R.Renascença	18,1	15,2	14,3	13,6	15,2	14,2
R.Comercial	8,4	9,9	9,5	11,4	10,6	10,9
Antena 1	4,7	4,9	5,9	6,8	6,8	5,9
Cidade FM	3,3	5,2	6,7	6,3	6	5,9
Antena 3	4,5	4,9	5,1	5,2	5,2	5
TSF/Press	5,6	5,8	6,5	5,4	5	5,2
Mega FM	2,2	1,8	2	1,8	2,2	2,2
RC - Rádio Clube	3	5,8	4,8	3,9	2	1,7
Best Rock FM	1,5	2	1,3	0,9	1	0,8
M80	-	-	-	-	0,8	2,1
Antena 2	0,7	0,6	0,7	0,8	0,7	0,6
<b>BASE (000)</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>

Fonte: Markttest

Universo: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8311409.

Figura 2 – Evolutivo do share de audiência (top 10) (%), 2003 a 2008



Fonte: Markttest. Edição OberCom.

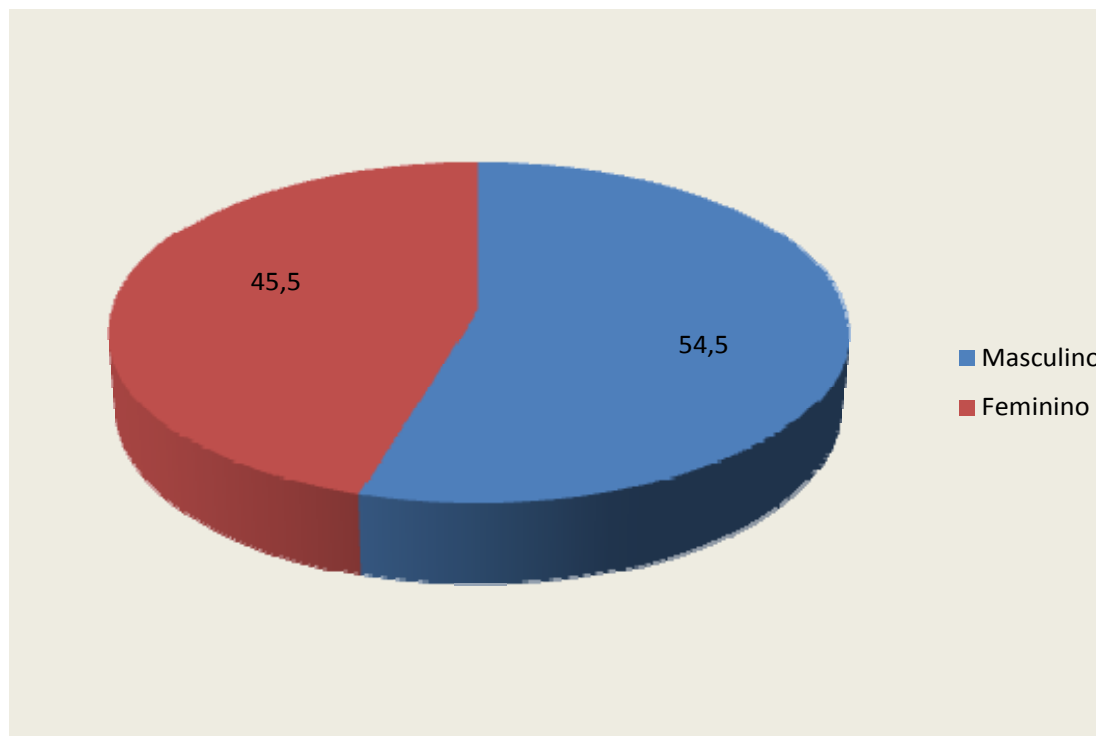
Quadro 3 - Audiência Acumulada De Véspera (%) Por Sexo e Idade, 2008

	Sexo		Idade							Universo
	Masculino	Feminino	15/17	18/24	25/34	35/44	45/54	55/64	64	
<b>Total Rádio</b>	<b>54,5</b>	<b>45,5</b>	<b>4,4</b>	<b>15,3</b>	<b>24,1</b>	<b>19,6</b>	<b>14,8</b>	<b>10,2</b>	<b>11,8</b>	<b>100</b>
RFM	50	50	3,7	14,9	33,7	28,9	13,8	4	1	100
R. Renascença	59,2	40,8	0,8	3,1	9,6	15,5	19	19,4	32,7	100
R. Comercial	52,2	47,8	5,4	25,1	36,9	17,5	9,9	4	1,3	100
TSF/Press	74,3	25,7	1,2	3,6	21,4	25,6	23,2	14,2	10,8	100
Antena 1	72,8	27,2	0,6	4,1	12,3	13	19,9	20,8	29,3	100
Cidade FM	44,7	55,3	16,5	40,1	29,5	10,4	3	0,3	0,2	100
Antena 3	68,1	31,9	2,5	28,2	50,4	11,6	5,1	1,3	0,9	100
Mega FM	47,4	52,6	6,1	39,2	42,8	6,7	3,8	1	0,3	100
RC - Rádio Clube	65	35	1,2	3,4	13,6	15,6	20,3	26,5	19,5	100
Best Rock FM	67,3	32,7	9	38,4	40,4	10	1,7	0	0,6	100
Antena 2	67,2	32,8	0,6	5,9	15	12,1	18,9	19,1	28,5	100
M80	63,1	36,9	1,6	14,4	36,1	26,9	14	5,2	1,7	100
<b>Base (000)</b>	<b>3968</b>	<b>4343</b>	<b>373</b>	<b>1027</b>	<b>1501</b>	<b>1428</b>	<b>1275</b>	<b>1080</b>	<b>1629</b>	<b>8311</b>

Fonte: Marktest

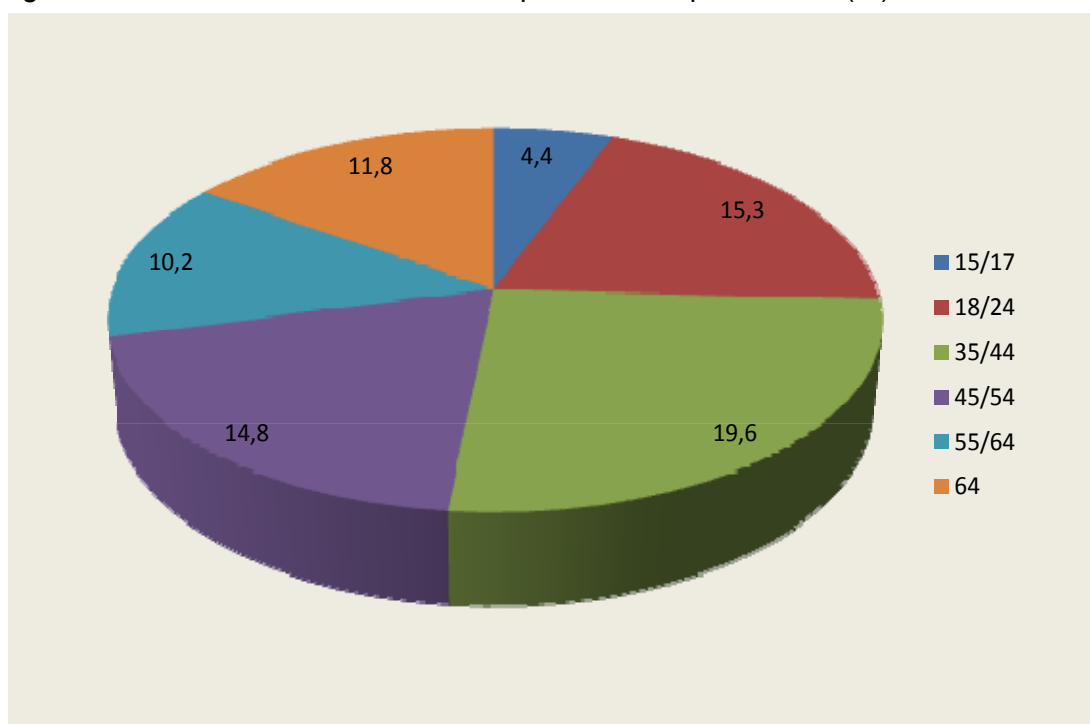
Universo: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8311409.

Figura 3 - Audiência Acumulada De Véspera Por Sexo (%), 2008



Fonte: Marktest. Edição OberCom.

Figura 4 - Audiência Acumulada De Véspera Por Grupos Etários (%), 2008



Fonte: Marktest. Edição OberCom.

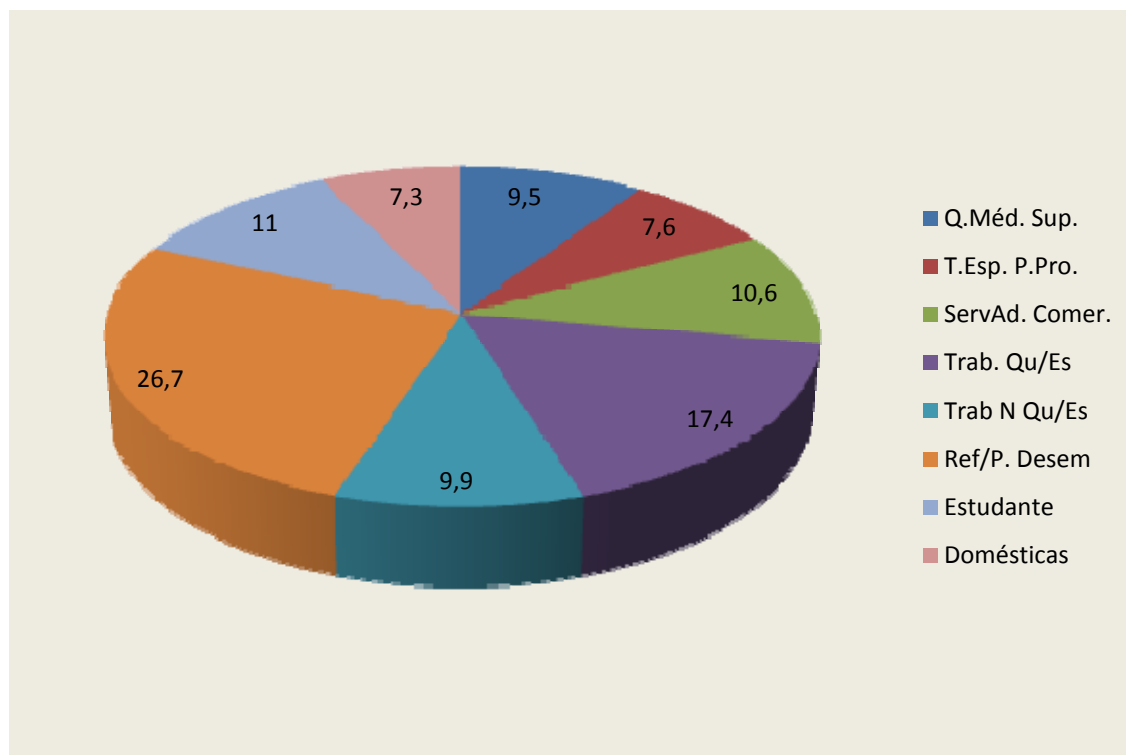
Quadro 4 - Audiência Acumulada De Véspera (%) Por Ocupação, 2008

	Ocupação								
	Q.Méd. Sup.	T.Esp. P.Pro.	ServAd. Comer.	Trab. Qu/Es	Trab N Qu/Es	Ref/P. Desem	Estudante	Domésticas	Universo
<b>Total Rádio</b>	9,5	7,6	10,6	17,4	9,9	26,7	11	7,3	100
RFM	17,6	11,9	19,0	23,3	7,9	6,6	11,6	2,2	100
R.Renascença	5,1	6,7	8,0	21,0	9,8	39,7	2,2	7,5	100
R.Comercial	17,5	12,3	19,1	17,8	7,0	7,0	18,0	1,4	100
TSF/Press	28,3	12,9	14,2	16,4	4,6	17,2	4,2	2,3	100
Antena 1	15,3	7,9	10,6	16,3	5,8	38,1	2,9	3,0	100
Cidade FM	6,7	7,0	16,0	17,5	9,8	5,8	36,1	1,0	100
Antena 3	23,9	14,2	18,0	14,9	5,4	4,8	18,5	0,2	100
Mega FM	17,4	12,2	13,9	8,4	7,9	4,9	34,4	1,0	100
RC - Rádio Clube	18,1	10,0	12,6	15,8	7,1	31,0	3,1	2,5	100
Best Rock FM	15,8	12,9	9,1	15,3	4,7	5,7	35,5	1,0	100
Antena 2	33,5	4,5	6,4	4,6	4,2	36,2	7,6	2,9	100
M80	18,6	12,3	18,1	19,1	8,6	8,4	13,5	1,3	100
<b>BASE (000)</b>	<b>790</b>	<b>632</b>	<b>881</b>	<b>1446</b>	<b>823</b>	<b>2219</b>	<b>914</b>	<b>607</b>	<b>8311</b>

Fonte: Marktest

Universo: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8311409.

Figura 5 - Audiência Acumulada De Véspera Por Ocupação (%), 2008



Fonte: Marktest. Edição OberCom

Quadro 5 - Audiência acumulada de véspera (%) por região, 2008

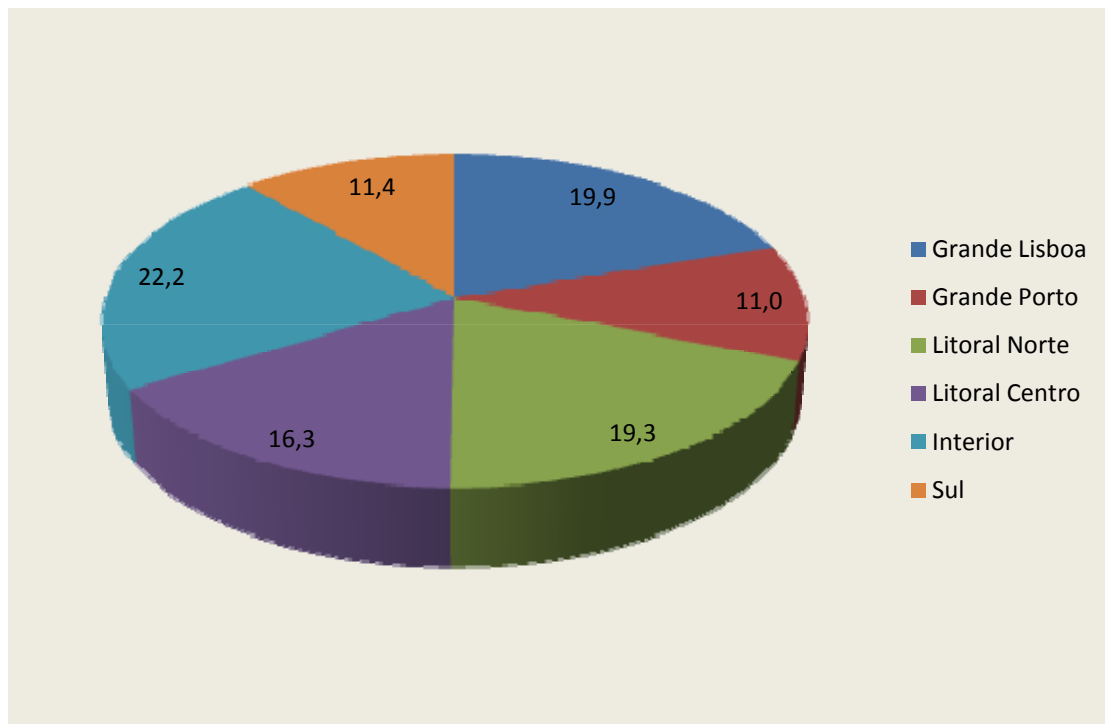
	Região						
	Grande Lisboa	Grande Porto	Litoral Norte	Litoral Centro	Interior	Sul	Universo
<b>Total Rádio</b>	<b>19,9</b>	<b>11,0</b>	<b>19,3</b>	<b>16,3</b>	<b>22,2</b>	11,4	100
RFM	16,7	13,6	21,3	15,6	22,7	10,2	100
R.Renascença	21,2	11,9	19,9	15,4	23,5	8	100
R.Comercial	20,0	9,2	21,3	16,1	21,1	12,4	100
TSF/Press	26,2	17,7	20,7	10,3	20,6	4,5	100
Antena 1	22,1	12,4	16,6	15,5	19,9	13,5	100
Cidade FM	25,6	14,4	18,0	18,1	11,1	12,8	100
Antena 3	17,6	12,8	21,5	15,1	21,4	11,5	100
Mega FM	45,3	11,5	22,3	15,4	3,8	1,7	100
RC - Rádio Clube	43,7	2,2	5,9	22,4	5,5	20,3	100
Best Rock FM	30,6	39,2	2,4	17,2	10,6	0	100
Antena 2	39,0	11,7	23,0	11,1	9,4	5,7	100
M80	55,3	23,0	5,8	12,5	2,4	1	100
<b>BASE (000)</b>	<b>1651</b>	<b>914</b>	<b>1605</b>	<b>1352</b>	<b>1842</b>	948	8311

Fonte: Marktest

Universo: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8311409.



Figura 6 - Audiência Acumulada De Véspera Por Região, 2008



Fonte: Marktest. Edição Obercom.

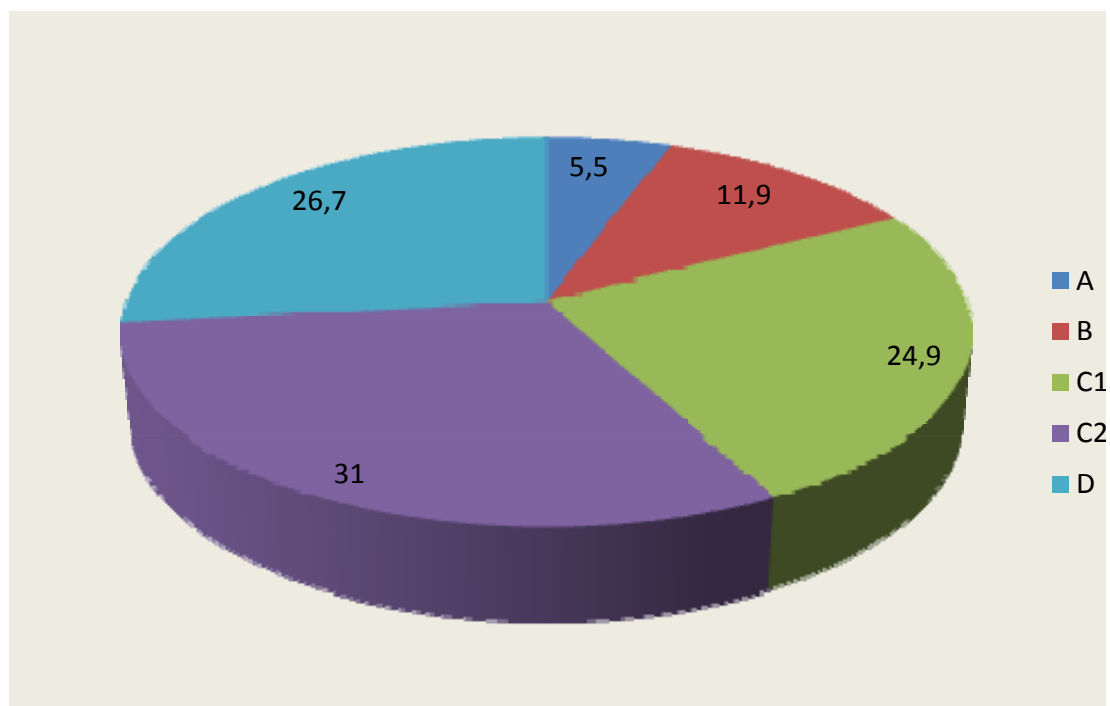
Quadro 6 - Audiência Acumulada De Véspera (%) por Classe Social Marktest, 2008

	Classe Social					Universo
	A	B	C1	C2	D	
<b>Total Rádio</b>	<b>5,5</b>	<b>11,9</b>	<b>24,9</b>	<b>31</b>	<b>26,7</b>	<b>100</b>
RFM	8,5	17,8	32	30,6	11,2	100
R. Renascença	2,8	10,1	23,5	30,8	32,8	100
R. Comercial	8,1	16,9	33,8	29,5	11,7	100
TSF/Press	18	27,1	28,7	15,9	10,4	100
Antena 1	8	20,8	27,2	23,8	20,1	100
Cidade FM	5,5	8,7	29,1	40,7	16	100
Antena 3	10,3	20,9	34,9	23,7	10,3	100
Mega FM	11,8	20,3	31,5	28,2	8,2	100
RC - Rádio Clube	9,2	22,2	28,5	24,2	15,8	100
Best Rock FM	9,7	17,1	28,3	27,4	17,5	100
Antena 2	20,2	38,4	23,3	9	9,1	100
M80	10,1	22,3	36,1	23,3	8,2	100
<b>BASE (000)</b>	<b>457</b>	<b>989</b>	<b>2070</b>	<b>2577</b>	<b>2219</b>	<b>8311</b>

Fonte: Marktest

Universo: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8311409.

Figura 7 – Audiência Acumulada De Véspera Por Classe Social (%), 2008



Fonte: Marktest. Edição OberCom.

Quadro 7 - Audiência Acumulada De Véspera Por Dia Da Semana (%), 2008

	Dia da semana			Universo
	Semana	Sábado	Domingo	
<b>Total Rádio</b>	<b>61,2</b>	<b>41,5</b>	<b>37,4</b>	<b>100</b>
RFM	15,7	10,5	10	100
R. Renascença	10,7	6,1	5,7	100
R. Comercial	2	5,1	4,5	100
TSF/Press	4,8	2,9	3	100
Antena 1	4,9	3,4	3,1	100
Cidade FM	5,1	3,1	3,6	100
Antena 3	4,1	2,6	1,5	100
Mega FM	2	1,4	1,4	100
RC - Rádio Clube	1,4	0,9	0,6	100
Best Rock FM	0,6	0,5	0,5	100
Antena 2	0,5	0,4	0,3	100
M80	1,5	1	1,2	100
<b>BASE (000)</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>

Fonte: Marktest

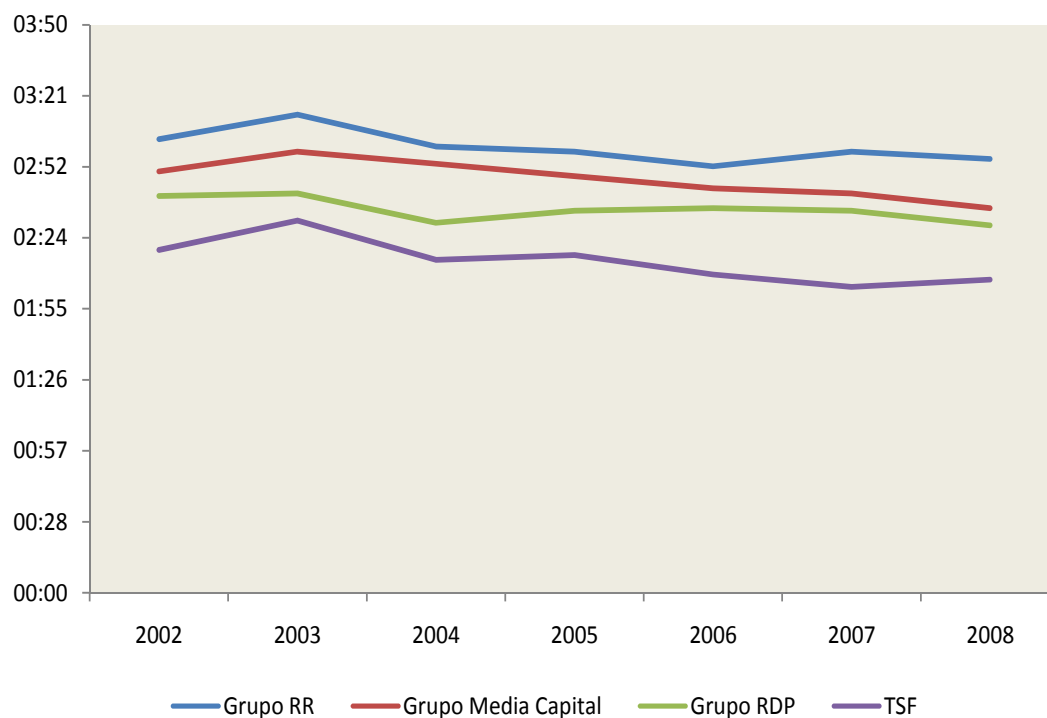
Universo: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8311409.

Quadro 8 - Tempo Médio de Audiência (hh:mm), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Total Rádio</b>	<b>03:11</b>	<b>03:26</b>	<b>03:20</b>	<b>03:19</b>	<b>03:13</b>	<b>03:12</b>	<b>03:11</b>
<b>Grupo RR</b>	<b>03:04</b>	<b>03:14</b>	<b>03:01</b>	<b>02:59</b>	<b>02:53</b>	<b>02:59</b>	<b>02:56</b>
RFM	03:16	03:29	03:13	03:07	03:06	03:01	03:02
R. Renascença	02:51	02:54	02:42	02:41	02:31	02:48	02:39
Mega FM	02:23	02:28	02:22	02:31	02:13	02:29	02:10
<b>Grupo Media Capital</b>	<b>02:51</b>	<b>02:59</b>	<b>02:54</b>	<b>02:49</b>	<b>02:44</b>	<b>02:42</b>	<b>02:36</b>
Comercial FM	02:44	02:52	02:47	02:48	02:50	02:48	02:37
Cidade FM	02:28	02:32	02:35	02:32	02:21	02:21	02:13
Rádio Clube	-	03:10	03:06	02:53	02:43	02:24	02:27
Best Rock FM	-	02:49	02:38	02:33	02:06	02:27	02:21
M80						02:54	02:38
<b>Grupo RDP</b>	<b>02:41</b>	<b>02:42</b>	<b>02:30</b>	<b>02:35</b>	<b>02:36</b>	<b>02:35</b>	<b>02:29</b>
Antena 1	02:35	02:29	02:20	02:16	02:32	02:27	02:21
Antena 2	02:43	02:58	02:40	02:30	02:19	02:16	02:17
Antena 3	02:46	02:51	02:34	02:46	02:35	02:41	02:31
<b>TSF</b>	<b>02:19</b>	<b>02:31</b>	<b>02:15</b>	<b>02:17</b>	<b>02:09</b>	<b>02:04</b>	02:07
<b>Base (000)</b>	<b>7528</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>

Fonte: Anuário de Media e Publicidade, Marktest.

Figura 8 - Tempo Médio de Audiência (hh:mm) por Grandes Grupos, 2002 a 2008



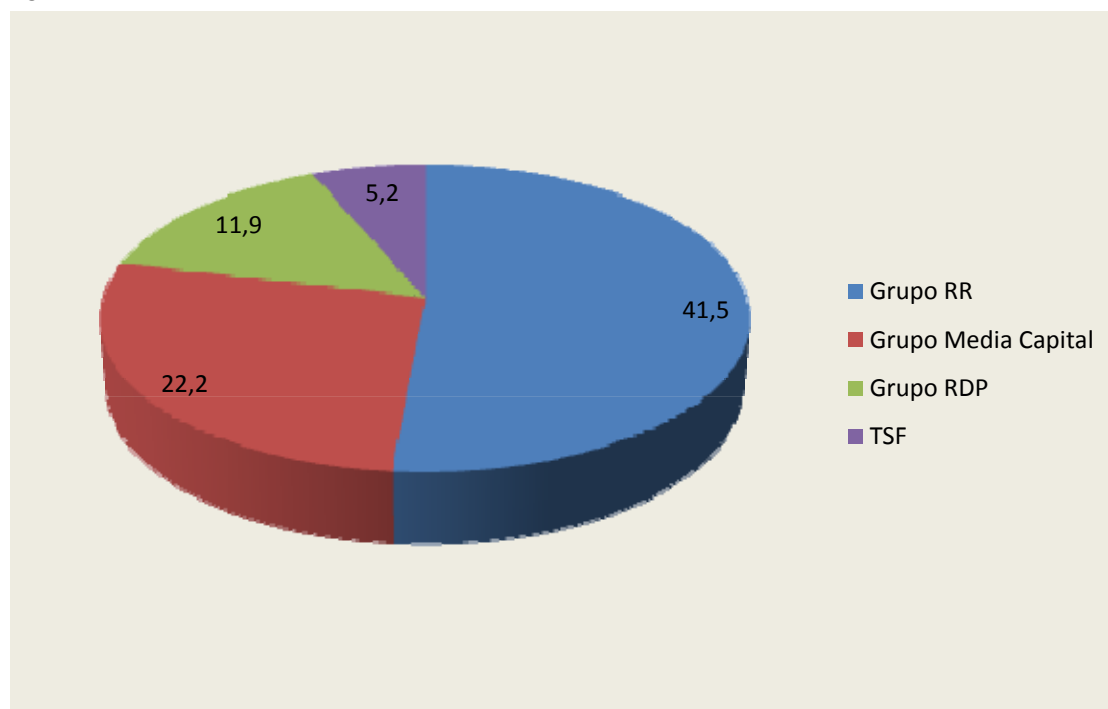
Fonte: Marktest. Edição OberCom.

Quadro 9 - Audiência Acumulada De Véspera(%), Audiência Média(%), Share De Audiência(%) E Tempo Médio De Audiência (Hh:Mm), 2008

2008	Audiência acumulada de véspera (%)	Audiência Média (%)	Share de Audiência (%)	Tempo Médio de Audiência (hh:mm)
<b>Total Rádio</b>	<b>55.0</b>	<b>5.7</b>	<b>100.0</b>	<b>03:11</b>
<b>Grupo RR</b>	<b>24.7</b>	<b>2.4</b>	<b>41.5</b>	<b>02:56</b>
RFM	14.1	1.4	24.6	03:02
R. Renascença	9.3	0.8	14.2	02:39
Mega FM	1.8	0.1	2.2	02:10
<b>Grupo Media Capital</b>	<b>14.9</b>	<b>1.3</b>	<b>22.2</b>	<b>02:36</b>
Comercial FM	7.3	0.6	10.9	02:37
Cidade FM	4.6	0.4	5.9	02:13
Rádio Clube	1.2	0.1	1.7	02:27
Best Rock FM	0.6	0.0	0.8	02:21
M80	1.4	0.1	2.1	02:38
<b>Grupo RDP</b>	<b>8.4</b>	<b>0.7</b>	<b>11.9</b>	<b>02:29</b>
Antena 1	4.4	0.4	5.9	02:21
Antena 2	0.5	0.0	0.6	02:17
Antena 3	3.5	0.3	5.0	02:31
<b>TSF</b>	<b>4.3</b>	<b>0.3</b>	<b>5.2</b>	<b>02:07</b>
<b>Base (000)</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>

Fonte: Anuário de Media e Publicidade, Marktest.

Figura 9 - Share de Audiência (%), 2008



Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Marktest. Edição OberCom.

## Quadro 10 - Audiência Acumulada de Véspera por trimestre, 2008

Percentagens verticais

	1º Trim	2º Trim	3º Trim	4º Trim
<b>Total Rádio</b>	<b>56.8</b>	<b>56.5</b>	<b>53.9</b>	<b>52.8</b>
<b>Grupo RR</b>	25.7	25.0	24.0	23.9
RFM	14.2	14.2	14.7	13.2
R. Renascença	10.3	9.9	8.0	9.1
Mega FM	1.8	1.8	1.6	1.9
<b>Grupo Media Capital</b>	15.1	15.4	14.6	14.4
Comercial FM	7.7	7.4	6.4	7.6
Cidade FM	4.7	4.6	4.9	4.1
Rádio Clube	1.1	1.4	1.4	1.0
Best Rock FM	—	—	—	—
M80	1.1	1.4	1.6	1.5
<b>Grupo RDP</b>	8.7	8.8	7.9	8.2
Antena 1	4.6	4.5	4.3	4.2
Antena 2	—	—	—	—
Antena 3	3.5	3.9	3.0	3.6
<b>TSF</b>	4.7	4.5	3.9	3.9
<b>Base (000)</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>

Universo: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8311409.

Fonte: Marktest

## Quadro 11 - Share de Audiência por Trimestre, 2008

	1º trim	2º Trim	3º Trim	4º Trim
<b>Total Rádio</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>Grupo RR</b>	41.5	39.9	41.8	42.5
RFM	23.6	23.3	27.2	24.4
R. Renascença	15.2	14.4	12.1	14.5
Mega FM	2.5	2.0	2.2	2.3
<b>Grupo Media Capital</b>	21.9	22.8	22.2	22.0
Comercial FM	11.4	11.1	9.2	12.1
Cidade FM	5.8	5.7	6.9	4.8
Rádio Clube	1.4	2.0	2.2	1.4
Best Rock FM	—	—	—	—
M80	1.7	2.1	2.3	2.5
<b>Grupo RDP</b>	12.7	11.5	11.4	12.1
Antena 1	6.7	5.2	5.7	6.0
Antena 2	—	—	—	—
Antena 3	5.1	5.3	4.8	5.2
<b>TSF</b>	5.6	5.5	4.5	4.8
<b>Base (000)</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>

Universo: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8311409.

Fonte: Marktest

Quadro 12 - Caracterização da transmissão radiofónica por temas radiofónicos – Actividades de rádio, 2006

<b>Tema radiofónico</b>	<b>Horas de emissão de temas radiofónicos</b>
<b>Informação e notícias</b>	<b>25,0</b>
Noticiários	48,4
Reportagens	10,7
Entrevistas	40,9
<b>Entretenimento</b>	<b>38,1</b>
Talk shows	3,7
Música	83,6
da qual:	0
Música portuguesa	23,3
Desporto	7,7
Teatro	3,1
Juvenil / infantil	1,9
<b>Religião</b>	<b>0,3</b>
<b>Artes / humanidade / ciência</b>	<b>2,2</b>
<b>Educação</b>	<b>0,9</b>
<b>Publicidade e promoções</b>	<b>27,5</b>
<b>Outros</b>	<b>6,0</b>

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual

Quadro 13 - Caracterização das actividades de rádio por volume de negócios e número de empresas – Actividades de rádio, 2006

<b>Características</b>	<b>Volume de Negócios</b>	<b>Número de Empresas</b>
<b>Expansão geográfica da rádio</b>		
Nacional	63	1,4
Regional	5	11,6
Local	32	87,0
<b>Tipo de rádio</b>		
Hertziana	99	93,8
Emissão electrónica	1	6,2
<b>Público-alvo da rádio</b>		
Grande público	97	93,8
Público restrito	3	6,2
Profissionalizante	0	0,0
<b>Tipo de conteúdos da rádio</b>		
Generalistas	98	97,3
Especializados	2	2,7

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual

Quadro 14 - Repartição do número de horas de emissão por conteúdos musicais –  
Actividades de rádio, 2006

<b>Género radiofónico</b>	<b>Horas de emissão</b>
Clássica / religiosa	4,9
Alternativa / <i>Indie</i>	1,3
Dança	4,4
<i>Pop / rock / grunge</i>	17,2
<i>Disco sound / Funk</i>	1,7
Latina	4,8
Portuguesa	48,9
<i>Jazz / Blues / Rock and blues</i>	2,4
Electrónica	0,8
Brasileira / Africana	6,7
<i>Country</i>	0,3
Metal / gótica	0,5
<i>Hip hop / Rap</i>	1,5
<i>Reggae</i>	0,7
<i>New age</i>	0,3
<i>World music</i>	1,7
Outros	1,7

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual



## 6. Consolas e Videojogos



Videojogos. Colectânea Estatística.....	92
Quadro 1 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2001 a 2008 .....	92
Quadro 2 - Nº de Títulos Licenciados por Classificação, 2005 a 2008.....	99
Quadro 3 - Nº de Títulos Licenciados por Sistema/Classificação, 2005 a 2008 .....	100
Quadro 4 - Nº de Títulos Licenciados por País de Origem, 2005 a 2008 .....	102
Quadro 5 - Nº de Títulos Licenciados por Sistema/Origem, 2005 a 2008 .....	102
Quadro 6 - Distribuição dos Títulos Registados para Packs, 2007 .....	106
Quadro 7 - Registo e Emissão de Selos de Autenticação de Videogramas nas Modalidades de Videojogos, 2007 .....	106
Quadro 8 - Videogramas na Modalidade de Videojogos Registados por País de Origem, 2007.....	106
Quadro 9 - Residentes Em Lares Onde Existe Consola De Jogos Por Variáveis Sócio- demográficas, 2000 a 2006 .....	107

Figura 1 - Nº De Títulos Licenciados Para Principais Consolas De Mesa, 2001 a 2008.....	93
Figura 2 - Nº De Títulos Licenciados Para Principais Consolas Portáteis, 2001 a 2008.....	93
Figura 3 - Nº De Títulos Licenciados Para PC, 2001 a 2008 .....	94
Figura 4 - Nº De Títulos Licenciados Por Principais Sistemas Agregados, 2000 a 2008 .....	94
Figura 5 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2008.....	95
Figura 6 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2007.....	95
Figura 7 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2006.....	96
Figura 8 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2005.....	96
Figura 9 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2004.....	97
Figura 10 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2003.....	97
Figura 11 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2002.....	98
Figura 12 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2001.....	98
Figura 13 - Nº de Títulos Licenciados por Classificação, 2005 a 2008 .....	99
Figura 14 - Lares Com Consola De Videojogos Por Regiões Markttest (%), 2006.....	108
Figura 15 - Lares Com Consola De Videojogos Por Sexo (%), 2006.....	108
Figura 16 - Lares Com Consola De Videojogos Por Classe Markttest (%), 2006 .....	109

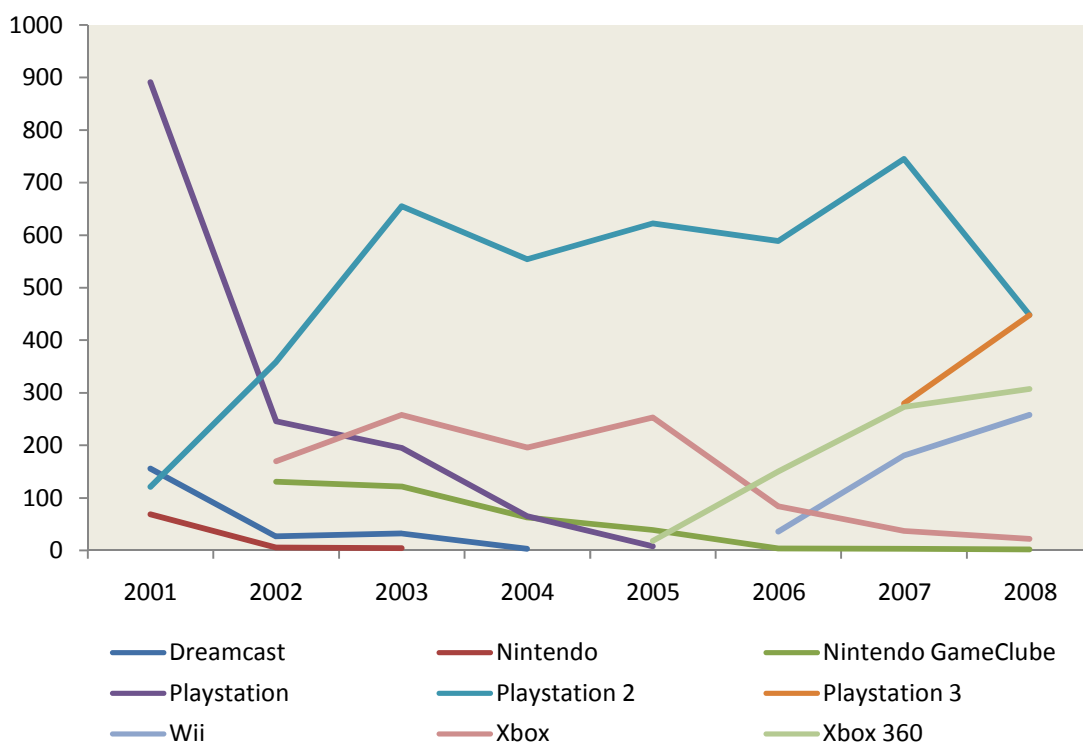
## Videojogos. Colectânea Estatística.

Quadro 1 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2001 a 2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
DVD-Kids						4		
Dreamcast	156	27	32	3				
FGC				1				
Gameboy	88	2	1					
Gameboy Advance	159	200	192	158	166	123	67	4
Gameboy Color	27	24	12	1				
Machintosh								42
Nintendo	69	5	4					
Nintendo Dual Screen					80	178	425	448
Nintendo GameClube		131	122	63	39	4	3	2
N-Gage			16	16	18			
Outros (Diversos)	20	14						
Palm-OS				1				
Pocket-PC				2				
PC	438	618	627	457	512	531	588	531
Playstation	891	246	195	65	8			
Playstation 2	121	358	655	554	622	589	745	448
Playstation 3							280	448
Playstation Portable					141	346	462	302
Sega Mega Drive	7	2	1					
Sega Saturn	18	7	6					
Sega Master System			1					
TV-Games					9	10	6	7
Wii						36	181	258
Xbox		170	258	196	253	84	37	22
Xbox 360					18	150	273	307
<b>Total</b>	<b>1994</b>	<b>1804</b>	<b>2122</b>	<b>1517</b>	<b>1866</b>	<b>2055</b>	<b>3067</b>	<b>2819</b>

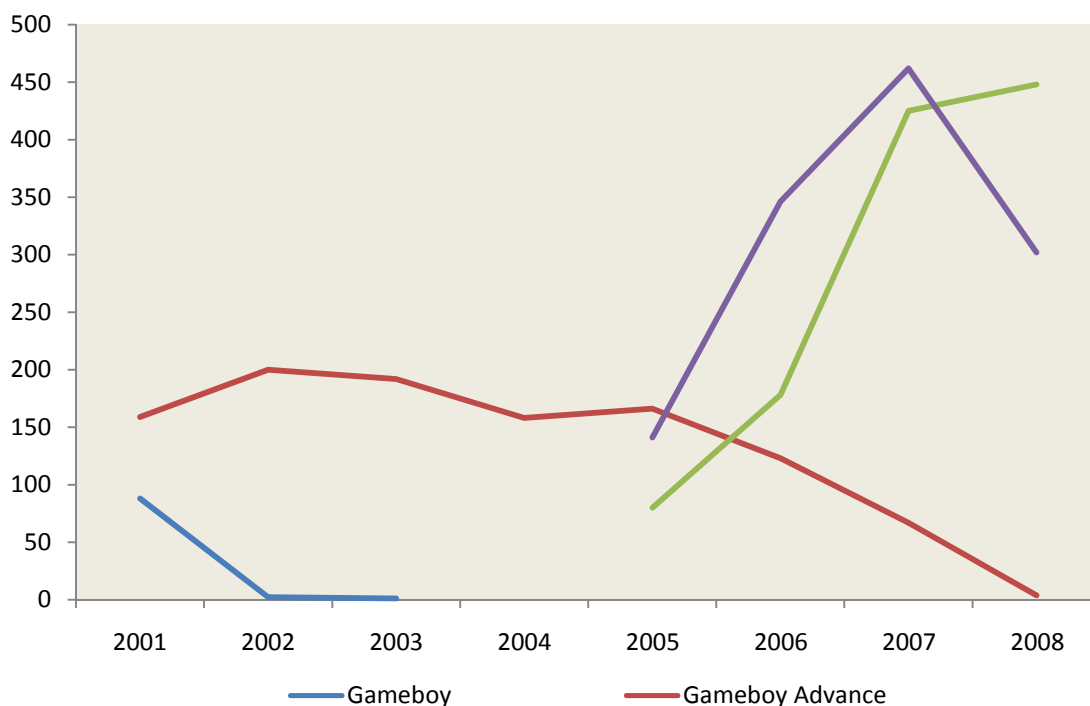
Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Figura 1 - Nº De Títulos Licenciados Para Principais Consolas De Mesa, 2001 a 2008



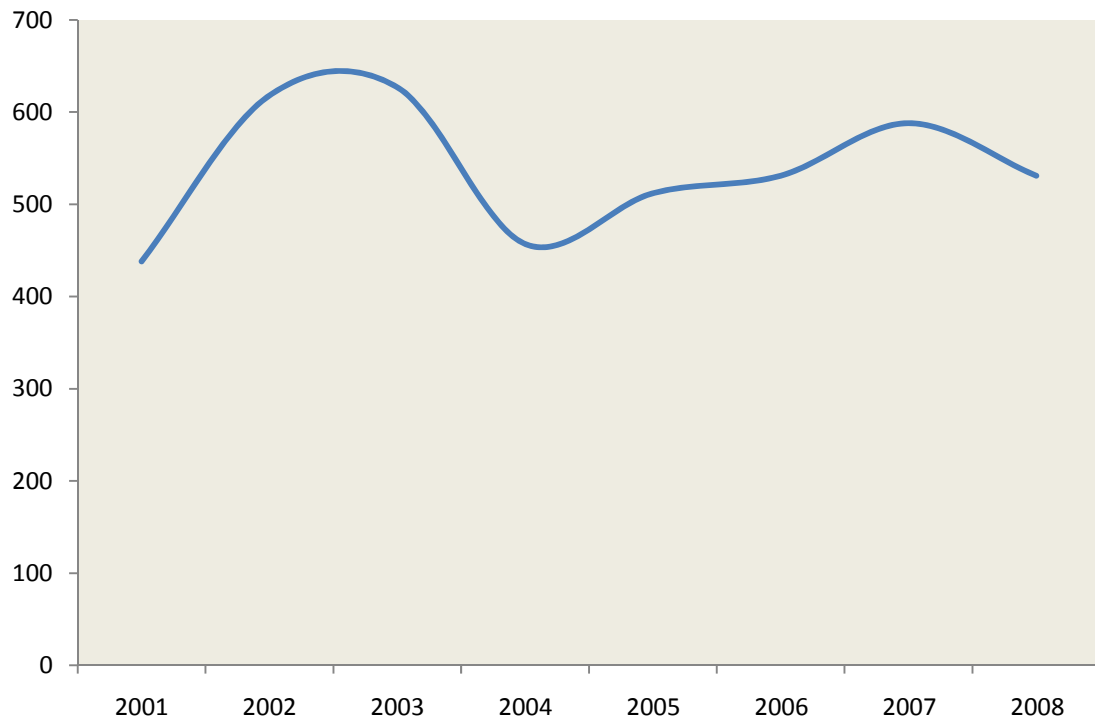
Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Figura 2 - Nº De Títulos Licenciados Para Principais Consolas Portáteis, 2001 a 2008



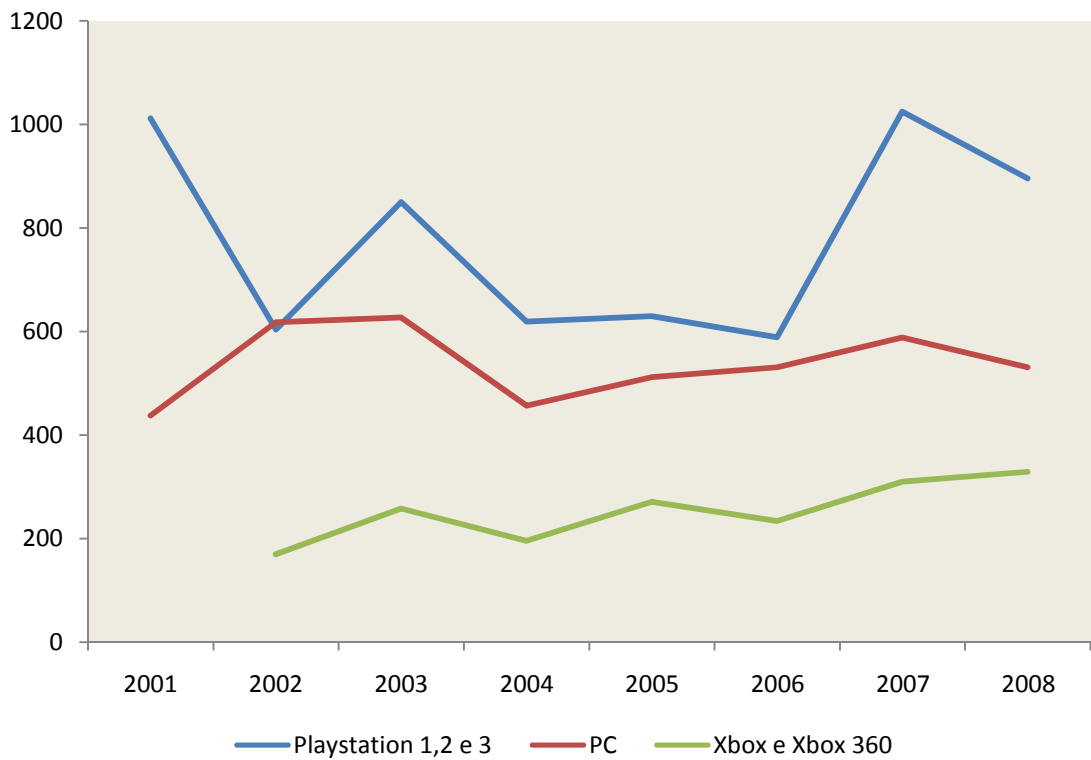
Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Figura 3 - Nº De Títulos Licenciados Para PC, 2001 a 2008



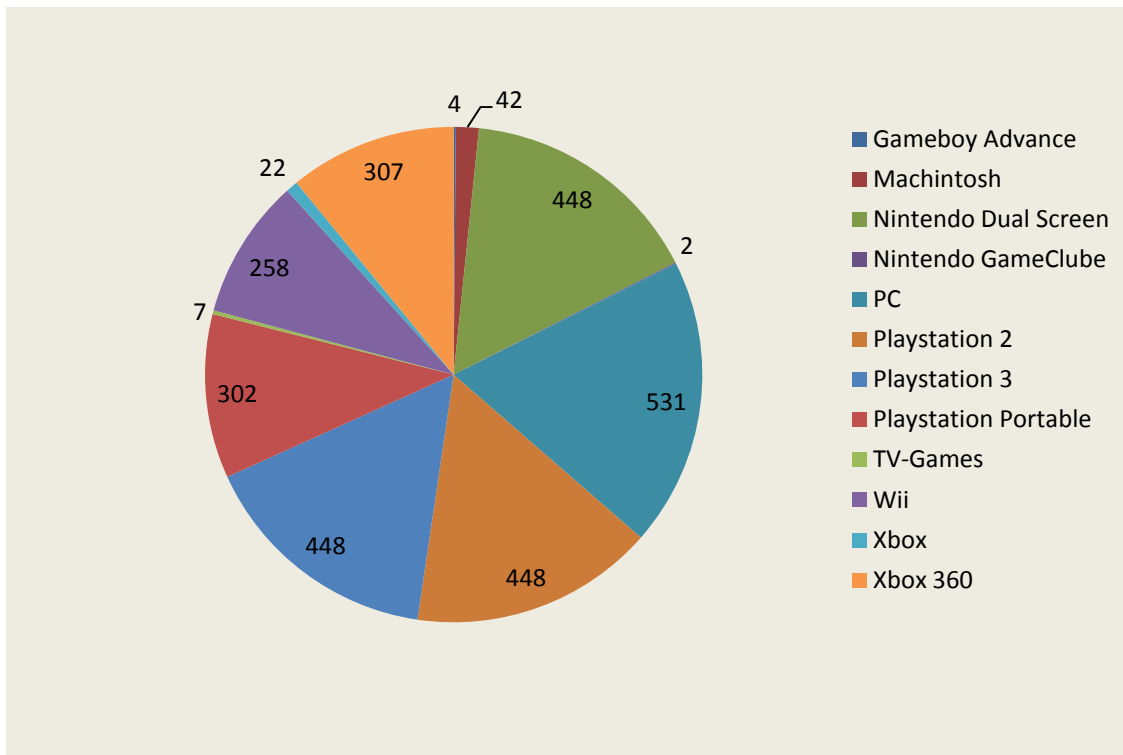
Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Figura 4 - Nº De Títulos Licenciados Por Principais Sistemas Agregados, 2000 a 2008



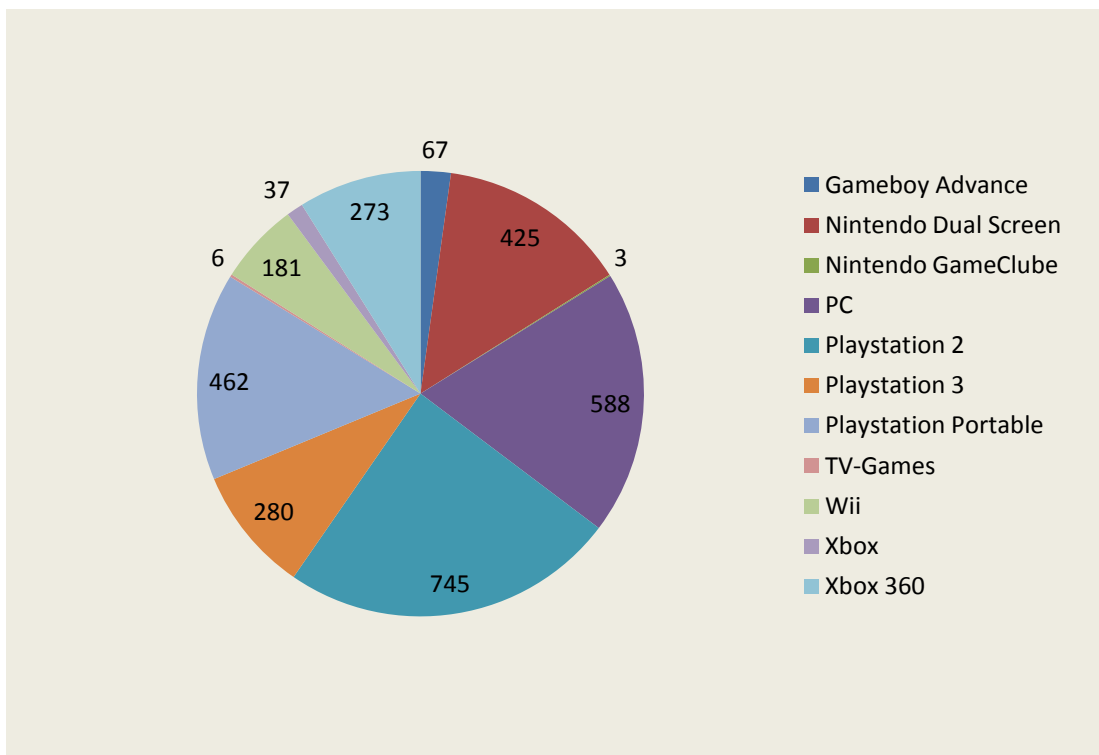
Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Figura 5 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2008



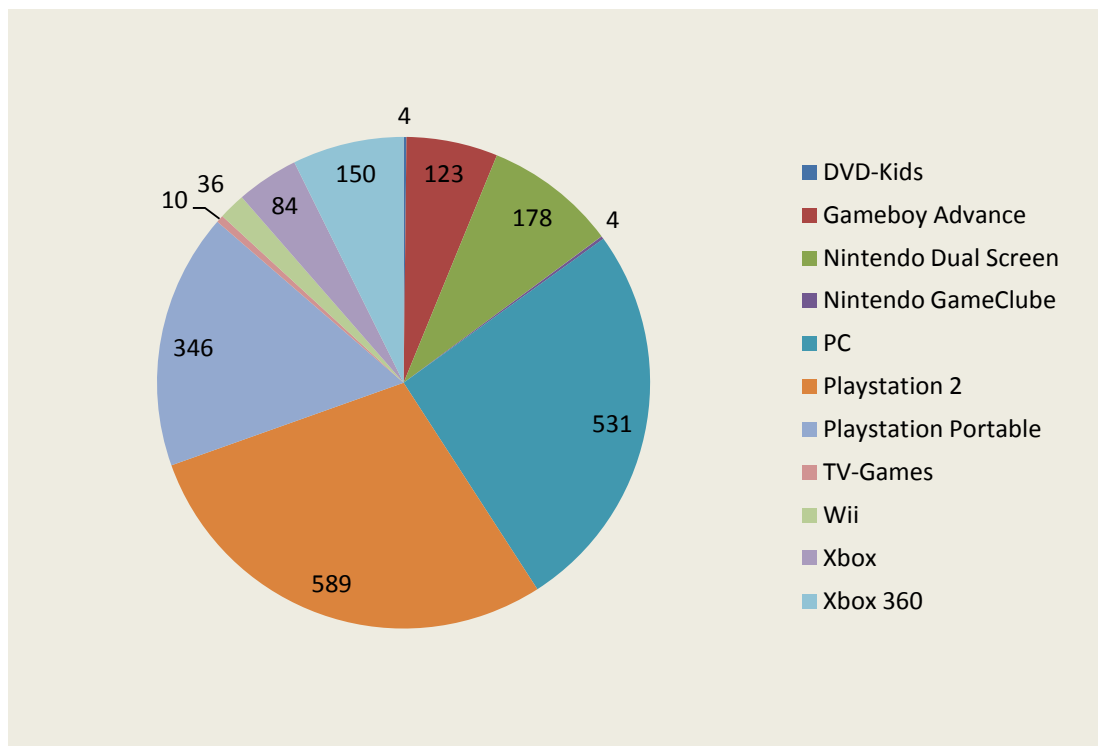
Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Figura 6 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2007



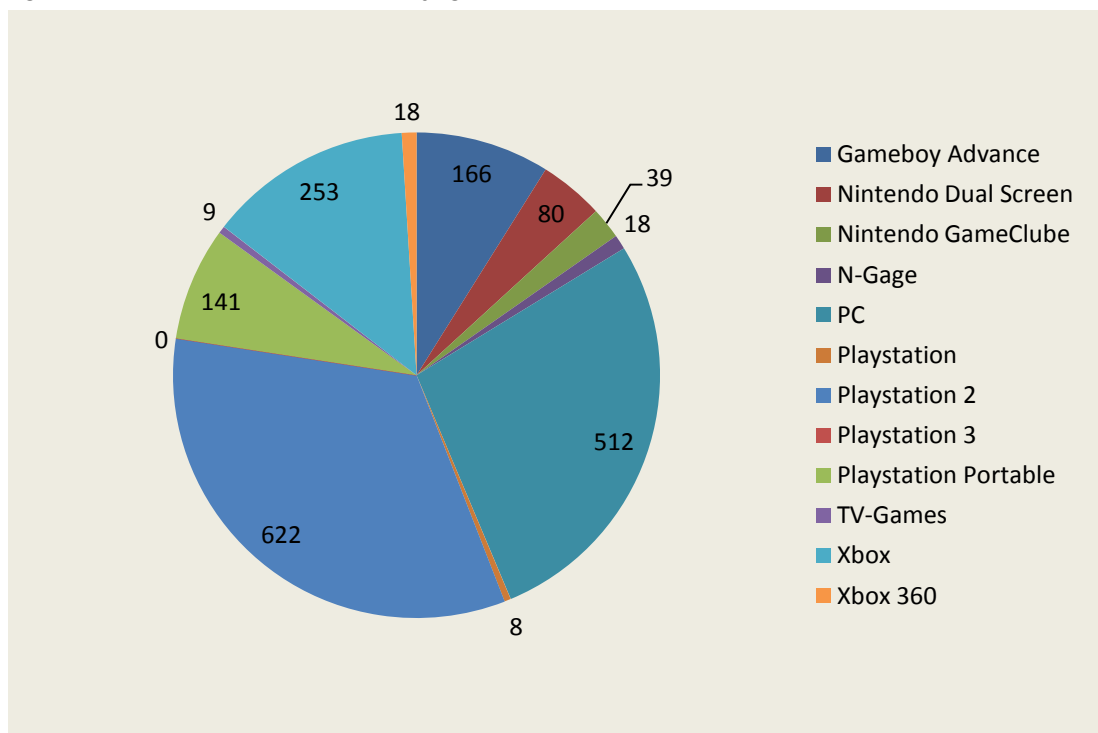
Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Figura 7 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2006



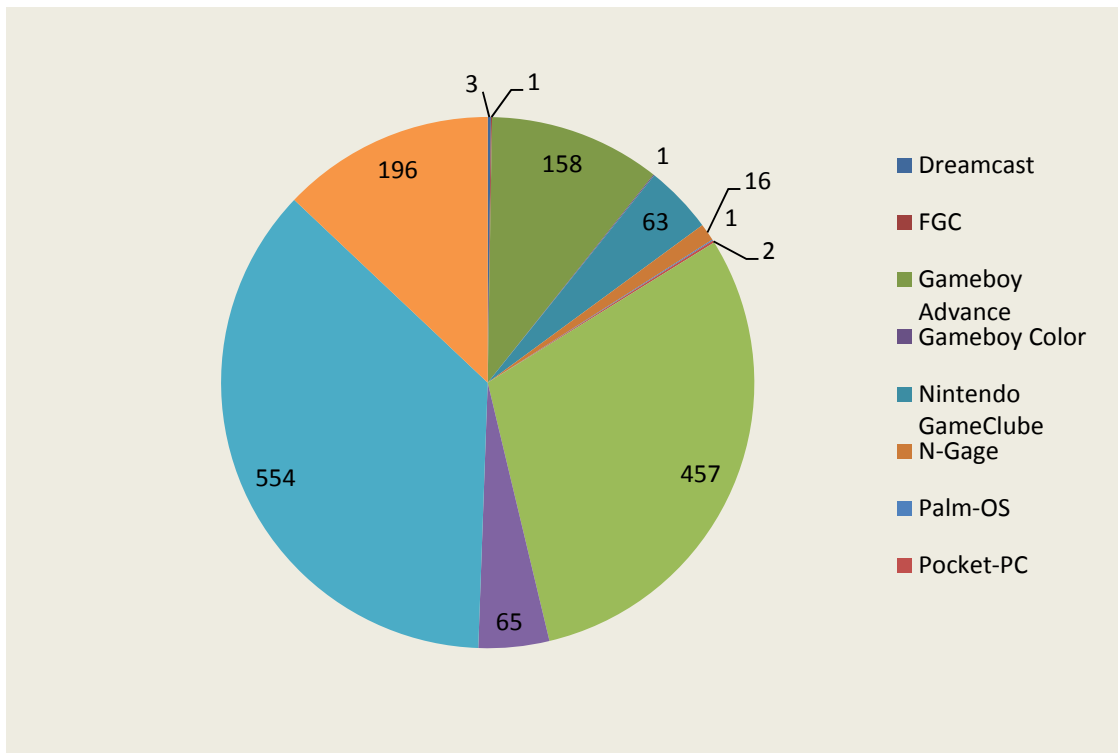
Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Figura 8 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2005



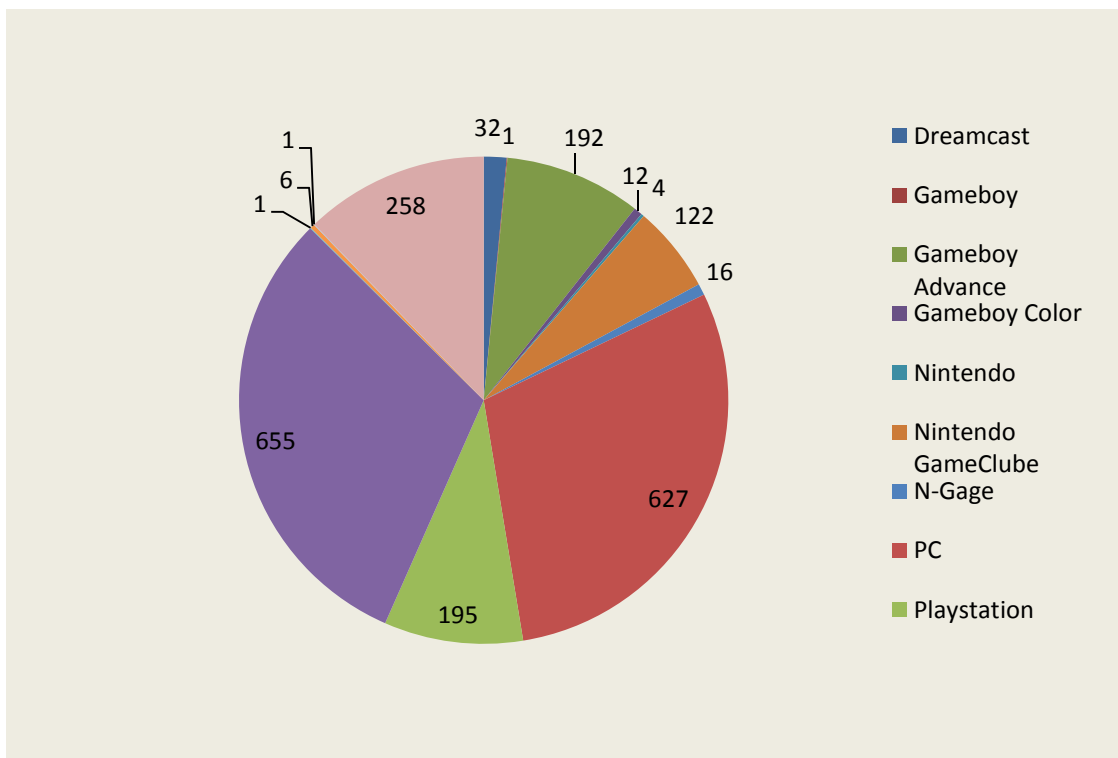
Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Figura 9 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2004



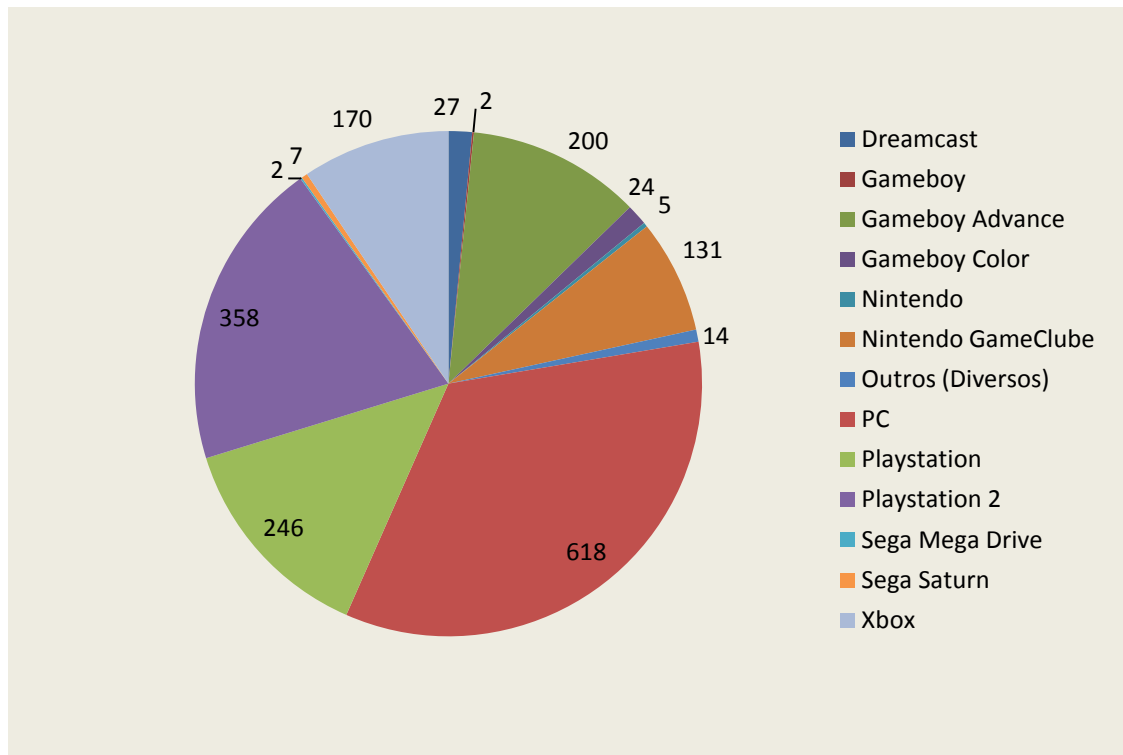
Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Figura 10 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2003



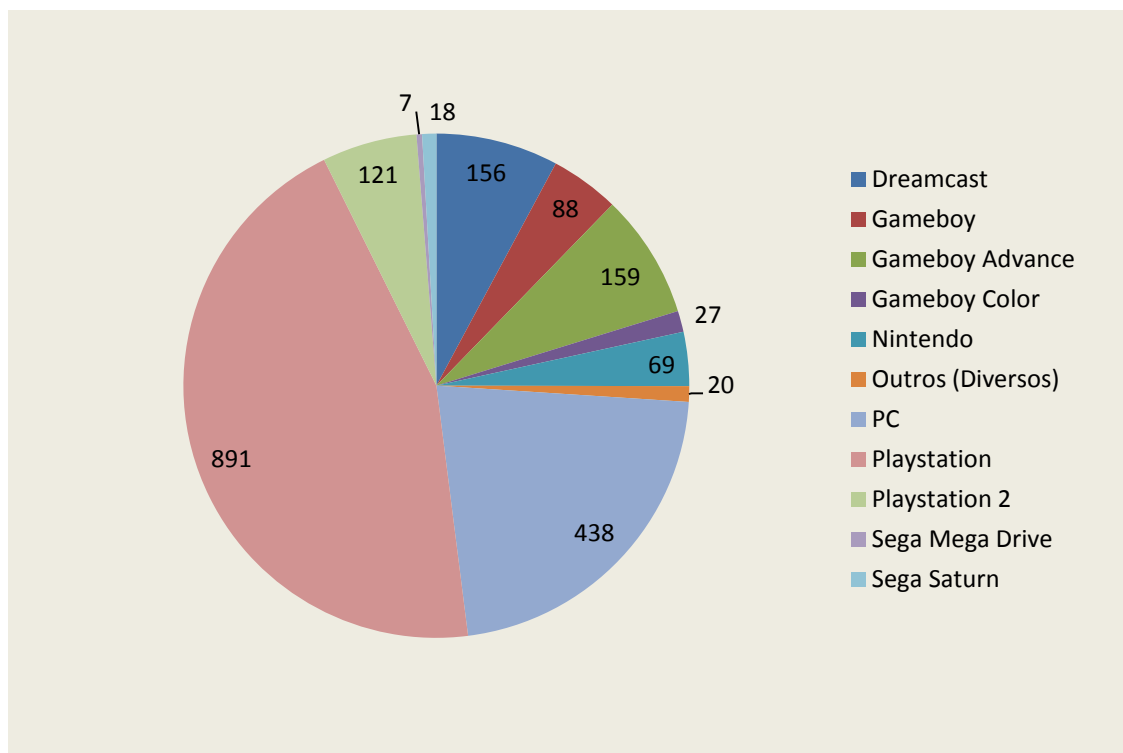
Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Figura 11 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2002



Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Figura 12 - Nº de Títulos de Videojogos Licenciados por Sistema, 2001



Fonte: IGAC. Edição OberCom.

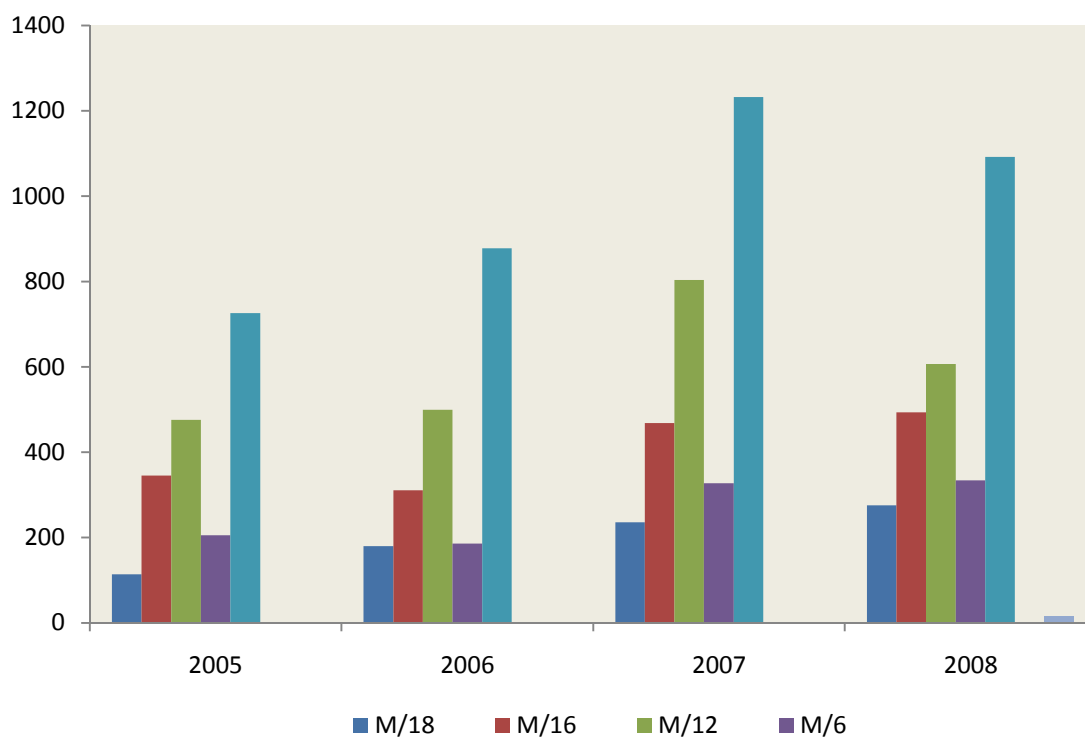


Quadro 2 - Nº de Títulos Licenciados por Classificação, 2005 a 2008

	2005	2006	2007	2008
M/18	114	180	236	276
M/16	345	311	468	494
M/12	476	500	804	607
M/6	205	186	327	334
M/4	726	878	1232	1092
M/6-Q				2
M/4-Q				14
<b>Total</b>	<b>1866</b>	<b>2055</b>	<b>3067</b>	<b>2819</b>

Fonte: IGAC

Figura 13 - Nº de Títulos Licenciados por Classificação, 2005 a 2008



Fonte: IGAC. Edição OberCom.

Quadro 3 - Nº de Títulos Licenciados por Sistema/Classificação, 2005 a 2008

		2005	2006	2007	2008
<b>Gameboy Advance</b>	M/12			8	
	M/6			12	1
	M/4		4	47	3
	<b>Total</b>		<b>4</b>	<b>67</b>	<b>4</b>
<b>N-GAGE</b>	M/16	1			
	M/12	10			
	M/6	1			
	M/4	6			
	<b>Total</b>	<b>18</b>			
<b>Machintosh</b>	M/18				2
	M/16				9
	M/12				23
	M/6				2
	M/4				6
	<b>Total</b>				<b>42</b>
<b>Nintendo Dual Screen</b>	M/18		3	1	
	M/16	2	1	10	10
	M/12	13	23	78	77
	M/6	19	29	76	87
	M/4	46	122	260	274
	<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>178</b>	<b>425</b>	<b>448</b>
<b>Nintendo Game Cube</b>	M/18	3		1	
	M/16	2			
	M/12	10			1
	M/6	9	1		
	M/4	15	3	2	1
	<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
<b>PC</b>	M/18	21	41	43	48
	M/16	108	107	120	107
	M/12	143	162	148	136
	M/6	58	31	58	29
	M/4	182	190	219	195
	M/6-Q				2
	M/4-Q				14
	<b>Total</b>	<b>512</b>	<b>531</b>	<b>588</b>	<b>531</b>
<b>Playstation</b>	<b>M/12</b>	1	*		
	<b>M/4</b>	7	*		
	<b>Total</b>	<b>8</b>	*		
<b>Playstation 2</b>	M/18	52	68	42	27
	M/16	139	96	105	59
	M/12	176	153	226	107
	M/6	53	41	57	59
	M/4	202	231	315	196

	<b>Total</b>	<b>622</b>	<b>589</b>	<b>745</b>	<b>448</b>
<b>Playstation 3</b>	M/18	**	**	48	97
	M/16	**	**	73	123
	M/12	**	**	79	76
	M/6	**	**	10	41
	M/4	**	**	70	111
	<b>Total</b>			<b>280</b>	<b>448</b>
<b>Playstation Portable</b>	M/18	5	25	34	27
	M/16	15	42	63	35
	M/12	34	83	143	88
	M/6	15	48	66	39
	M/4	72	148	156	113
	<b>Total</b>	<b>141</b>	<b>346</b>	<b>462</b>	<b>302</b>
<b>TV-GAMES</b>	M/12		1	2	
	M/6				1
	M/4	9	9	4	6
	<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
<b>Wii</b>	M/18	***	2 ▲	13	7
	M/16		6 ▲	13	33
	M/12		9 ▲	45	46
	M/6		3 ▲	33	46
	M/4		16 ▲	77	126
	<b>Total</b>		<b>36 ▲</b>	<b>181</b>	<b>258</b>
<b>Xbox</b>	M/18	30	15	3	0
	M/16	74	22	16	7
	M/12	78	20	7	8
	M/6	15	7	1	0
	M/4	56	20	10	7
	<b>Total</b>	<b>253</b>	<b>84</b>	<b>37</b>	<b>22</b>
<b>XBox 360</b>	M/18	3	25	52	68
	M/16	4	37	68	111
	M/12	2	41	67	45
	M/6	1	1	14	29
	M/4	8	46	72	54
	<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>150</b>	<b>273</b>	<b>307</b>

Fonte: IGAC.

\* Descontinuada comercialmente, tendo sido ultrapassada pela sua sucessora Playstation 2.

\*\* Ainda não tinha sido lançada no mercado.

▲ Começou a ser comercializada no segundo semestre de 2006.

Quadro 4 - Nº de Títulos Licenciados por País de Origem, 2005 a 2008

	2005	2006	2007	2008
Alemanha	76	71	95	117
Austrália		3		
Áustria	126	56	72	67
Bélgica	4	7	4	7
Canadá		2	5	
China	5	2	1	
Dinamarca	5	3		13
Espanha	94	231	639	301
Estados Unidos	67	40	94	126
Finlândia	4			
França	146	162	209	208
Grã-Bretanha	1258	1342	1701	1816
Grécia		28	97	52
Holanda	2	6	30	6
Hong Kong	6	8	6	7
Hungria	2			
Irão	2	1		
Irlanda	18	13	25	23
Israel		8	10	5
Itália	16	20	5	
Japão	13	4	1	15
Malta		41	62	8
Polónia		3	1	1
Portugal	1		3	2
República Checa		1		4
Rússia		2		
Suécia	2	1	3	41
Suiça	2		4	
Origem Desconhecida	17			
<b>Total</b>	<b>1866</b>	<b>2055</b>	<b>3067</b>	<b>2819</b>

Fonte: IGAC

Quadro 5 - Nº de Títulos Licenciados por Sistema/Origem, 2005 a 2008

		2005	2006	2007	2008
<b>DVD-Kids</b>	França		4		
	<b>Total</b>		<b>4</b>		
<b>Gameboy Advance</b>	Alemanha	7	10		
	Espanha	15	24	26	
	Estados Unidos		1	6	
	França	17	16	16	
	Grã-Bretanha	121	70	16	1
	Grécia		2	3	
	Japão	5			
	Orig. Desc.	1			
<b>Total</b>	<b>166</b>	<b>123</b>	<b>67</b>	<b>1</b>	
<b>N-Gage</b>	Espanha	2			
	Estados Unidos	5			

	Finlândia	4			
	França	1			
	Grã-Bretanha	2			
	Holanda	1			
	Japão	2			
	Orig. Desc.	1			
	<b>Total</b>	<b>18</b>			
<b>Nintendo Dual Screen</b>	Alemanha	15	23	39	9
	Canadá		1		
	Espanha	11	37	107	27
	Estados Unidos			18	16
	França	11	21	43	18
	Grã-Bretanha	42	92	205	107
	Grécia		2	6	3
	Malta			7	
	Itália		2		
	Japão	1			6
	<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>178</b>	<b>425</b>	<b>186</b>
<b>Nintendo GameCube</b>	Alemanha	16		3	
	China	1			
	Espanha	2			2
	Grã-Bretanha	15			
	Japão	5			
	<b>Total</b>	<b>39</b>		<b>3</b>	<b>2</b>
<b>PC</b>	Alemanha	6	8	14	19
	Áustria	4	5	20	9
	Bélgica	4	7	4	2
	Canadá			5	
	China			1	
	Dinamarca	5	3		
	Espanha	21	20	23	6
	Estados Unidos	45	24	12	15
	França	56	48	35	22
	Grã-Bretanha	350	373	410	177
	Grécia		4	18	3
	Holanda	1	6	13	1
	Hong Kong	1			
	Hungria	2			
	Irão	1			
	Irlanda	4	6	8	
	Israel		7	10	2
	Itália		8	1	
	Malta		5	6	1
	Polónia		3	1	1
	Portugal	1		3	1
	República Checa		1		
	Rússia		2		
	Suécia	1	1	3	2
Suíça	1		1		

	Orig. Desc.	9			
	<b>Total</b>	<b>512</b>	<b>531</b>	<b>588</b>	<b>261</b>
<b>Playstation</b>	Estados Unidos	3			
	Grã-Bretanha	5			
	<b>Total</b>	<b>8</b>			
<b>Playstation 2</b>	Alemanha	17	13	8	4
	Austrália		2		
	Áustria	104	28	19	9
	Canadá		1		
	Espanha	25	67	182	10
	Estados Unidos	14	12	39	11
	França	37	39	48	6
	Grã-Bretanha	407	395	398	163
	Grécia		11	25	7
	Holanda			9	
	Itália	15	8	2	
	Japão		3	1	
	Malta		10	13	3
	Suiça			1	
	Orig. Desc.	3			
	<b>Total</b>	<b>622</b>	<b>589</b>	<b>745</b>	<b>213</b>
<b>Playstation 3</b>	Alemanha			1	2
	Áustria			13	7
	Espanha			62	26
	Estados Unidos			2	2
	França			14	6
	Grã-Bretanha			148	121
	Grécia			17	15
	Malta			22	2
	Suiça			1	
		<b>Total</b>			<b>280</b>
<b>Playstation Portable</b>	Alemanha	5	9	13	2
	Austrália		1		
	Áustria	13	23	19	8
	Espanha	2	63	120	38
	Estados Unidos		2	9	6
	França	6	13	20	2
	Grã-Bretanha	113	219	240	98
	Grécia		5	20	6
	Holanda			6	
	Itália	1	2	2	
	Japão		1		
	Malta		8	12	1
	Suiça			1	
	Orig. Desc.	1			
	<b>Total</b>	<b>141</b>	<b>346</b>	<b>462</b>	<b>161</b>
<b>TV-GAMES</b>	China	4	2		

	Hong Kong	4	8	6	5
	Suiça	1			
	<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>5</b>
<b>Wii</b>	Alemanha		3	19	15
	Áustria				1
	Espanha		1	10	8
	Estados Unidos			3	12
	França		8	20	13
	Grã-Bretanha		9	126	63
	Grécia			1	4
	Holanda			2	
	Japão				2
	Malta		15		
	<b>Total</b>		<b>36</b>	<b>179</b>	<b>118</b>
<b>Xbox</b>	Alemanha	10	2	1	
	Áustria	5			
	Espanha	16	14	32	
	Estados Unidos		1		13
	França	17	5		
	Grã-Bretanha	191	61	4	2
	Hong Kong	1			
	Irão	1	1		
	Irlanda	9			
	Suécia	1			
	Orig. Desc.	2			
	<b>Total</b>	<b>253</b>	<b>84</b>	<b>37</b>	<b>15</b>
<b>XBox 360</b>	Alemanha		3	1	1
	Espanha		4	77	22
	Estados Unidos			5	2
	França	1	8	13	11
	Grã-Bretanha	12	120	151	80
	Grécia		4	7	10
	Irlanda	5	7	17	3
	Israel		1		
	Malta		3	2	
	<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>150</b>	<b>273</b>	<b>129</b>

Fonte: IGAC

Quadro 6 - Distribuição dos Títulos Registrados para Packs, 2007

	Tipos de Packs	Nº de títulos registrados	Nº de Obras Constituintes de Packs
Videojogos	PC-CDR	15	
	PC-DVD	11	
	Gameboy Advance	4	111
	Playstation 2	14	
	Xbox	0	
<b>Total</b>		<b>44</b>	<b>111</b>

Fonte: IGAC, Relatório Anual de Actividades 2007

Quadro 7 - Registo e Emissão de Selos de Autenticação de Videogramas nas Modalidades de Videojogos, 2007

Tipos	Nº Títulos	Selos de 1ª emissão		Selos Reforços		Totais
	Registados	Aluguer	V. Directa	Aluguer	V. Directa	Selos
Videojogos	3.067	400	4.097.120	300	2.667.823	6.765.643

Fonte: IGAC, Relatório Anual de Actividades 2007

Quadro 8 - Videogramas na Modalidade de Videojogos Registrados por País de Origem, 2007

País	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre	Totais
Alemanha	22	23	17	33	95
Áustria	15	21	20	16	72
Bélgica	0	1	3	0	4
Canadá	0	0	0	5	5
China	1	0	0	0	1
Espanha	31	32	192	384	639
Estados Unidos	4	4	21	65	94
França	45	25	42	97	209
Grã-Bretanha	357	463	371	510	1701
Grécia	24	42	22	9	97
Holanda	4	1	23	2	30
Hong Kong	1	3	2	0	6
Irlanda	1	9	13	2	25
Israel	3	0	0	7	10
Itália	0	3	2	0	5
Japão	0	1	0	0	1
Malta	20	15	10	17	62
Polónia	1	0	0	0	1
Portugal	2	0	0	1	3
Suécia	2	0	0	1	3
Suiça	0	3	0	1	4
<b>Total</b>	<b>533</b>	<b>646</b>	<b>738</b>	<b>1150</b>	<b>3067</b>

Fonte: IGAC, Relatório Anual de Actividades 2007.



Quadro 9 - Residentes Em Lares Onde Existe Consola De Jogos Por Variáveis Sócio-demográficas, 2000 a 2006

<b>Variáveis Sócio-demográficas</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
<b>% do universo</b>	<b>26,6</b>	<b>24,3</b>	<b>20,1</b>	<b>22</b>	<b>20,5</b>	<b>26,2</b>	<b>26,9</b>
<b>Regiões Markttest</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Grande Lisboa	23,1	24,3	25,7	23,7	26	22,3	23,6
Grande Porto	12	13,1	11	11,3	12,2	13,4	13,8
Litoral Norte	17,3	17,9	17,8	17,9	15,9	18,4	16,5
Litoral Centro	16,5	13	15,3	18,2	17,7	16,4	17,8
Interior Norte	18,7	20,9	16,9	16,2	13,9	17,1	17,4
Sul	12,5	10,9	13,2	12,7	14,3	12,4	11
<b>Sexo</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Masculino	52,8	53,9	52,5	60	53	53,8	58,6
Feminino	47,2	46,1	47,5	40	47	46,2	41,4
<b>Idade</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
15/17 anos	14,3	14,4	13,3	8,5	11	9	9,5
18/24 anos	17,6	20,1	21,4	20,3	20,2	19,6	17,9
25/34 anos	22,9	22,9	22,2	24,1	20,2	21,7	21,2
35/44 anos	23,5	22,6	22,7	24,2	25,9	26,5	26,1
45/54 anos	14,1	11,5	13,8	14,6	15,7	13,9	15,7
55/64 anos	4,9	5,7	4,6	6,1	4,5	6,6	6,2
+ 64 anos	2,7	2,8	2	2,2	2,4	2,8	3,4
<b>Classe Social</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Alta/Média Alta	19,6	22,2	21,4	27,4	25,8	22,8	23,6
Média	35,9	34,1	34,6	31,9	31	34,4	32,5
Média Baixa	32,1	29,9	32,9	30,6	33,2	32,7	32,5
Baixa	12,4	13,9	11,1	10	10	10,1	11,4
<b>Ocupação</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Quadros Méd.Superiores	7,7	9,3	10,4	15,8	14,6	11,8	10,9
Téc.Especializ./Peq.Propr.	10,5	9,9	9,6	10	8	8,8	11,2
Emp.Serv./Com./Administr.	15,1	14,3	15,8	16,3	15,2	15,1	14,2
Trab.Qualif./Especializados	19,4	20,1	18,4	17,6	18	20,5	19,3
Trabalh.N.Qualif./N.Espec.	11,8	9,2	7,4	7,3	9,1	10	9,7
Reformados/Pens./Desemp.	8,3	8,1	6,9	10	7,8	9,1	9,9
Estudantes	21,6	23,7	24,7	18,9	22,6	19,3	19,4
Domésticas	5,8	5,3	6,8	4,1	4,7	5,4	5,4
.	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Activos	64,4	62,8	61,6	67,1	64,9	66,2	65,3
Não Activos	35,6	37,2	38,4	32,9	35,1	33,8	34,7
<b>Crianças No Lar</b>							
0/2 anos	7,9	6,7	7,8	7,4	7,2	6,8	6,1
3/6 anos	13,6	13,2	13	14,1	13,7	13,5	13,9
7/13 anos	26,8	24	25,3	25,2	26,2	27,6	24,7
<b>Base (000)</b>	<b>2003</b>	<b>1829</b>	<b>1517</b>	<b>1833</b>	<b>1703</b>	<b>2181</b>	<b>2240</b>

Universo: indivíduos com 15 e mais anos residentes em Portugal Continental

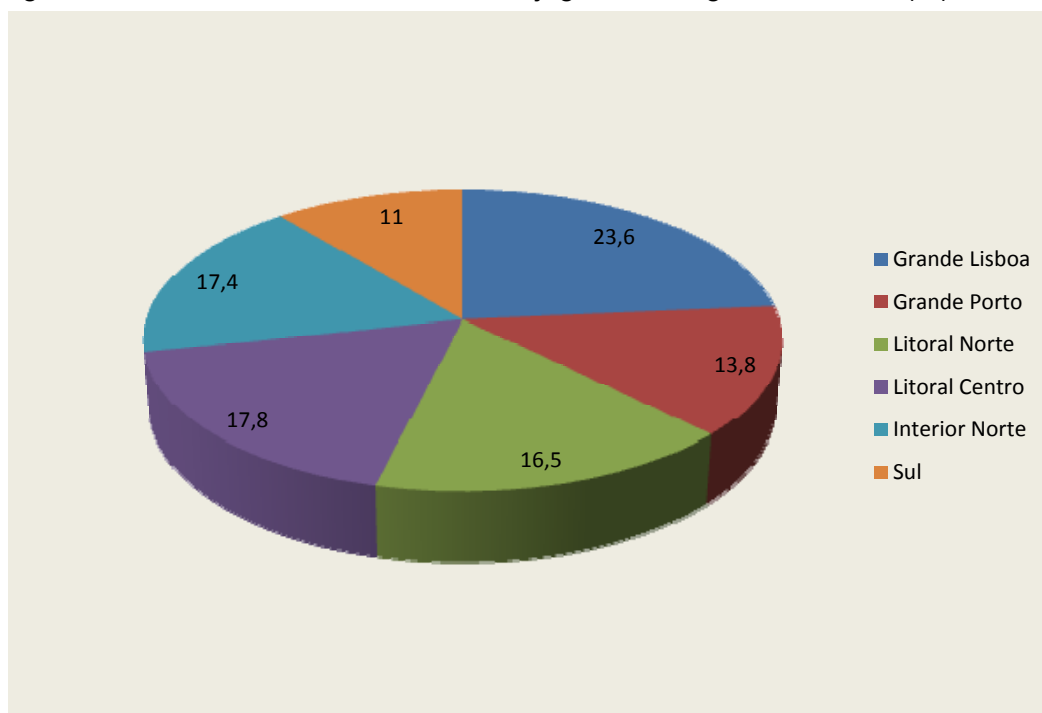
(\*) Nota: Para a quantificação do universo de indivíduos, até 2002 foram usados os Censos de 1991 do INE, que quantificam este universo em 7 528 000

indivíduos. A partir de 2003, e de acordo com os resultados definitivos dos Censos de 2001 do INE, a quantificação do universo de indivíduos fixou-se em

8 311 000 indivíduos.

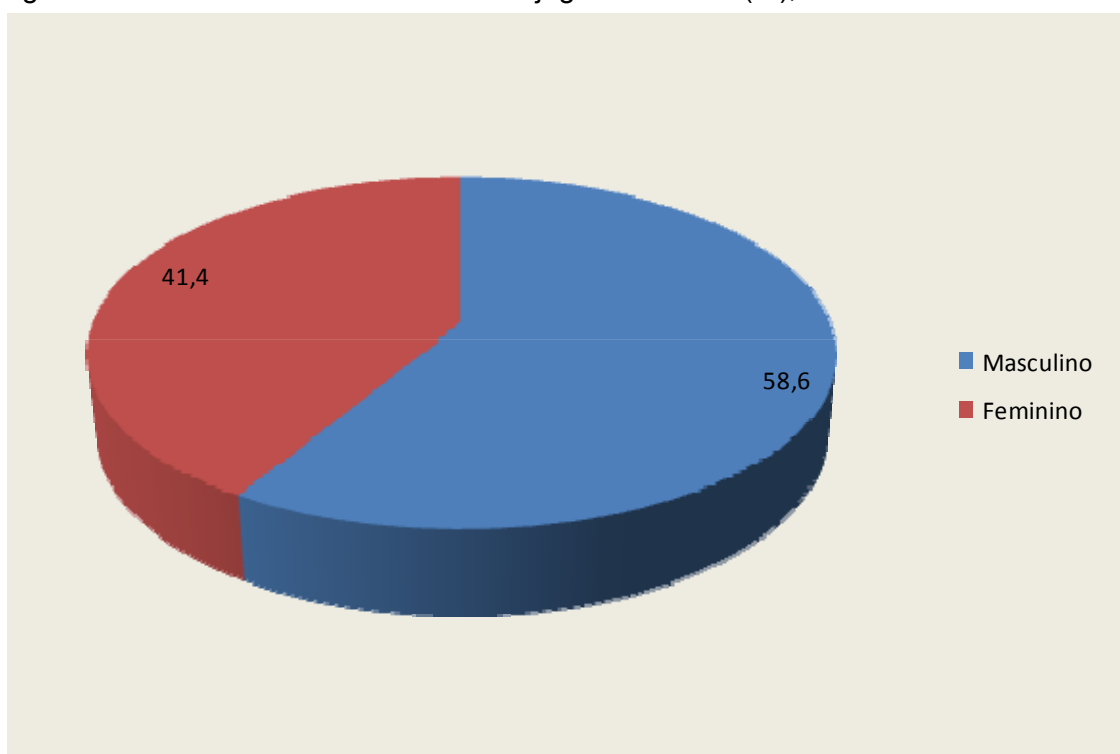
Fonte: Markttest.

Figura 14 - Lares Com Consola De Videojogos Por Regiões Marktest (%), 2006



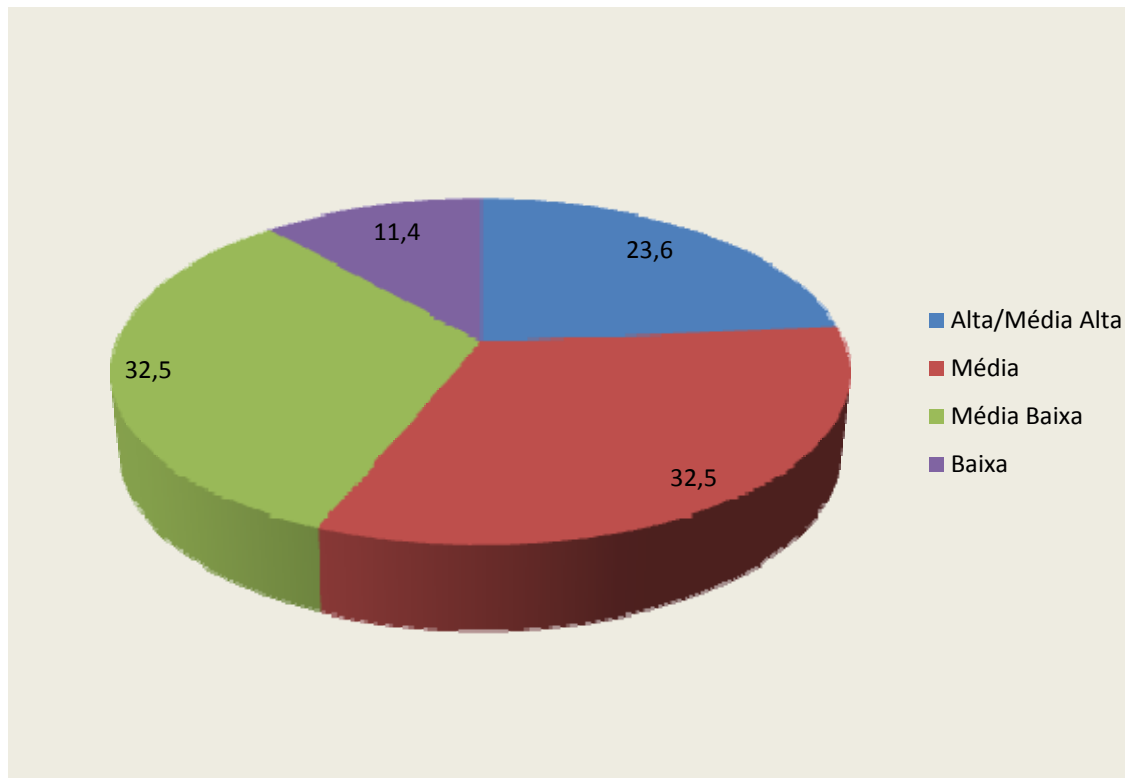
Fonte: Marktest. Edição OberCom.

Figura 15 - Lares Com Consola De Videojogos Por Sexo (%), 2006



Fonte: Marktest. Edição OberCom.

Figura 16 - Lares Com Consola De Videojogos Por Classe Markttest (%), 2006



Fonte: Markttest. Edição OberCom.



## 7. Imprensa

Imprensa. Colectânea Estatística .....	118
A Evolução da Imprensa de 2004 a 2008 .....	118
Quadro 1 - Evolução Anual da Audiência Média dos Jornais Diários de Informação Geral (%), 2005 a 2008 .....	119
Caracterização do sector das publicações periódicas – 1979 a 2007 .....	119
Quadro 2 - Jornais e revistas por escalão de circulação média (%), 1996 a 2007 .....	122
Perfis das Audiências Médias das Publicações Periódicas.....	123
Quadro 3 - Audiência Média de Publicações por Géneros, Sexo e Idade (Top 5), 2006 .....	123
Quadro 4 - Audiência Média de Publicações por Géneros e Região (Top 5), 2006 .....	124
Quadro 5 - Audiência Média de Publicações por Géneros e Classe Social (Top 5), 2006 .....	125
Quadro 6 - Audiência Média de Publicações por Géneros e Ocupação/Profissão (Top 5), 2006 .....	126
Quadro 7 - Audiência Média de Publicações por Géneros, Sexo e Idade (Top 5), 2007 .....	126
Quadro 8 - Audiência Média de Publicações por Região (Top 5), 2007.....	128
Quadro 9 - Audiência Média de Publicações por Classe Social (Top 5), 2007 ...	129
Quadro 10 - Audiência Média de Publicações por Ocupação/Profissão (Top 5), 2007 .....	130
Quadro 11 - Audiência Média de Publicações por Géneros, Sexo e Idade (Top 5), 2008 .....	131
Quadro 12 - Audiência Média de Publicações por Região (Top 5), 2008.....	132
Quadro 13 - Audiência Média de Publicações por Classe Social (Top 5), 2008 .	133
Quadro 14 - Audiência Média de Publicações por Ocupação/Profissão (Top 5), 2008 .....	134
Dinâmicas de crescimento do mercado .....	135
Quadro 15 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição no segmento dos diários de informação geral (%), 1994 a 2008 .....	135
Quadro 16 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição no segmento dos diários desportivos (%), 1996 a 2008 .....	136
Quadro 17 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição dos diários de Economia e Finanças (%), 1993 a 2008 .....	136
Quadro 18 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição dos diários de Economia e Finanças (%), 1993 a 2008 - continuação.....	136
Quadro 19 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição dos semanários de Economia e Finanças (%), 1995 a 2008 .....	137
Quadro 20 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição dos semanários e "newsmagazines" de Informação Geral (%), 1995 a 2008 .....	138
Quadro 21 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição dos semanários e "newsmagazines" de Informação Geral (%), 1995 a 2008 - Continuação.....	139
Quadro 22 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição (%), 2001 a 2008 .....	140
Quadro 23 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Global Notícias (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008 .....	142
Quadro 24 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Presselivre (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008.....	144

Quadro 25 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Edisport (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008.....	144
Quadro 26 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Transjornal (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008.....	144
Quadro 27 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Mediafin (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008.....	145
Quadro 28 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Sojornal (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008.....	145
Quadro 29 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Edimpresa (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008.....	145
Quadro 30 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Metro News Publicação (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008.....	146
Quadro 31 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Público - Comunicação Social (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008.....	146
Quadro 32 - Quadro 29 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais - Impala (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008.....	146
Grupos Editores de Revistas.....	147
Quadro 33 - Títulos de revistas por principais grupos editores (exclui informação geral), 2008.....	147
Quotas de mercado: evolução da repartição do poder de mercado .....	148
Quadro 34 - Repartição das quotas de mercado no segmento dos diários de informação geral (%), 1993 a 2008 .....	148
Quadro 35 - Repartição das quotas de mercado no segmento dos diários desportivos (%), 1996 a 2008 .....	149
Quadro 36 - Repartição das quotas de mercado no segmento dos diários de Economia e Finanças (%), 1993 a 2008 .....	149
Quadro 37 - Repartição das quotas de mercado no segmento dos semanários de Economia e Finanças (%), 1995 a 2008 .....	150
Quadro 38 - Repartição das quotas de mercado no segmento dos semanários e "newsmagazines" de Informação Geral (%), 1985 a 2008.....	151
Quadro 39 - Repartição das quotas de mercado no segmento dos semanários e "newsmagazines" de Informação Geral (%), 1985 a 2008 - Continuação .....	152
Quadro 40 - Repartição das quotas de mercado no segmento dos jornais gratuitos (%), 2001 a 2008 .....	153
Distribuição dos jornais por principais distritos.....	154
Diários nacionais de informação geral .....	154
Quadro 41 - Distribuição geográfica dos diários nacionais de informação geral (%), 2005 .....	154
Quadro 42 - Distribuição geográfica dos diários nacionais de informação geral (%), 2006 .....	154
Quadro 43 - Distribuição geográfica dos diários nacionais de informação geral (%), 2007 .....	155
Quadro 44 - Distribuição geográfica dos diários nacionais de informação geral (%), 2008 .....	155
Jornais Desportivos .....	166
Quadro 45 - Distribuição geográfica dos diários desportivos (%), 2005 .....	166
Quadro 46 - Distribuição geográfica dos diários desportivos (%), 2006 .....	166
Quadro 47 - Distribuição geográfica dos diários desportivos (%), 2007 .....	166
Quadro 48 - Distribuição geográfica dos diários desportivos (%), 2008 .....	167
Jornais Económicos .....	171

Quadro 49 - Distribuição geográfica Jornais Económicos Diários e Não-Diários (%) , 2005 .....	171
Quadro 50 - Distribuição geográfica Jornais Económicos Diários e Não-Diários (%) , 2006 .....	172
Quadro 51 - Distribuição geográfica Jornais Económicos Diários e Não-Diários (%) , 2007 .....	172
Quadro 52 - Distribuição geográfica Jornais Económicos Diários e Não-Diários (%) , 2008 .....	172
Semanários e “newsmagazines” .....	179
Quadro 53 - Distribuição geográfica dos semanários nacionais de informação geral (inclui <i>newsmagazines</i> ) (%) , 2005 .....	179
Quadro 54 - Distribuição geográfica dos semanários nacionais de informação geral (inclui <i>newsmagazines</i> ) (%) , 2006 .....	179
Quadro 55 - Distribuição geográfica dos semanários nacionais de informação geral (inclui <i>newsmagazines</i> ) (%) , 2007 .....	179
Quadro 56 - Distribuição geográfica dos semanários nacionais de informação geral (inclui <i>newsmagazines</i> ) (%) , 2008 .....	180
Jornais Gratuitos .....	190
Quadro 57 - Distribuição geográfica diários gratuitos (%) , 2005 .....	190
Quadro 58 - Distribuição geográfica diários gratuitos (%) , 2006 .....	190
Quadro 59 - Distribuição geográfica diários gratuitos (%) , 2007 .....	190
Quadro 60 - Distribuição geográfica diários gratuitos (%) , 2008 .....	191
Circulação das Revistas Femininas, de Sociedade e de Televisão .....	196
Quadro 61 - Circulação das revistas femininas, semanais e mensais (%) , 2000 a 2008 .....	196
Quadro 62 - Circulação de Revistas de Sociedade, 2000 a 2008 .....	196
Quadro 63 - Circulação das revistas de televisão (%) , 2000 a 2008 .....	196
Figura 1 - Evolução Anual da Audiência Média de Publicações (%) , 2004 a 2008 ....	118
Figura 2 - Evolução Anual da Audiência Média dos Jornais Diários de Informação Geral (%) , 2004 a 2008 .....	118
Figura 3 - Evolução do número de publicações periódicas, 1979 a 2007 .....	119
Figura 4 - Evolução do suporte de publicação, 2003 a 2007 .....	120
Figura 5 - Tiragens, vendas e circulação gratuita do total das publicações (milhões), 1979 a 2007 .....	120
Figura 6 - Evolução das tiragens, vendas e circulação gratuita dos jornais (milhões), 1994 a 2007 .....	121
Figura 7 - Evolução das tiragens, vendas e circulação gratuita das revistas (milhões), 1994 a 2007 .....	121
Figura 8 - Evolução dos jornais e das revistas, 1996 a 2007 .....	122
Figura 9 - Evolução da circulação paga por edição no segmento dos diários de informação geral (1993 a 2008) .....	135
Figura 10 - Evolução da circulação paga por edição no segmento dos diários desportivos (1996 a 2008) .....	136
Figura 11 - Evolução da circulação paga por edição no segmento dos diários de Economia e Finanças (1993 a 2008) .....	137

Figura 12 - Evolução da circulação paga por edição no segmento dos semanários de Economia e Finanças (1993 a 2008) .....	138
Figura 13 - Evolução da circulação paga por edição no segmento dos semanários e “newsmagazines” de informação geral (1985 a 2008) .....	139
Figura 14 - Evolução da circulação paga por edição dos jornais gratuitos (2001 a 2008) .....	140
Figura 15 - Evolução da circulação média* por publicação nos diferentes segmentos (1985 a 2008).....	141
Figura 16 - Circulação paga agregada (por edição) do “mercado relevante” (1996 a 2008).....	141
Figura 17 - Evolução das quotas de mercado no segmento dos jornais gratuitos (2001 a 2008).....	148
Figura 18 - Evolução das quotas de mercado no segmento dos diários desportivos (1996 a 2008).....	149
Figura 19 - Evolução da circulação paga por edição no segmento dos diários de Economia e Finanças (1993 a 2008) .....	150
Figura 20 - Evolução da circulação paga por edição no segmento dos semanários de Economia e Finanças (1995 a 2008) .....	151
Figura 21 - Evolução das quotas de mercado no segmento dos semanários e “newsmagazines” de informação geral (1985 a 2008) .....	152
Figura 22 - Evolução das quotas de mercado no segmento dos jornais gratuitos (2001 a 2008).....	153
Figura 23 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – 24 Horas (%), 2005 .....	156
Figura 24 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – 24 Horas (%), 2006.....	156
Figura 25 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – 24 Horas (%), 2007 .....	157
Figura 26 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – 24 Horas (%), 2008.....	157
Figura 27 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Correio da Manhã (%), 2005 .....	158
Figura 28 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Correio da Manhã (%), 2006 .....	158
Figura 29 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Correio da Manhã (%), 2007 .....	159
Figura 30 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Correio da Manhã (%), 2008 .....	159
Figura 31 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Diário de Notícias (%), 2005 .....	160
Figura 32 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Diário de Notícias (%), 2006.....	160
Figura 33 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Diário de Notícias (%), 2007 .....	161
Figura 34 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Diário de Notícias (%), 2008.....	161
Figura 35 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Jornal de Notícias (%), 2005 .....	162
Figura 36 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Jornal de Notícias (%), 2006 .....	162



Figura 37 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Jornal de Notícias (%), 2007 .....	163
Figura 38 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Jornal de Notícias (%), 2008 .....	163
Figura 39 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Público (%), 2005 .....	164
Figura 40 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Público (%), 2006 .....	164
Figura 41 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Público (%), 2007 .....	165
Figura 42 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Público (%), 2008 .....	165
Figura 43 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – Record (%), 2005 .....	167
Figura 44 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – Record (%), 2006 .....	168
Figura 45 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – Record (%), 2007 .....	168
Figura 46 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – Record (%), 2008 .....	169
Figura 47 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – O Jogo (%), 2005 .....	169
Figura 48 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – O Jogo (%), 2006 .....	170
Figura 49 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – O Jogo (%), 2007 .....	170
Figura 50 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – O Jogo (%), 2008 .....	171
Figura 51 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Diário Económico (%), 2005 .....	173
Figura 52 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Diário Económico (%), 2006 .....	173
Figura 53 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Diário Económico (%), 2007 .....	174
Figura 54 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Diário Económico (%), 2008 .....	174
Figura 55 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Jornal de Negócios (%), 2005 .....	175
Figura 56 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Jornal de Negócios (%), 2006 .....	175
Figura 57 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Jornal de Negócios (%), 2007 .....	176
Figura 58 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Jornal de Negócios (%), 2008 .....	176
Figura 59 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Semanário Económico (%), 2005 .....	177
Figura 60 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Semanário Económico (%), 2006 .....	177
Figura 61 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Semanário Económico (%), 2007 .....	178

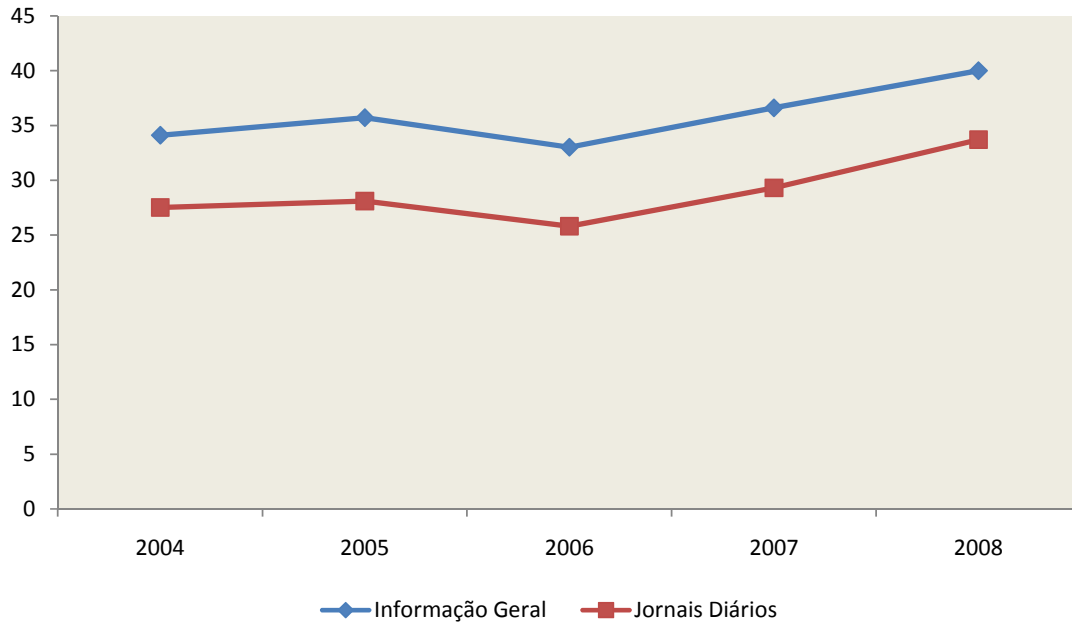
Figura 62 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Semanário Económico (%), 2008 .....	178
Figura 63 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Expresso (%), 2005 .....	180
Figura 64 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Expresso (%), 2006 .....	181
Figura 65 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Expresso (%), 2007 .....	181
Figura 66 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Expresso (%), 2008 .....	182
Figura 67 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Tal&Qual (%), 2005 .....	182
Figura 68 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Tal&Qual (%), 2006 .....	183
Figura 69 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Tal&Qual (%), 2007 .....	183
Figura 70 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Focus (%), 2005 .....	184
Figura 71 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Focus (%), 2006 .....	184
Figura 72 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Focus (%), 2007 .....	185
Figura 73 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Focus (%), 2008 .....	185
Figura 74 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Sábado (%), 2005 .....	186
Figura 75 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Sábado (%), 2006 .....	186
Figura 76 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Sábado (%), 2007 .....	187
Figura 77 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Sábado (%), 2008 .....	187
Figura 78 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Visão (%), 2005 .....	188
Figura 79 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Visão (%), 2006 .....	188
Figura 80 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Visão (%), 2007 .....	189
Figura 81 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Visão (%), 2008 .....	189
Figura 82 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal Destak (%), 2005 .....	191
Figura 83 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal Destak (%), 2006 .....	192
Figura 84 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal Destak (%), 2007 .....	192
Figura 85 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal Destak (%), 2008 .....	193
Figura 86 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal O Metro (%), 2005 .....	193

Figura 87 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal O Metro (%) , 2006 .....	194
Figura 88 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal O Metro (%) , 2007 .....	194
Figura 89 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal O Metro (%) , 2008 .....	195

# Imprensa. Colectânea Estatística.

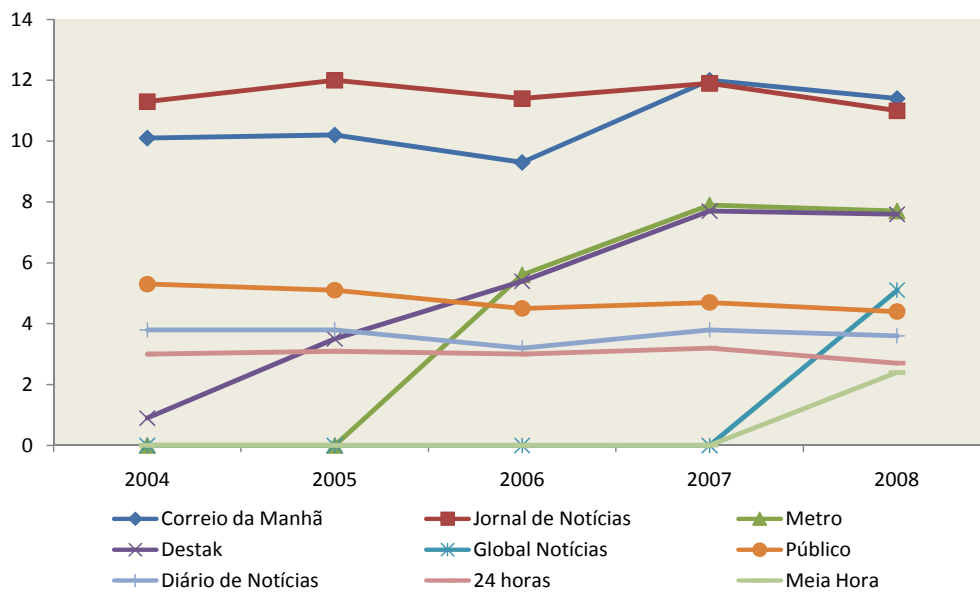
## A Evolução da Imprensa de 2004 a 2008

Figura 1 - Evolução Anual da Audiência Média de Publicações (%), 2004 a 2008



Fonte: Marktest - Bareme Imprensa. Edição Obercom.

Figura 2 - Evolução Anual da Audiência Média dos Jornais Diários de Informação Geral (%), 2004 a 2008



Fonte: Marktest – Bareme Imprensa. Edição Obercom.

Quadro 1 - Evolução Anual da Audiência Média dos Jornais Diários de Informação Geral (%), 2005 a 2008

	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Informação Geral</b>	<b>34,1</b>	<b>35,7</b>	<b>33,0</b>	<b>36,6</b>	<b>40,0</b>
<b>Jornais Diários</b>	<b>27,5</b>	<b>28,1</b>	<b>25,8</b>	<b>29,3</b>	<b>33,7</b>
Correio da Manhã	10,1	10,2	9,3	12,0	11,4
Jornal de Notícias	11,3	12,0	11,4	11,9	11,0
Metro			5,6	7,9	7,7
Destak	0,9	3,5	5,4	7,7	7,6
Global Notícias					5,1
Público	5,3	5,1	4,5	4,7	4,4
Diário de Notícias	3,8	3,8	3,2	3,8	3,6
24 horas	3,0	3,1	3,0	3,2	2,7
Meia Hora					2,4
<b>Base (000)</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>	<b>8311</b>

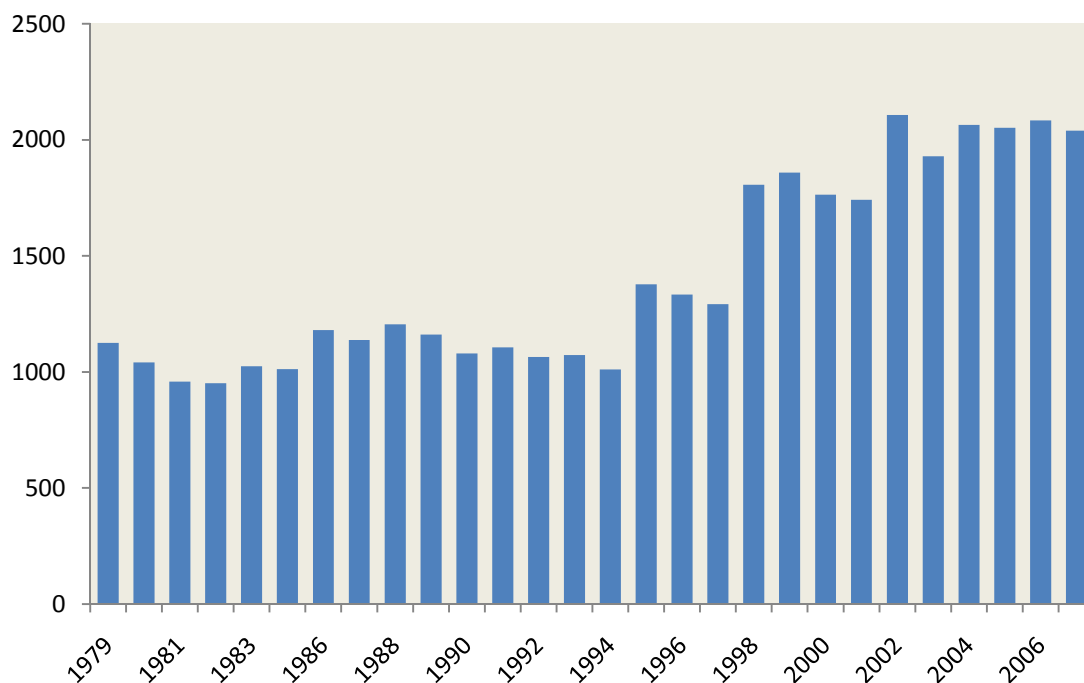
Fonte: Marktest – Bareme Imprensa

Base: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental - 8.311.409.

Nota: Neste quadro, apenas são apresentados resultados das publicações referenciadas por um mínimo de 30 entrevistados, realizadas no total das entrevistas realizadas em cada ano.

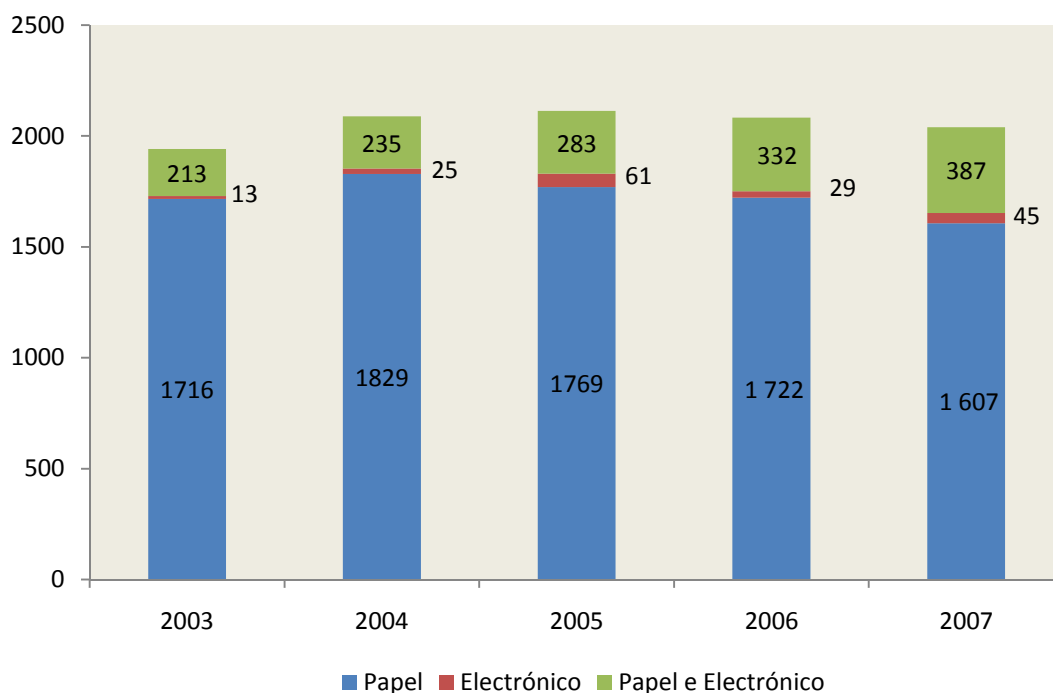
## Caracterização do sector das publicações periódicas – 1979 a 2007

Figura 3 - Evolução do número de publicações periódicas, 1979 a 2007



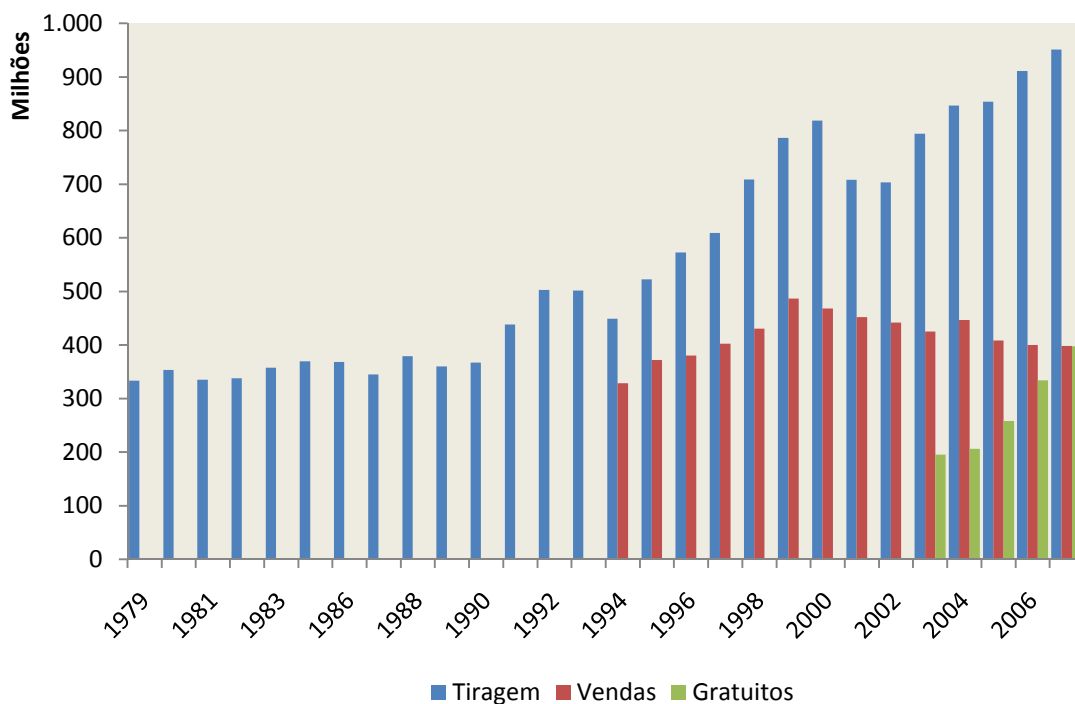
Fonte: INE, Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio

Figura 4 - Evolução do suporte de publicação, 2003 a 2007



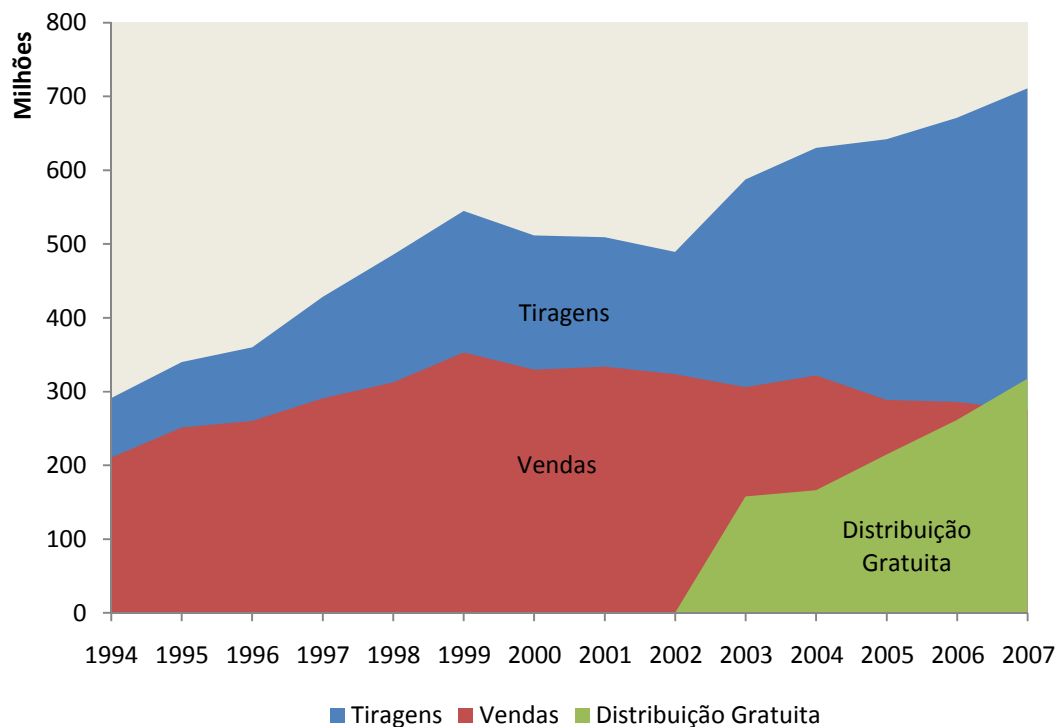
Fonte: INE, Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio

Figura 5 - Tiragens, vendas e circulação gratuita do total das publicações (milhões), 1979 a 2007



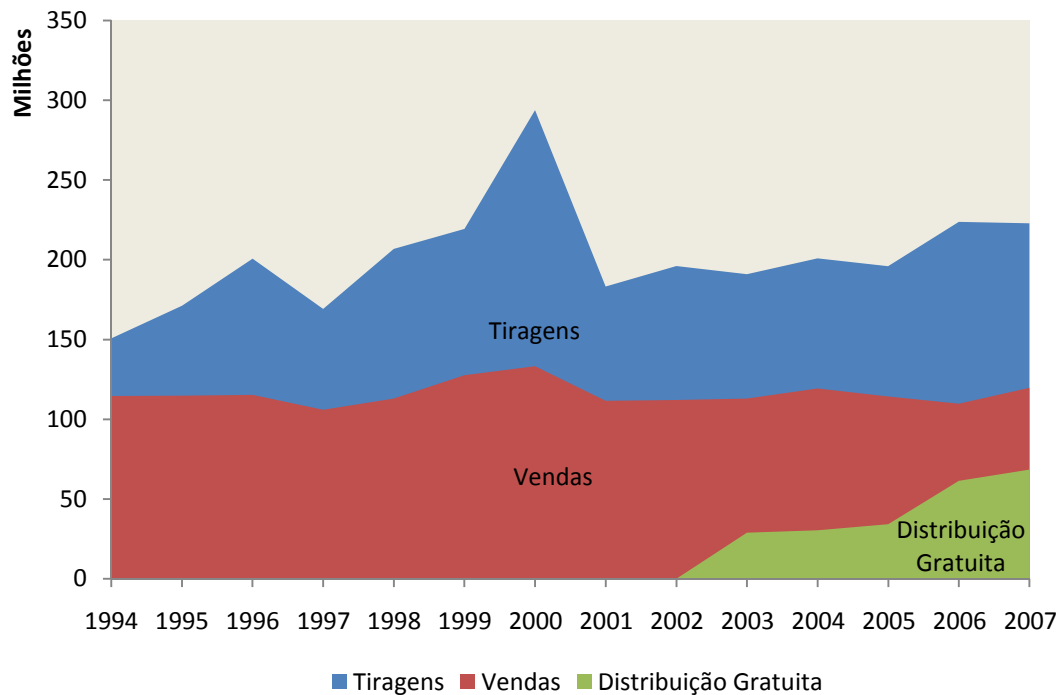
Fonte: INE, Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio

Figura 6 - Evolução das tiragens, vendas e circulação gratuita dos jornais (milhões), 1994 a 2007



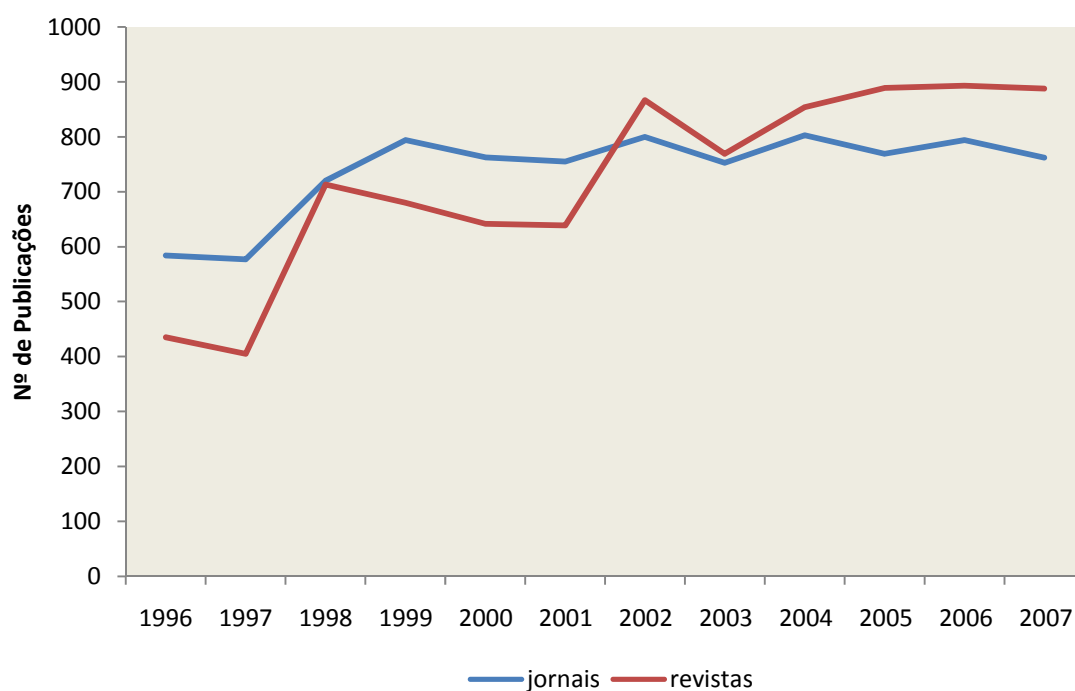
Fonte: INE, Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio

Figura 7 - Evolução das tiragens, vendas e circulação gratuita das revistas (milhões), 1994 a 2007



Fonte: INE, Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio

Figura 8 - Evolução dos jornais e das revistas, 1996 a 2007



Fonte: INE, Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio

Quadro 2 - Jornais e revistas por escalão de circulação média (%), 1996 a 2007

Percentagem de jornais por escalão de circulação												
Circulação por edição (unidades)	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Até 10 000	87,0	86,7	86,7	86,4	87,3	88,5	88,5	88,4	89,0	84,1	87,8	87,1
10 001 - 20 000	7,5	6,8	6,8	7,8	7,7	7,4	6,5	5,6	5,7	7,0	6,7	5,8
20 001 - 30 000	1,7	2,1	2,1	2,8	2,1	1,5	1,4	2,1	1,6	1,4	1,4	2,0
30 001 - 50 000	2,1	2,1	2,1	0,9	0,7	0,8	1,4	1,7	1,9	1,6	2,3	2,6
50 001 - 100 000	1,0	1,6	1,6	1,1	1,3	1,1	1,4	1,3	1,1	1,1	1	1,3
Mais de 100 000	0,7	0,9	0,9	1,0	0,9	0,8	0,9	0,8	0,6	0,6	0,9	1,2
Percentagem de revistas por escalão de circulação												
Circulação por edição (unidades)	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Até 10 000	74,9	75,6	75,6	76,3	75,9	75,9	76,1	75,3	76,9	79,9	74,1	74,8
10 001 - 20 000	14,0	11,9	11,9	12,9	13,6	14,4	16,0	12,4	11,4	12,2	13,4	11,9
20 001 - 30 000	5,5	4,9	4,9	3,8	4,0	3,9	3,1	3,6	4,0	3,6	4,4	4,6
30 001 - 50 000	1,8	3,2	3,2	4,3	3,4	3,0	2,2	3,0	2,7	3,3	3,0	2,9
50 001 - 100 000	3,0	3,2	3,2	2,1	2,3	2,3	2,2	3,1	2,8	3,0	2,8	3,5
Mais de 100 000	0,7	1,2	1,2	0,6	0,8	0,5	0,3	2,6	2,2	2,1	2,2	2,3

Fonte: INE, Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio



## Perfis das Audiências Médias das Publicações Periódicas

Quadro 3 - Audiência Média de Publicações por Géneros, Sexo e Idade (Top 5), 2006

	Total	Sexo		Idade						
		Masculino	Feminino	15/17 Anos	18/24 Anos	25/34 Anos	35/44 Anos	45/54 Anos	55/64 Anos	+64 Anos
<b>Informação Geral</b>										
Jornais Diários	2146	1343	803	53	286	494	444	357	267	246
	100	62,6	37,4	2,5	13,3	23,0	20,7	16,6	12,4	11,5
Jornais Semanais	722	422	300	16	76	166	151	136	107	70
	100	58,4	41,6	2,2	10,5	23,0	21,0	18,8	14,8	9,7
Revistas Semanais	724	367	357	26	102	187	159	119	74	57
	100	50,7	49,3	3,6	14,1	25,8	22,0	16,5	10,2	7,9
<b>Desporto / Veículos</b>										
jornais diários	1336	1141	195	92	257	333	264	181	130	79
	100	85,4	14,6	6,9	19,3	24,9	19,8	13,5	9,8	5,9
Jornais e Revistas Semanais	237	213	24	15	41	68	44	38	21	11
	100	89,8	10,2	6,4	17,1	28,7	18,7	15,9	8,8	4,5
Revistas Mensais	866	681	185	57	159	213	172	136	75	53
	100	78,7	21,3	6,6	18,4	24,6	19,8	15,7	8,7	6,1
<b>Imprensa Regional</b>	1602	780	822	59	242	372	308	256	193	173
	100	48,7	51,3	3,7	15,1	23,2	19,2	16,0	12,0	10,8
<b>Femininas / Moda</b>										
Revistas semanais	829	226	603	64	169	184	174	121	58	58
	100	27,2	72,8	7,8	20,4	22,2	21,0	14,6	7,0	7,0
Revistas Mensais	672	94	578	53	148	187	133	79	46	25
	100	13,9	86,1	7,9	22,0	27,9	19,8	11,8	6,9	3,8
<b>Televisão e Jogos</b>	1192	477	715	65	185	299	257	189	111	86
	100	40,0	60,0	5,5	15,5	25,1	21,6	15,8	9,3	7,2
<b>Base (000)</b>	<b>8311</b>	<b>2983</b>	<b>2807</b>	<b>290</b>	<b>870</b>	<b>1252</b>	<b>1143</b>	<b>918</b>	<b>677</b>	<b>638</b>
<b>Perfil%</b>	<b>100</b>	<b>51,5</b>	<b>48,5</b>	<b>5,0</b>	<b>15,0</b>	<b>21,6</b>	<b>19,7</b>	<b>15,9</b>	<b>11,7</b>	<b>11,0</b>

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Marktest.

Quadro 4 - Audiência Média de Publicações por Géneros e Região (Top 5), 2006

	Região					
	Grande Lisboa	Grande Porto	Litoral Norte	Litoral Centro	Interior Norte	Sul
<b>Informação Geral</b>						
Jornais Diários	440	404	434	301	361	206
	20,5	18,8	20,2	14,0	16,8	9,6
Jornais Semanais	237	93	120	97	101	76
	32,8	12,8	16,7	13,4	13,9	10,4
Revistas Semanais	226	86	124	109	112	67
	31,2	11,9	17,2	15,1	15,4	9,2
<b>Desporto / Veículos</b>						
jornais diários	238	162	291	224	292	129
	17,8	12,1	21,8	16,8	21,9	9,6
Jornais e Revistas Semanais	62	32	52	35	39	16
	26,2	13,6	21,9	14,9	16,5	6,8
Revistas Mensais	220	124	178	118	156	69
	25,4	14,4	20,6	13,7	18,0	8,0
<b>Imprensa Regional</b>	630	305	152	290	89	135
	39,4	19,1	9,5	18,1	5,6	8,4
<b>Femininas / Moda</b>						
Revistas semanais	127	93	210	100	211	87
	15,3	11,3	25,3	12,1	25,5	10,5
Revistas Mensais	157	83	137	96	125	75
	23,3	12,3	20,3	14,3	18,6	11,2
<b>Televisão E Jogos</b>	243	113	262	210	203	161
	20,4	9,5	22,0	17,6	17,0	13,5
<b>Base (000)</b>	<b>1252</b>	<b>713</b>	<b>1195</b>	<b>935</b>	<b>1112</b>	<b>583</b>
<b>Perfil%</b>	<b>21,6</b>	<b>12,3</b>	<b>20,6</b>	<b>16,1</b>	<b>19,2</b>	<b>10,1</b>

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Marktest

Quadro 5 - Audiência Média de Publicações por Géneros e Classe Social (Top 5), 2006

	Classe Social				
	Alta	Média Alta	Média Média	Média Baixa	Baixa
<b>Informação Geral</b>					
Jornais Diários	181	389	651	610	315
	8,4	18,1	30,4	28,4	14,7
Jornais Semanais	151	222	211	91	49
	20,9	30,7	29,2	12,5	6,7
Revistas Semanais	121	209	215	130	49
	16,7	28,9	29,7	18,0	6,7
<b>Desporto / Veículos</b>					
jornais diários	77	171	413	470	206
	5,7	12,8	30,9	35,2	15,4
Jornais e Revistas Semanais	25	55	74	63	21
	10,5	23,1	31,2	26,3	8,8
Revistas Mensais	103	189	270	221	83
	11,9	21,9	31,2	25,5	9,5
<b>Imprensa Regional</b>	134	283	506	450	230
	8,3	17,6	31,6	28,1	14,4
<b>Femininas / Moda</b>					
Revistas semanais	11	47	186	391	194
	1,3	5,6	22,5	47,2	23,4
Revistas Mensais	58	123	219	195	78
	8,6	18,2	32,6	29,0	11,6
<b>Televisão E Jogos</b>	60	181	365	415	171
	5,1	15,2	30,6	34,8	14,4
<b>Base (000)</b>	<b>413</b>	<b>877</b>	<b>1689</b>	<b>1817</b>	<b>994</b>
<b>Perfil%</b>	<b>7,1</b>	<b>15,2</b>	<b>29,2</b>	<b>31,4</b>	<b>17,2</b>

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Marktest

Quadro 6 - Audiência Média de Publicações por Gêneros e Ocupação/Profissão (Top 5), 2006

	Ocupação/ Profissão							
	Q.Méd Super	T.Esp P.Pro	SerAd Comer	Traba Qu/Es	TrabN Qu/Es	RefPe Desem	Estudan- te	Domés- ticas
<b>Informação Geral</b>								
Jornais Diários	334	219	302	419	173	425	202	71
	15,6	10,2	14,1	19,5	8,0	19,8	9,4	3,3
Jornais Semanais	241	77	113	61	24	120	64	23
	33,4	10,7	15,7	8,4	3,3	16,6	8,8	3,2
Revistas Semanais	208	76	124	61	36	95	101	23
	28,7	10,6	17,1	8,4	5,0	13,2	13,9	3,2
<b>Desporto / Veículos</b>								
jornais diários	127	129	167	350	111	200	240	13
	9,5	9,6	12,5	26,2	8,3	15,0	18,0	0,9
Jornais e Revistas Semanais	39	31	38	53	13	22	39	3
	16,2	13,0	15,9	22,2	5,6	9,3	16,5	1,3
Revistas Mensais	160	90	122	179	60	105	136	13
	18,4	10,4	14,1	20,7	7,0	12,1	15,7	1,5
<b>Imprensa Regional</b>	237	125	266	240	140	298	224	71
	14,8	7,8	16,6	15,0	8,8	18,6	14,0	4,4
<b>Femininas / Moda</b>								
Revistas semanais	29	48	86	194	131	144	127	68
	3,5	5,8	10,4	23,5	15,8	17,4	15,3	8,2
Revistas Mensais	108	63	138	57	62	76	140	28
	16,0	9,4	20,6	8,5	9,2	11,4	20,8	4,2
<b>Televisão E Jogos</b>	120	97	182	210	140	196	168	78
	10,1	8,2	15,2	17,7	11,8	16,4	14,1	6,5
<b>Base (000)</b>	<b>725</b>	<b>516</b>	<b>779</b>	<b>1057</b>	<b>530</b>	<b>1124</b>	<b>765</b>	<b>294</b>
<b>Perfil%</b>	<b>12,5</b>	<b>8,9</b>	<b>13,4</b>	<b>18,3</b>	<b>9,2</b>	<b>19,4</b>	<b>13,2</b>	<b>5,1</b>

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Marktest

Quadro 7 - Audiência Média de Publicações por Gêneros, Sexo e Idade (Top 5), 2007

	Total	Sexo		Idade						
		Masculino	Feminino	15/17 Anos	18/24 Anos	25/34 Anos	35/44 Anos	45/54 Anos	55/64 Anos	+64 Anos
<b>Informação Geral</b>	3045	1748	1297	101	411	690	600	514	393	336
%	100	57,4	42,6	3,3	13,5	22,6	19,7	16,9	12,9	11,1
Jornais Diários	2435	1469	966	73	327	536	474	417	325	282
%	100	60,3	39,7	3,0	13,4	22,0	19,5	17,1	13,4	11,6
Jornais Semanais	747	438	309	20	87	183	147	132	113	64
%	100	58,6	41,4	2,7	11,7	24,5	19,7	17,7	15,2	8,6
Revistas Semanais	846	421	426	35	124	211	182	139	93	63
%	100	49,7	50,3	4,1	14,7	24,9	21,5	16,5	11,0	7,4
<b>Desporto /</b>	2092	1640	452	126	369	519	377	307	226	168

<b>Veículos</b>										
%	100,0	78,4	21,6	6,0	17,6	24,8	18,0	14,7	10,8	8,0
Jornais diários	1468	1226	242	98	274	358	250	215	160	113
%	100,0	83,5	16,5	6,7	18,7	24,4	17,0	14,6	10,9	7,7
Jornais Semanais	109	93	16	5	17	29	21	21	11	5
%	100,0	85,2	14,8	4,2	16,0	26,6	19,6	19,0	10,4	4,3
Revistas Semanais	296	246	50	12	54	101	65	31	25	9
%	100,0	83,0	17,0	4,0	18,3	34,0	22,1	10,3	8,3	3,0
Revistas Mensais	837	633	205	47	144	215	160	121	90	60
%	100,0	75,6	24,4	5,6	17,2	25,7	19,2	14,5	10,7	7,1
<b>Imprensa Regional</b>	2016	967	1048	80	315	444	366	319	250	242
%	100,0	48,0	52,0	4,0	15,6	22,0	18,2	15,8	12,4	12,0
Jornais Diários	898	462	436	40	185	194	149	146	95	89
%	100,0	51,4	48,6	4,5	20,6	21,6	16,5	16,3	10,6	9,9
Jornais Semanais	1518	696	822	53	196	330	284	242	207	205
%	100,0	45,8	54,2	3,5	12,9	21,7	18,7	16,0	13,6	13,5
<b>Femininas / Moda</b>	1521	363	1158	98	278	381	306	214	130	114
%	100,0	23,9	76,1	6,4	18,3	25,1	20,1	14,1	8,5	7,5
Revistas semanais	845	210	635	62	157	199	163	120	68	76
%	100,0	24,8	75,2	7,4	18,6	23,5	19,3	14,2	8,0	9,0
Revistas Quinzenais	277	101	176	8	40	69	64	44	34	19
%	100,0	36,4	63,6	2,8	14,3	24,8	23,1	15,9	12,4	6,7
Revistas Mensais	669	95	574	48	141	187	131	87	50	25
%	100,0	14,2	85,8	7,2	21,1	27,9	19,6	13,0	7,4	3,7
<b>Interesse Geral</b>	1411	729	682	53	185	320	316	236	176	126
%	100,0	51,7	48,3	3,7	13,1	22,7	22,4	16,7	12,5	8,9
Revistas Mensais	1256	643	613	46	168	291	279	202	157	113
%	100,0	51,2	48,8	3,7	13,4	23,2	22,2	16,1	12,5	9,0
Revistas Bimestrais	113	69	45	3	5	18	21	28	24	15
%	100,0	60,6	39,4	2,5	4,4	15,9	18,7	24,5	20,9	13,2
Revistas Trimestrais	167	78	89	7	23	37	38	33	16	14
%	100,0	46,6	53,4	4,4	13,7	22,2	22,6	19,5	9,5	8,1
<b>Base (000)</b>	<b>8311</b>	<b>3968</b>	<b>4343</b>	<b>373</b>	<b>1027</b>	<b>1501</b>	<b>1428</b>	<b>1275</b>	<b>1080</b>	<b>1629</b>
<b>Perfil%</b>	<b>100,0</b>	<b>47,7</b>	<b>52,3</b>	<b>4,5</b>	<b>12,4</b>	<b>18,1</b>	<b>17,2</b>	<b>15,3</b>	<b>13,0</b>	<b>19,6</b>

Fonte: Marktest – Bareme Imprensa

Base: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8.311.409.

Nota: Neste quadro, apenas são apresentados resultados das publicações referenciadas por um mínimo de 30 entrevistados, no conjunto das 15378 entrevistas realizadas ao longo do Ano 2007.

Quadro 8 - Audiência Média de Publicações por Região (Top 5), 2007

	Região					
	Grande Lisboa	Grande Porto	Litoral Norte	Litoral Centro	Interior Norte	Sul
<b>Informação Geral</b>	768	431	524	513	472	338
%	25,2	14,1	17,2	16,8	15,5	11,1
Jornais Diários	547	375	431	425	387	269
%	22,5	15,4	17,7	17,5	15,9	11,0
Jornais Semanais	255	91	104	116	112	70
%	34,2	12,1	13,9	15,5	15,1	9,3
Revistas Semanais	299	81	129	126	115	95
%	35,3	9,6	15,3	14,9	13,6	11,3
<b>Desporto / Veículos</b>	475	250	413	354	364	237
%	22,7	11,9	19,8	16,9	17,4	11,3
Jornais diários	284	160	319	265	271	169
%	19,3	10,9	21,7	18,1	18,4	11,5
Jornais Semanais	27	13	20	14	21	14
%	24,3	12,3	18,6	12,7	19,4	12,6
Revistas Semanais	74	25	52	56	45	42
%	25,2	8,6	17,7	18,8	15,3	14,3
Revistas Mensais	239	112	145	120	142	79
%	28,5	13,3	17,3	14,3	17,0	9,5
<b>Imprensa Regional</b>	722	306	262	386	153	187
%	35,8	15,2	13,0	19,1	7,6	9,3
Jornais Diários	445	184	105	102	46	16
%	49,6	20,5	11,7	11,4	5,1	1,8
Jornais Semanais	512	187	189	332	117	182
%	33,7	12,3	12,4	21,9	7,7	12,0
<b>Femininas / Moda</b>	345	206	302	232	279	157
%	22,7	13,5	19,8	15,3	18,4	10,3
Revistas semanais	139	87	173	139	196	111
%	16,5	10,3	20,5	16,4	23,2	13,1
Revistas Quinzenais	97	69	50	30	26	6
%	34,8	25,0	17,9	10,7	9,4	2,3
Revistas Mensais	180	92	131	104	96	66
%	26,9	13,8	19,6	15,5	14,3	9,9
<b>Interesse Geral</b>	355	191	278	229	217	141
%	25,2	13,6	19,7	16,2	15,4	10,0
Revistas Mensais	315	164	252	205	193	127
%	25,1	13,0	20,0	16,3	15,4	10,1
Revistas Bimestrais	37	18	19	15	12	13
%	32,6	16,3	16,6	12,9	10,5	11,1
Revistas Trimestrais	39	30	37	26	25	10
%	23,7	18,2	21,9	15,6	14,8	5,9
<b>Base (000)</b>	<b>1651</b>	<b>914</b>	<b>1605</b>	<b>1352</b>	<b>1842</b>	<b>948</b>
<b>Perfil%</b>	<b>19,9</b>	<b>11,0</b>	<b>19,3</b>	<b>16,3</b>	<b>22,2</b>	<b>11,4</b>

Fonte: Marktest – Bareme Imprensa

Base: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8.311.409.

Nota: Neste quadro, apenas são apresentados resultados das publicações referenciadas por um mínimo de 30 entrevistados, no conjunto das 15378 entrevistas realizadas ao longo do Ano 2007.

Quadro 9 - Audiência Média de Publicações por Classe Social (Top 5), 2007

	Classe Social				
	Alta	Média Alta	Média Média	Média Baixa	Baixa
<b>Informação Geral</b>	304	582	929	790	440
%	10,0	19,1	30,5	26,0	14,4
Jornais Diários	185	404	753	697	396
%	7,6	16,6	30,9	28,6	16,3
Jornais Semanais	163	226	212	105	40
%	21,8	30,3	28,4	14,1	5,4
Revistas Semanais	132	227	259	158	70
%	15,6	26,8	30,6	18,7	8,3
<b>Desporto / Veículos</b>	171	342	639	648	293
%	8,2	16,4	30,5	31,0	14,0
Jornais diários	89	193	444	496	247
%	6,0	13,2	30,2	33,8	16,8
Jornais Semanais	12	30	37	20	11
%	10,7	27,4	33,6	17,8	10,5
Revistas Semanais	27	59	88	90	32
%	9,1	19,9	29,7	30,4	10,8
Revistas Mensais	100	171	266	220	81
%	11,9	20,5	31,7	26,3	9,6
<b>Imprensa Regional</b>	142	315	629	609	321
%	7,0	15,6	31,2	30,2	15,9
Jornais Diários	83	148	307	245	116
%	9,2	16,4	34,2	27,3	12,9
Jornais Semanais	86	231	463	472	266
%	5,7	15,2	30,5	31,1	17,5
<b>Femininas / Moda</b>	82	198	418	547	276
%	5,4	13,0	27,5	36,0	18,2
Revistas semanais	10	48	197	384	206
%	1,1	5,7	23,3	45,5	24,4
Revistas Quinzenais	20	61	93	73	30
%	7,2	22,2	33,5	26,4	10,8
Revistas Mensais	62	121	217	194	75
%	9,3	18,1	32,4	29,0	11,2
<b>Interesse Geral</b>	158	315	472	334	132
%	11,2	22,3	33,4	23,7	9,4
Revistas Mensais	139	283	421	291	123
%	11,0	22,5	33,5	23,1	9,8
Revistas Bimestrais	27	36	38	10	3
%	23,4	31,8	33,2	8,8	2,8
Revistas Trimestrais	17	34	50	52	13
%	10,1	20,4	30,0	31,5	8,0
<b>Base (000)</b>	<b>457</b>	<b>989</b>	<b>2070</b>	<b>2577</b>	<b>2219</b>
<b>Perfil%</b>	<b>5,5</b>	<b>11,9</b>	<b>24,9</b>	<b>31,0</b>	<b>26,7</b>

Fonte: Marktest – Bareme Imprensa

Base: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8.311.409.

Nota: Neste quadro, apenas são apresentados resultados das publicações referenciadas por um mínimo de 30 entrevistados, no conjunto das 15378 entrevistas realizadas ao longo do Ano 2007.

Quadro 10 - Audiência Média de Publicações por Ocupação/Profissão (Top 5), 2007

	Ocupação/ Profissão							
	Q.Méd Super	T.Esp P.Pro	SerAd Comer	Traba Qu/Es	TrabN Qu/Es	RefPe Desem	Estudan-te	Domés-ticas
<b>Informação Geral</b>	531	283	463	495	223	613	331	105
%	17,4	9,3	15,2	16,3	7,3	20,1	10,9	3,5
Jornais Diários	350	221	366	452	198	516	244	88
%	14,4	9,1	15,0	18,6	8,1	21,2	10,0	3,6
Jornais Semanais	253	80	114	49	23	138	76	14
%	33,8	10,7	15,3	6,5	3,1	18,5	10,2	1,8
Revistas Semanais	219	91	154	77	40	122	120	22
%	25,9	10,7	18,2	9,1	4,7	14,5	14,2	2,6
<b>Desporto / Veículos</b>	291	204	292	458	154	338	322	33
%	13,9	9,7	14,0	21,9	7,4	16,1	15,4	1,6
Jornais diários	157	128	193	360	125	244	242	19
%	10,7	8,7	13,1	24,5	8,5	16,6	16,5	1,3
Jornais Semanais	24	16	16	16	7	15	15	0
%	22,1	14,3	14,6	14,8	6,2	14,0	13,9	0,0
Revistas Semanais	55	27	48	76	14	34	39	3
%	18,5	9,0	16,3	25,8	4,7	11,5	13,2	1,0
Revistas Mensais	155	95	132	156	47	115	123	15
%	18,5	11,3	15,8	18,7	5,6	13,8	14,6	1,8
<b>Imprensa Regional</b>	241	173	308	323	169	412	287	102
%	12,0	8,6	15,3	16,0	8,4	20,4	14,2	5,0
Jornais Diários	120	62	162	143	70	146	169	26
%	13,4	6,9	18,0	16,0	7,8	16,3	18,8	2,9
Jornais Semanais	169	141	223	242	132	349	173	90
%	11,1	9,3	14,7	15,9	8,7	23,0	11,4	5,9
<b>Femininas / Moda</b>	160	134	222	219	198	251	228	110
%	10,5	8,8	14,6	14,4	13,0	16,5	15,0	7,2
Revistas semanais	27	44	93	170	154	159	123	75
%	3,2	5,2	11,0	20,1	18,3	18,9	14,5	8,9
Revistas Quinzenais	51	28	51	31	27	45	31	14
%	18,4	10,0	18,4	11,2	9,7	16,1	11,3	4,9
Revistas Mensais	103	81	129	49	66	80	124	37
%	15,3	12,0	19,3	7,4	9,9	11,9	18,6	5,5
<b>Interesse Geral</b>	281	164	237	189	98	230	165	47
%	19,9	11,6	16,8	13,4	6,9	16,3	11,7	3,3
Revistas Mensais	249	147	213	165	85	206	149	42
%	19,9	11,7	16,9	13,2	6,8	16,4	11,9	3,3
Revistas Bimestrais	38	9	22	7	2	25	7	2
%	33,9	7,9	19,7	6,4	2,1	22,1	5,9	2,1
Revistas Trimestrais	30	18	28	28	15	20	20	6
%	18,3	10,8	16,9	16,9	9,2	12,2	12,1	3,6
<b>Base (000)</b>	<b>790</b>	<b>632</b>	<b>881</b>	<b>1446</b>	<b>823</b>	<b>2219</b>	<b>914</b>	<b>607</b>
<b>Perfil%</b>	<b>9,5</b>	<b>7,6</b>	<b>10,6</b>	<b>17,4</b>	<b>9,9</b>	<b>26,7</b>	<b>11,0</b>	<b>7,3</b>

Fonte: Marktest – Bareme Imprensa

Base: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8.311.409.

Nota: Neste quadro, apenas são apresentados resultados das publicações referenciadas por um mínimo de 30 entrevistados, no conjunto das 15378 entrevistas realizadas ao longo do Ano 2007.



Quadro 11 - Audiência Média de Publicações por Géneros, Sexo e Idade (Top 5), 2008

	Total	Sexo		Idade						
		Masculino	Feminino	15/17 Anos	18/24 Anos	25/34 Anos	35/44 Anos	45/54 Anos	55/64 Anos	+64 Anos
<b>Informação Geral</b>										
Jornais Diários	2805	1655	1150	81	409	693	531	437	334	320
	100	59.0	41.0	2.9	14.6	24.7	18.9	15.6	11.9	11.4
Jornais Semanais	794	452	342	22	104	206	157	136	96	72
	100	56.9	43.1	2.8	13.1	26.0	19.7	17.2	12.1	9.1
Revistas Semanais	848	429	419	24	146	221	165	143	96	54
	100	50.6	49.4	2.8	17.2	26.0	19.4	16.9	11.3	6.4
<b>Desporto / Veículos</b>										
jornais diários	1333	1140	193	75	256	336	230	193	130	114
	100	85.5	14.5	5.6	19.2	25.2	17.2	14.5	9.8	8.5
Jornais e Revistas Semanais	298	263	36	15	65	95	65	31	22	6
	100	88.0	12.0	5.0	21.8	31.8	21.8	10.4	7.3	1.9
Revistas Mensais	856	656	200	31	154	243	163	118	86	60
	100	76.6	23.4	3.6	18.0	28.4	19.0	13.8	10.1	7.1
<b>Femininas / Moda</b>										
Revistas semanais	826	219	608	59	160	184	181	106	80	57
	100	26.4	73.6	7.1	19.4	22.3	21.9	12.9	9.6	6.9
Revistas Mensais	921	203	718	39	167	270	181	121	92	50
	100	22.0	78.0	4.3	18.1	29.4	19.7	13.2	10.0	5.4
<b>Interesse Geral</b>										
	1576	805	772	50	211	397	336	261	184	136
	100	51.1	48.9	3.2	13.4	25.2	21.3	16.6	11.7	8.6
<b>Televisão e Jogos</b>										
	1192	477	715	65	185	299	257	189	111	86
	100	40	60	5,5	15,5	25,1	21,6	15,8	9,3	7,2
<b>Base (000)</b>	<b>8311</b>	<b>3968</b>	<b>4343</b>	<b>373</b>	<b>1027</b>	<b>1501</b>	<b>1428</b>	<b>1275</b>	<b>1080</b>	<b>1629</b>
<b>Perfil%</b>	<b>100</b>	<b>47.7</b>	<b>52.3</b>	<b>4.5</b>	<b>12.4</b>	<b>18.1</b>	<b>17.2</b>	<b>15.3</b>	<b>13.0</b>	<b>19.6</b>

Fonte: Markttest – Bareme Imprensa

Base: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8.311.409.

Quadro 12 - Audiência Média de Publicações por Região (Top 5), 2008

	Região					
	Grande Lisboa	Grande Porto	Litoral Norte	Litoral Centro	Interior Norte	Sul
<b>Informação Geral</b>						
Jornais Diários	818	470	455	451	375	236
	29.1	16.7	16.2	16.1	13.4	8.4
Jornais Semanais	282	100	128	122	92	70
	35.5	12.6	16.2	15.4	11.5	8.8
Revistas Semanais	298	85	114	141	121	88
	35.1	10.1	13.5	16.6	14.3	10.4
<b>Desporto / Veículos</b>						
jornais diários	278	148	289	214	271	134
	20.8	11.1	21.7	16.0	20.4	10.0
Jornais e Revistas Semanais	75	33	51	51	60	30
	25.0	11.1	16.9	16.9	20.0	10.0
Revistas Mensais	239	117	153	125	149	73
	27.9	13.7	17.9	14.6	17.4	8.5
<b>Femininas / Moda</b>						
Revistas semanais	137	99	185	132	190	84
	16.5	12.0	22.4	15.9	23.0	10.2
Revistas Mensais	313	141	158	127	117	64
	34.0	15.3	17.2	13.8	12.7	7.0
<b>Interesse Geral</b>	414	205	287	280	242	149
	26.2	13.0	18.2	17.7	15.4	9.5
<b>Televisão e Jogos</b>	232	94	157	160	139	113
	25.9	10.5	17.5	17.9	15.5	12.6
<b>Base (000)</b>	1651	914	1605	1352	1842	948
<b>Perfil%</b>	19.9	11.0	19.3	16.3	22.2	11.4

Fonte: Marktest – Bareme Imprensa

Base: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8.311.409.

Quadro 13 - Audiência Média de Publicações por Classe Social (Top 5), 2008

	Classe Social				
	Alta	Média Alta	Média Média	Média Baixa	Baixa
<b>Informação Geral</b>					
Jornais Diários	223	490	903	794	395
	8.0	17.5	32.2	28.3	14.1
Jornais Semanais	159	241	240	109	44
	20.0	30.4	30.3	13.8	5.5
Revistas Semanais	142	242	274	134	56
	16.8	28.5	32.3	15.8	6.6
<b>Desporto / Veículos</b>					
jornais diários	76	190	400	448	218
	5.7	14.2	30.0	33.6	16.4
Jornais e Revistas Semanais	33	64	104	77	20
	11.2	21.5	34.8	25.7	6.9
Revistas Mensais	102	191	271	200	93
	11.9	22.3	31.6	23.3	10.8
<b>Femininas / Moda</b>					
Revistas semanais	13	49	210	355	200
	1.5	5.9	25.4	43.0	24.2
Revistas Mensais	82	187	314	228	110
	8.9	20.3	34.1	24.7	12.0
<b>Interesse Geral</b>	170	357	525	354	171
	10.8	22.6	33.3	22.5	10.8
<b>Televisão e Jogos</b>	36	111	278	310	161
	4.0	12.3	31.0	34.7	18.0
<b>Base (000)</b>	457	989	2070	2577	2219
<b>Perfil%</b>	5.5	11.9	24.9	31.0	26.7

Fonte: Marktest – Bareme Imprensa

Base: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8.311.409.

Quadro 14 - Audiência Média de Publicações por Ocupação/Profissão (Top 5), 2008

	Ocupação/ Profissão							
	Q.Méd Super	T.Esp P.Pro	SerAd Comer	Traba Qu/Es	TrabN Qu/Es	RefPe Desem	Estudan- te	Domés- ticas
<b>Informação Geral</b>								
Jornais Diários	407	281	449	496	250	546	298	77
	14.5	10.0	16.0	17.7	8.9	19.5	10.6	2.8
Jornais Semanais	262	87	127	67	29	126	82	15
	33.0	10.9	15.9	8.4	3.7	15.8	10.3	1.9
Revistas Semanais	236	98	143	79	40	115	117	20
	27.9	11.6	16.9	9.3	4.7	13.5	13.8	2.4
<b>Desporto / Veículos</b>								
jornais diários	138	111	173	347	112	230	200	22
	10.3	8.4	13.0	26.0	8.4	17.3	15.0	1.6
Jornais e Revistas Semanais	54	30	53	80	14	22	45	1
Revistas Mensais	163	87	132	186	47	124	105	13
	19.0	10.2	15.4	21.7	5.5	14.4	12.2	1.6
<b>Femininas / Moda</b>								
Revistas semanais	26	53	105	173	142	134	116	76
	3.2	6.4	12.8	20.9	17.2	16.3	14.1	9.2
Revistas Mensais	151	91	184	95	91	129	138	42
	16.4	9.9	20.0	10.3	9.9	14.0	14.9	4.6
<b>Interesse Geral</b>	315	166	253	235	117	262	176	53
	20.0	10.5	16.0	14.9	7.4	16.6	11.2	3.4
<b>Televisão e Jogos</b>	65	68	134	157	120	175	107	70
	7.2	7.6	14.9	17.5	13.4	19.6	12.0	7.8
<b>Base (000)</b>	790	632	881	1446	823	2219	914	607
<b>Perfil%</b>	9.5	7.6	10.6	17.4	9.9	26.7	11.0	7.3

Fonte: Marktest – Bareme Imprensa

Base: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental – 8.311.409.

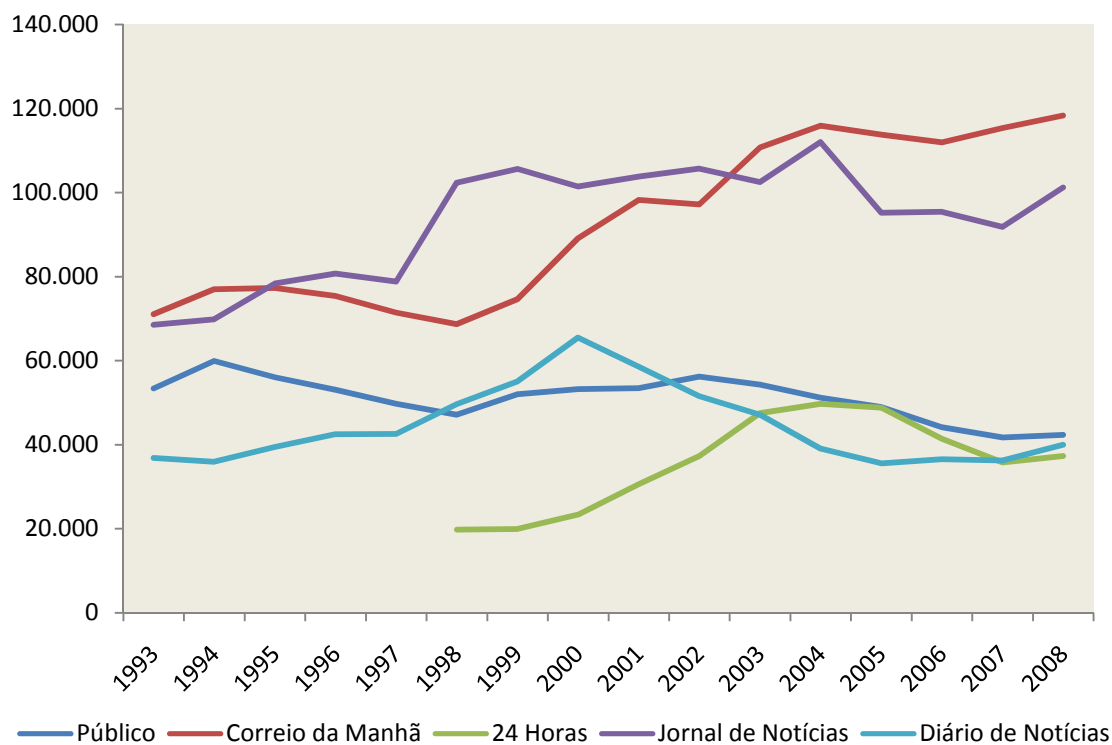
## Dinâmicas de crescimento do mercado

Quadro 15 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição no segmento dos diários de informação geral (%), 1994 a 2008

	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98	1998-99	1999-00	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08
Público	12,2	-6,5	-5,2	-6,4	-5,2	10,3	2,3	0,5	5,1	-3,5	-5,7	-4,3	-9,8	-5,5	1,4
Correio da Manhã	8,3	0,5	-2,5	-5,2	-3,9	8,7	19,4	10,3	-1,1	13,9	4,7	-1,9	-1,6	3,1	2,6
24 Horas						0,9	17,0	31,2	21,9	27,3	4,6	-1,9	-15,0	-13,6	4,3
Jornal de Notícias	1,9	12,3	3,0	-2,4	29,9	3,2	-4,0	2,3	1,8	-3,0	9,3	-15,0	0,2	-3,8	10,2
Diário de Notícias	-2,6	9,9	7,7	0,1	16,6	10,9	19,0	-10,6	-12,0	-8,6	-17,1	-9,1	2,9	-0,9	10,4

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 9 - Evolução da circulação paga por edição no segmento dos diários de informação geral (1993 a 2008)



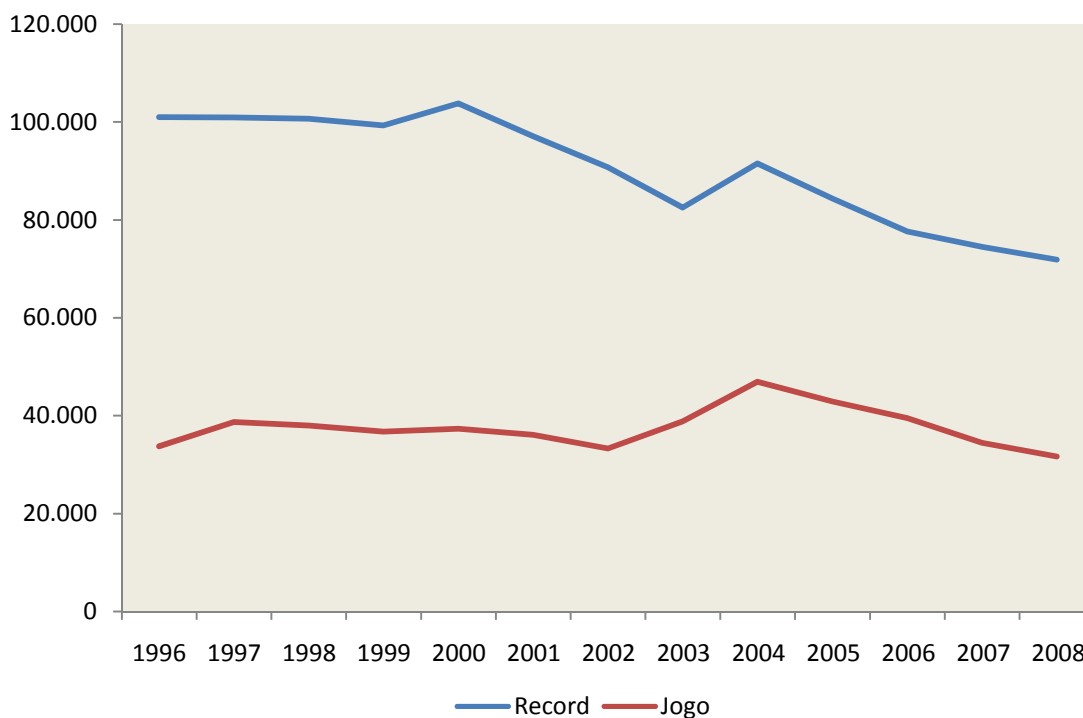
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 16 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição no segmento dos diários desportivos (%), 1996 a 2008

	1996-97	1997-98	1998-99	1999-00	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08
Record	0,0	-0,3	-1,3	4,5	-6,5	-6,5	-9,1	10,9	-7,9	-7,9	-4,0	-3,5
Jogo	14,7	-1,8	-3,3	1,6	-3,2	-7,8	16,6	20,8	-8,7	-7,8	-12,7	-8,2

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 10 - Evolução da circulação paga por edição no segmento dos diários desportivos (1996 a 2008)



Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 17 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição dos diários de Economia e Finanças (%), 1993 a 2008

	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98	1998-99	1999-00	2000-01	2001-02
Jornal de Negócios									
Diário Económico	13,7	9,6	47,5	22,2	32,1	-3,4	10,4	2,0	-21,1
Oje									

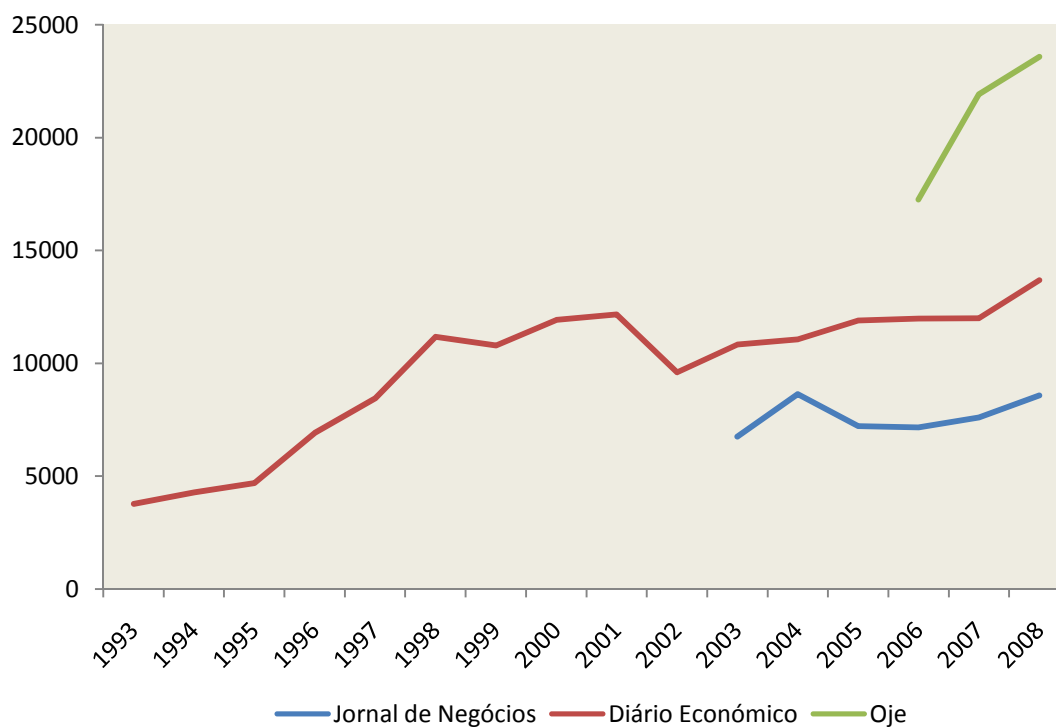
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 18 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição dos diários de Economia e Finanças (%), 1993 a 2008 - continuação

	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08
Jornal de Negócios		27,9	-16,5	-0,6	6,0	13,0
Diário Económico	12,9	2,1	7,6	0,7	0,2	14,0
Oje					27,0	7,5

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 11 - Evolução da circulação paga por edição no segmento dos diários de Economia e Finanças (1993 a 2008)



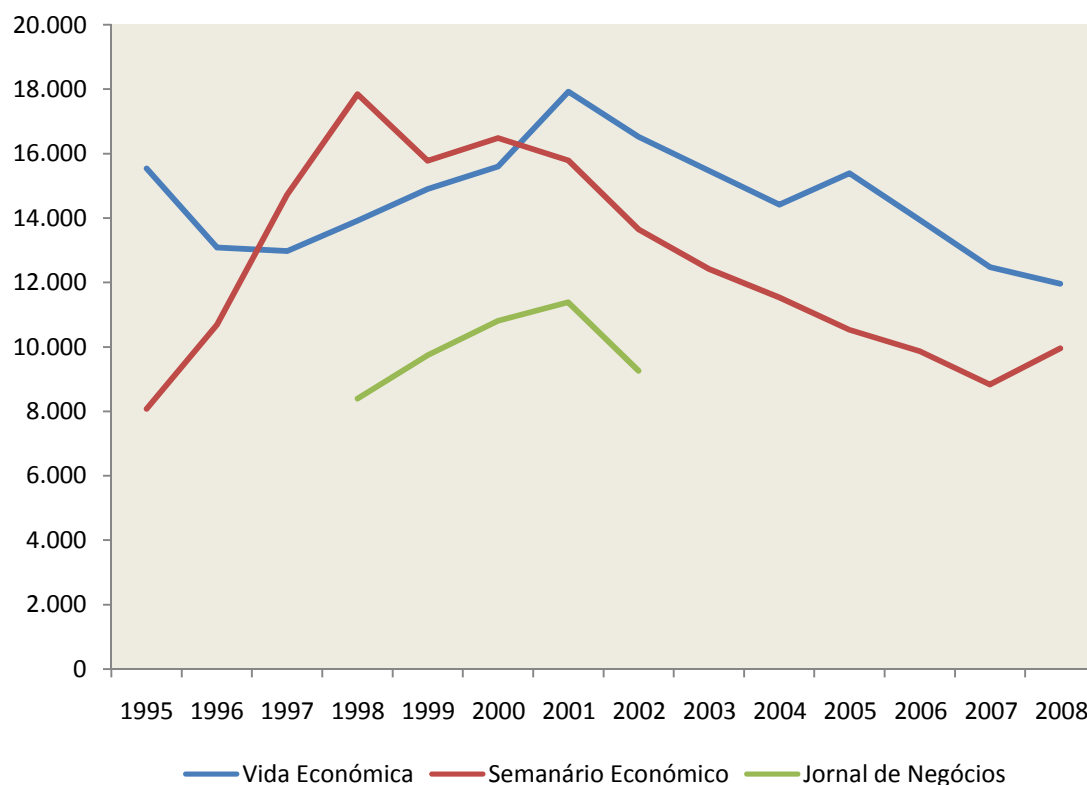
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 19 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição dos semanários de Economia e Finanças (%), 1995 a 2008

	1995-96	1996-97	1997-98	1998-99	1999-00	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08
Vida Económica	-15,8	-0,8	7,3	7,1	4,6	14,9	-7,8	-6,3	-6,8	6,7	-9,4	-10,5	-4,1
Semanário Económico	32,4	37,8	21,2	-11,6	4,5	-4,2	-13,6	-9,1	-7,1	-8,7	-6,3	-10,5	12,7
Jornal de Negócios				16,1	10,9	5,3	-18,7						

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 12 - Evolução da circulação paga por edição no segmento dos semanários de Economia e Finanças (1993 a 2008)



Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 20 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição dos semanários e "newsmagazines" de Informação Geral (%), 1995 a 2008

	1985-86	1986-87	1987-88	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96
Courrier Internacional											
O Crime											
Tal & Qual	-1,7	4,8	-1,4	0,4	-1,4	-2,8	15,2	-13,1	-1,9	-11,1	0,2
Expresso	16,2	18,8	-0,4	16,2	0,0	1,7	2,5	1,5	-1,9	5,2	-3,5
O Independente				38,3	4,2	17,9	37,9	5,6	0,7	13,1	-23,0
Sábado											
Focus											
Visão									6,6	5,9	11,6

Fonte: APCT. Edição OberCom.

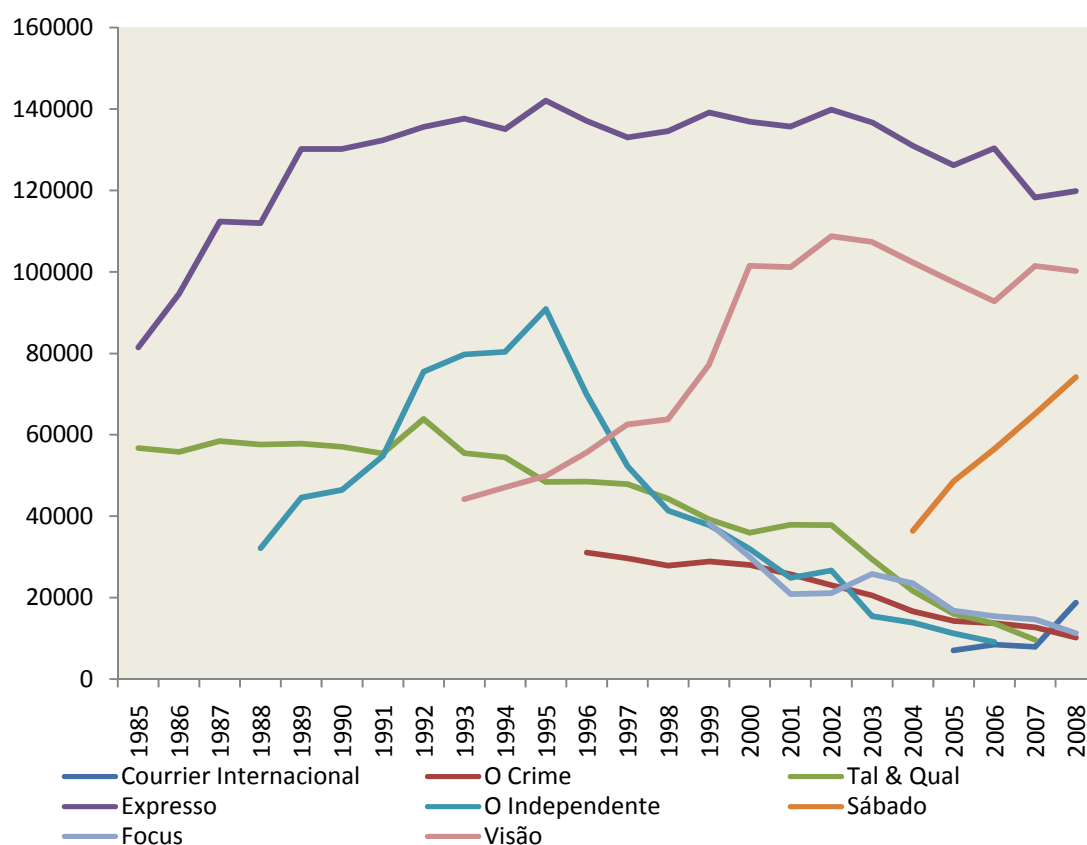


Quadro 21 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição dos semanários e "newsmagazines" de Informação Geral (%), 1995 a 2008 - Continuação

	1996-97	1997-98	1998-99	1999-00	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08
Courrier Internacional										19,6	-6,0	136,2
O Crime	-4,4	-6,1	3,5	-3,0	-7,9	-10,5	-10,8	-19,0	-14,1	-3,7	-7,8	-19,6
Tal & Qual	-1,3	-7,5	-11,4	-8,4	5,4	0,0	-22,3	-26,3	-25,9	-15,0	-29,0	
Expresso	-3,0	1,1	3,4	-1,7	-0,8	3,0	-2,2	-4,2	-3,7	3,3	-9,3	1,3
O Independente	25,2	-20,8	-8,6	-15,5	-22,3	7,5	-42,0	-10,0	-19,1	-19,0		
Sábado									33,5	16,3	15,2	13,9
Focus				-21,8	-30,3	1,0	22,4	-8,6	-28,8	-7,9	-4,8	-23,1
Visão	12,4	2,0	21,0	31,5	-0,3	7,5	-1,3	-4,7	-4,8	-4,8	9,4	-1,2

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 13 - Evolução da circulação paga por edição no segmento dos semanários e "newsmagazines" de informação geral (1985 a 2008)



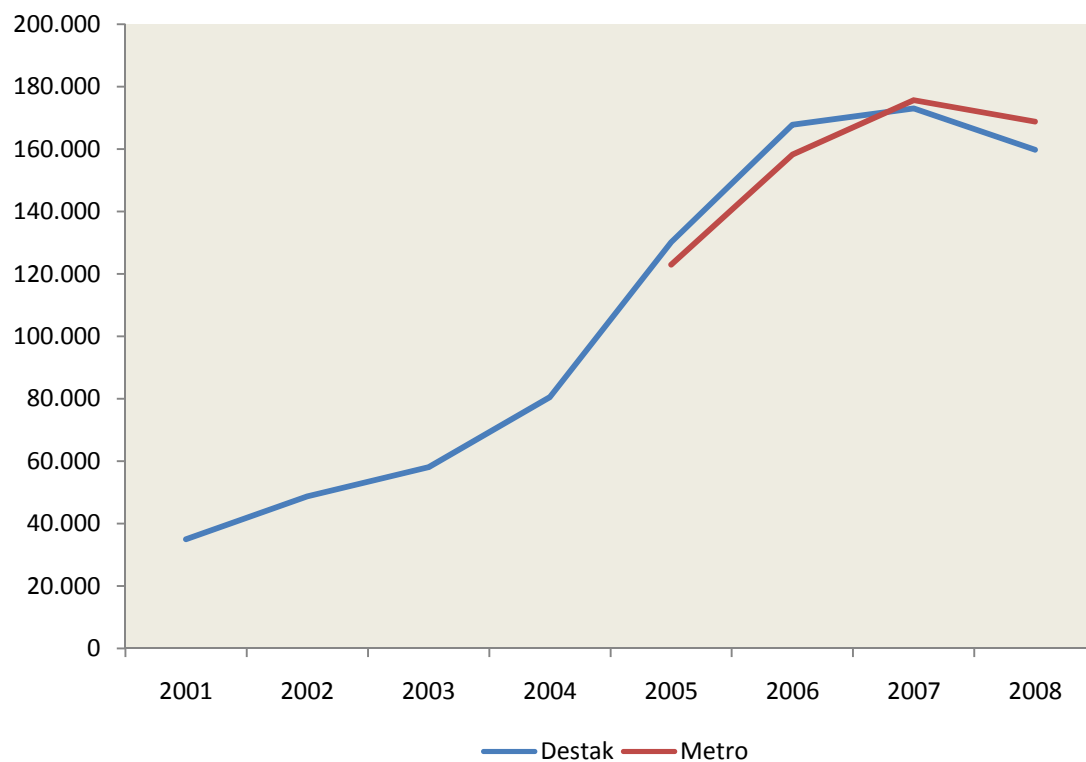
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 22 - Taxa de crescimento anual da circulação paga por edição (%), 2001 a 2008

	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08
Destak	39,4%	19,0%	38,8%	61,6%	28,9%	3,1%	-7,6
Metro					28,7%	11,0%	-3,9

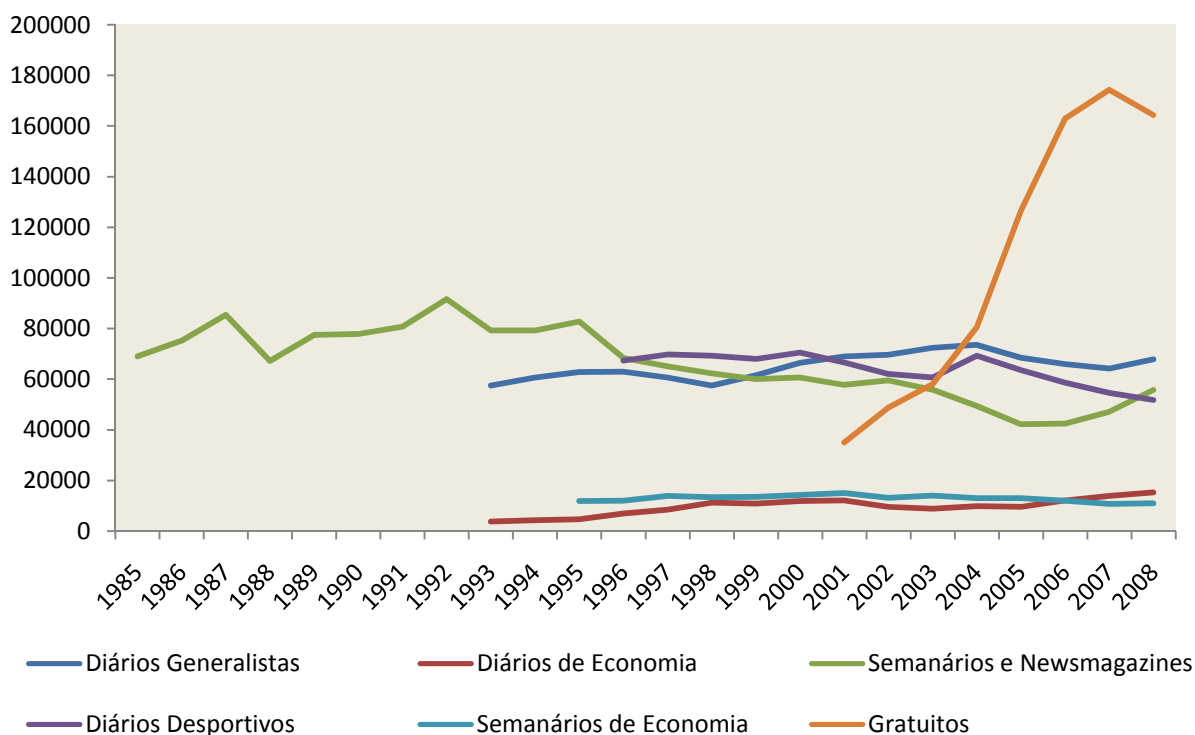
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 14 - Evolução da circulação paga por edição dos jornais gratuitos (2001 a 2008)



Fonte: APCT. Edição OberCom.

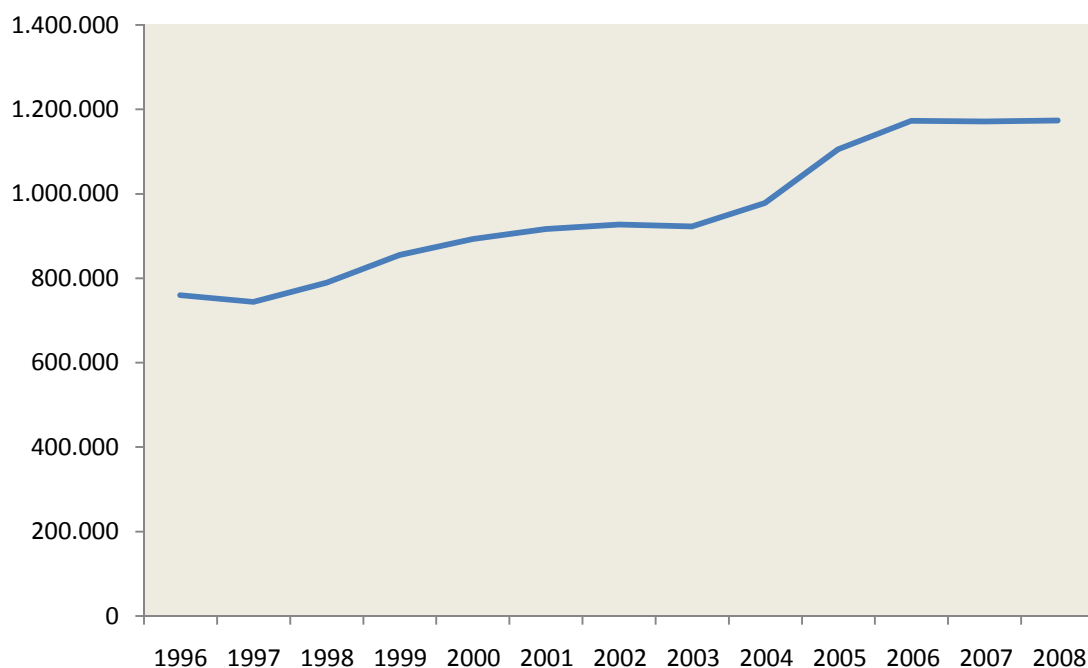
Figura 15 - Evolução da circulação média\* por publicação nos diferentes segmentos (1985 a 2008)



Fonte: APCT. Edição OberCom.

\*Nota: média de circulação paga por publicação para a imprensa não gratuita e média da circulação total para a imprensa gratuita

Figura 16 - Circulação paga agregada (por edição) do “mercado relevante” (1996 a 2008)



Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 23 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Global Noticias (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008

Grupo	Editora	Anos	Títulos	Total circulação
Controlinveste Media	Global Noticias	2004	Diário de Notícias (12,5%)	341.991 (100%)
			Jornal de Notícias (33,9%)	
			24 Horas (15,5%)	
			Diário de Notícias da Madeira (4,6%)	
			Açoriano Oriental (1,2%)	
			O Jogo (14,6%)	
			Ocasião (6,1%)	
			Tal & Qual (6,8%)	
			Jornal do Fundão (4,9%)	
Controlinveste Media	Global Noticias	2005	Diário de Notícias (12,4%)	306.192 (100%)
			Jornal de Notícias (32,2%)	
			24 Horas (16,7%)	
			Diário de Notícias da Madeira (5,2%)	
			Açoriano Oriental (1,4%)	
			O Jogo (14,7%)	
			Ocasião (6,5%)	
			Tal & Qual (5,7%)	
Jornal do Fundão (5,2%)				
Controlinveste Media	Global Noticias	2006	Diário de Notícias (13,1%)	289.500 (100%)
			Jornal de Notícias (33,7%)	
			24 Horas (14,7%)	
			Diário de Notícias da Madeira (5,3%)	
			Açoriano Oriental (1,5%)	

		<p><b>O Jogo (14,3%)</b></p> <p><b>Ocasião (7,1%)</b></p> <p><b>Tal &amp; Qual (4,9%)</b></p> <p><b>Jornal do Fundão (5,4%)</b></p>	
	<b>2007</b>	<p><b>Diário de Notícias (9%)</b></p> <p><b>Jornal de Notícias (22,3%)</b></p> <p><b>24 Horas (8,8%)</b></p> <p><b>Diário de Notícias da Madeira (3,4%)</b></p> <p><b>Açoriano Oriental (1,0%)</b></p> <p><b>O Jogo (8,6%)</b></p> <p><b>Ocasião (5,0%)</b></p> <p><b>Tal &amp; Qual (2,4%)</b></p> <p><b>Jornal do Fundão (3,6 %)</b></p>	<p>420.338 (100%)</p>
	<b>2008</b>	<p><b>Global Notícias (35,8%)</b></p> <p><b>Diário de Notícias (8,9%)</b></p> <p><b>Jornal de Notícias (22,1%)</b></p> <p><b>24 Horas (8,2%)</b></p> <p><b>Diário de Notícias da Madeira (2,9%)</b></p> <p><b>Açoriano Oriental (0,9%)</b></p> <p><b>O Jogo (7,0%)</b></p> <p><b>Ocasião (3,8%)</b></p> <p><b>Jornal do Fundão (3%)</b></p> <p><b>Global Notícias (43,1%)</b></p>	<p>466.618 (100%)</p>

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 24 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Presselivre (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008

Editora	Anos	Títulos	Total circulação
Presselivre	2004	Correio da Manhã (69,9%) Sábado (30,1%)	169.172 (100%)
	2005	Correio da Manhã (70%) Sábado (30%)	169.031 (100%)
	2006	Correio da Manhã (66,2%) Sábado (33,8%)	174.378 (100%)
	2007	Correio da Manhã (63,8%) Sábado (36,2%)	186.401 (100%)
	2008	Correio da Manhã (61,4%) Sábado (38,6%)	199.036 (100%)

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 25 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Edisport (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008

Editora	Anos	Títulos	Total circulação
Edisport	2004	Record	94.465 (100%)
	2005	Record	86.982 (100%)
	2006	Record	79.768 (100%)
	2007	Record	76.622 (100%)
	2008	Record	73.939 (100%)

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 26 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Transjornal (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008

Editora	Anos	Títulos	Total circulação
Transjornal	2005	Metro Portugal	123.032 (100%)
	2006	Metro Portugal	158.299 (100%)
	2007	Metro Portugal	175.695 (100%)
	2008	Metro Portugal	168.803 (100%)

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 27 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Mediafin (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008

<b>Editora</b>	<b>Anos</b>	<b>Títulos</b>	<b>Total circulação</b>
<b>Mediafin</b>	2004	Jornal de Negócios	10.468 (100%)
	2005	Jornal de Negócios	8.893 (100%)
	2006	Jornal de Negócios	8.092 (100%)
	2007	Jornal de Negócios	8.269 (100%)
	2008	Jornal de Negócios	9.343 (100%)

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 28 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Sojornal (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008

<b>Editora</b>	<b>Anos</b>	<b>Títulos</b>	<b>Total circulação</b>
<b>Sojornal</b>	2004	Expresso	132.063 (100%)
	2005	Expresso	127.891 (100%)
	2006	Expresso	132.611 (100%)
	2007	Expresso	120.203 (100%)
	2008	Expresso	121.107 (100%)

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 29 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Edimpresa (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008

<b>Editora</b>	<b>Anos</b>	<b>Títulos</b>	<b>Total circulação</b>
<b>Edimpresa</b>	2004	Visão	105.107 (100%)
	2005	Visão	99.935 (100%)
	2006	Visão	95.398 (100%)
	2007	Visão	104.686 (100%)
	2008	Visão	102.350 (100%)

Fonte: APCT. Edição OberCom

Quadro 30 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Metro News Publicação (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008

Editora	Anos	Títulos	Total circulação
Metro News Pub.	2004	Destak (100%)	80.559 (100%)
	2005	Destak (100%)	130.168 (100%)
	2006	Destak (100%)	167.771 (100%)
	2007	Destak (66,6%)	259.974 (100%)
		Meia Hora (33,4%)	
	2008	Destak (72,5%)	220.297 (100%)
Meia Hora (27,5%)			

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 31 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais – Público - Comunicação Social (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008

Editora	Anos	Títulos	Total circulação
Público – Comunicação Social	2004	Público (100%)	52.991 (100%)
	2005	Público (100%)	50.701 (100%)
	2006	Público (100%)	45.528 (100%)
	2007	Público (100%)	44.153 (100%)
	2008	Publico (100%)	43.642 (100%)

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 32 - Quadro 29 - Circulação nas principais empresas editoras de jornais - Impala (inclui newsmagazines e gratuitos), 2004 a 2008

Editora	Anos	Títulos	Total circulação
Impala	2004	Focus (100%)	26.624 (100%)
	2005	Focus (100%)	22.500 (100%)
	2006	Focus (100%)	17.611 (100%)
	2007	Focus (100%)	16.687 (100%)
	2008	Focus (100%)	13.126 (100%)

Fonte: APCT. Edição OberCom.



## Grupos Editores de Revistas

Quadro 33 - Títulos de revistas por principais grupos editores (exclui informação geral), 2008

Grupo	Editora	Títulos
Controlinveste Media	<b>Global Notícias</b>	Evasões; Volta ao Mundo
Cofina	<b>Edirevistas</b>	Automotor; Flash; GQ; Máxima; Máxima Interiores; PC Guia; Rotas & Destinos; Semana Informática; TV Guia; TV Guia Novelas; Vogue
Impala	<b>Impala</b>	100% Jovem; Ana; Coisas de Cozinha; Crescer; DueRuote; Focus; Global; Linhas & Pontos; Maria; Mulher Moderna; Mulher Moderna na Cozinha; Nova Gente; Nova Gente Decoração & Ambientes; QuattroRoute; Segredos de Cozinha; TV 7 Dias; VIP; Viva Melhor em Boa Forma; Xtreme.
Impresa	<b>Medipress</b>	Activa; Arquitectura & Construção; Barbie; Boa Mesa; Cabovisão Magazine; Caras; Caras Decoração; Casa Cláudia; Casa Cláudia Ideias; Certa; Exame; Exame Informática; FHM; Jornal de Letras, Artes e Ideias; Rotas do Mundo; Stuff; Super Interessante; Telenovelas; Turbo; TV Mais; Unibanco; Visão; Visão Júnior; Visão Vida & Viagens; Witch
	<b>Hearst Edimpresa</b>	Cosmopolitan
Motorpress	<b>Motorpress</b>	Auto-Hoje; Autohoje TT; Automagazine; Bike Magazine; Connect; Guia do Automóvel; Maxi Tuning; Men's Health; Motociclismo; Motor Clássico; Pais & Filhos; Sport Life
Media Capital	<b>MCE</b>	Casas de Portugal; Lux; Lux Woman; Maxmen; Vaqueiro Saberes e Sabores
RBA II Publicações	<b>RBA II Publicações</b>	Elle; Ragazza
Seleções do Reader's Digest Portugal	<b>Seleções do Reader's Digest Portugal</b>	Selecciones do Reader's Digest

Fonte: APCT. Edição OberCom.

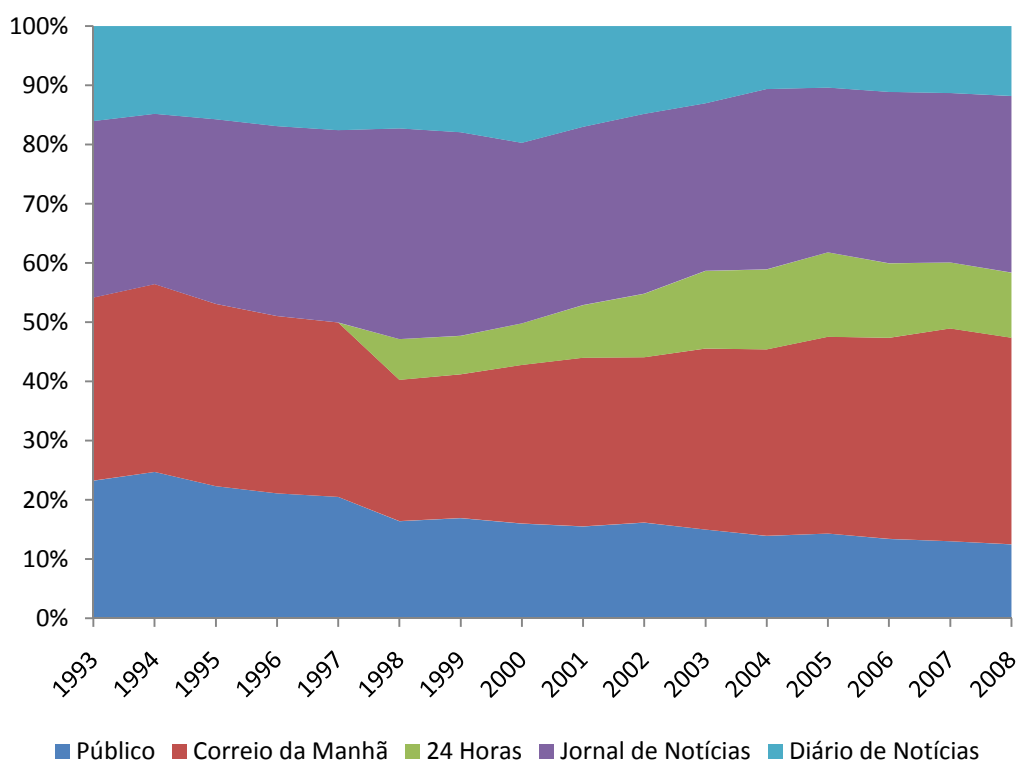
## Quotas de mercado: evolução da repartição do poder de mercado

Quadro 34 - Repartição das quotas de mercado no segmento dos diários de informação geral (%), 1993 a 2008

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Público	23,3	24,7	22,3	21,1	20,5	16,4	16,9	16,0	15,5	16,2	15,0	13,9	14,3	13,4	13,0	12,5
Correio da Manhã	30,9	31,7	30,8	29,9	29,5	23,9	24,3	26,8	28,5	27,9	30,6	31,5	33,2	34,0	35,9	34,9
24 Horas						6,9	6,5	7,0	8,9	10,7	13,1	13,5	14,3	12,6	11,2	11,0
Jornal de Notícias	29,8	28,8	31,2	32,1	32,5	35,6	34,4	30,5	30,1	30,4	28,3	30,4	27,8	29,0	28,6	29,8
Diário de Notícias	16,0	14,8	15,7	16,9	17,5	17,3	17,9	19,7	17,0	14,8	13,0	10,6	10,4	11,1	11,3	11,8

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 17 - Evolução das quotas de mercado no segmento dos jornais gratuitos (2001 a 2008)



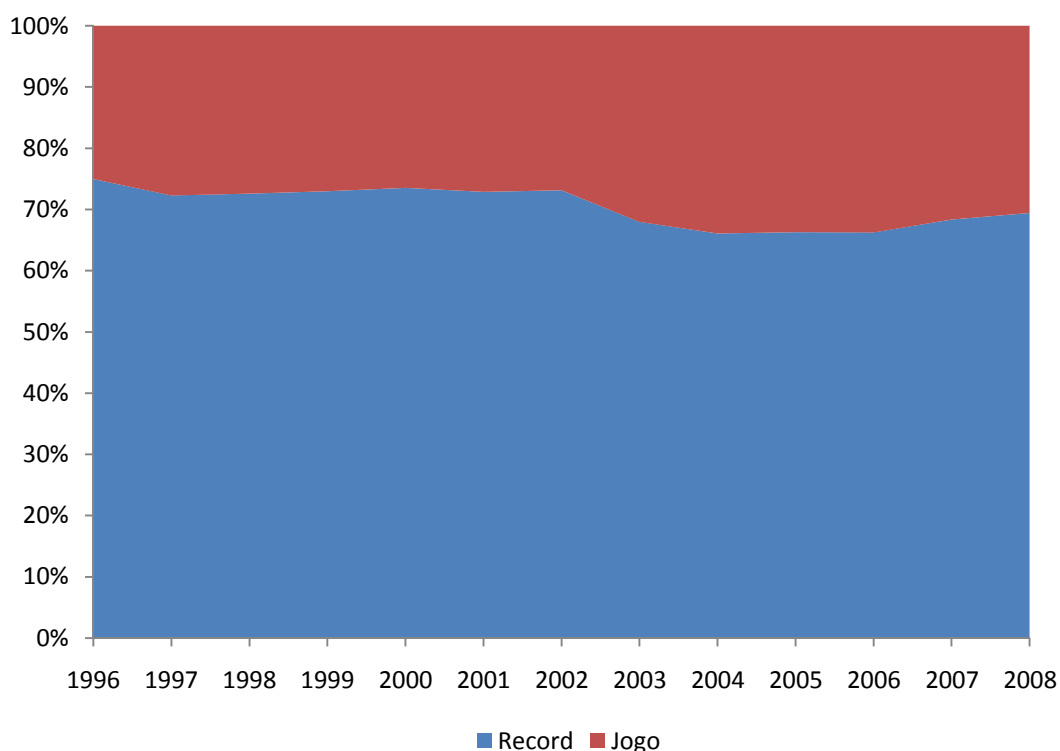
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 35 - Repartição das quotas de mercado no segmento dos diários desportivos (%), 1996 a 2008

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Record	75,0	72,3	72,6	73,0	73,6	72,9	73,2	68,0	66,1	66,3	66,3	68,4	69,4
Jogo	25,0	27,7	27,4	27,0	26,4	27,1	26,8	32,0	33,9	33,7	33,7	31,6	30,6

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 18 - Evolução das quotas de mercado no segmento dos diários desportivos (1996 a 2008)



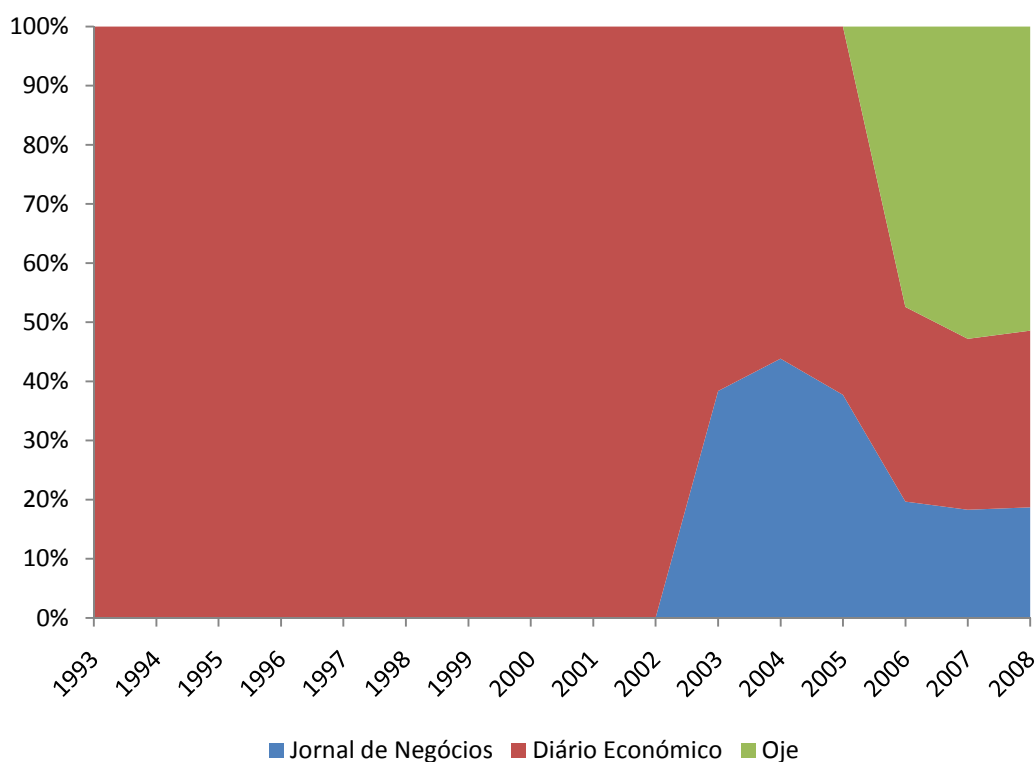
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 36 - Repartição das quotas de mercado no segmento dos diários de Economia e Finanças (%), 1993 a 2008

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Jornal de Negócios											38,4	43,8	37,7	19,7	18,3	18,7
Diário Económico	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	61,6	56,2	62,3	32,9	28,9	29,9
Oje														47,4	52,8	51,4

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 19 - Evolução da circulação paga por edição no segmento dos diários de Economia e Finanças (1993 a 2008)



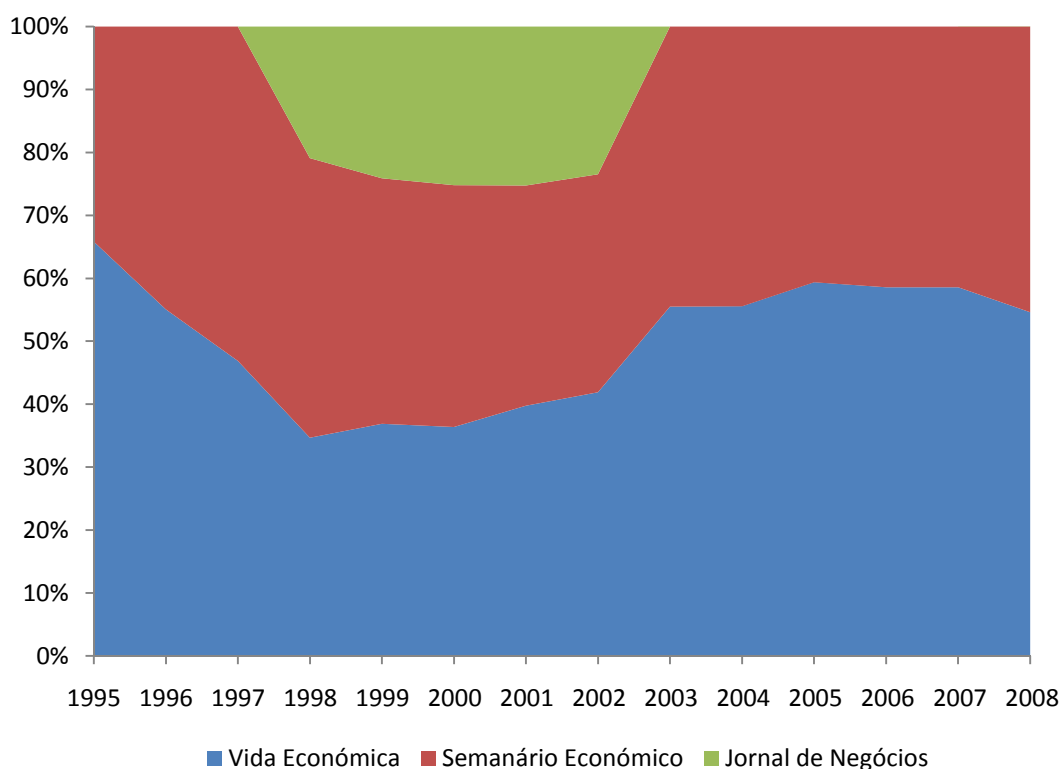
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 37 - Repartição das quotas de mercado no segmento dos semanários de Economia e Finanças (%), 1995 a 2008

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Vida Económica	65,8	55,1	46,9	34,7	36,9	36,4	39,7	41,9	55,5	55,6	59,4	58,6	58,6	54,6
Semanário Económico	34,2	44,9	53,1	44,4	39,0	38,4	35,0	34,6	44,5	44,4	40,6	41,4	41,4	45,4
Jornal de Negócios				20,9	24,1	25,2	25,2	23,5						

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 20 - Evolução da circulação paga por edição no segmento dos semanários de Economia e Finanças (1995 a 2008)



Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 38 - Repartição das quotas de mercado no segmento dos semanários e "newsmagazines" de Informação Geral (%), 1985 a 2008

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Courrier Internacional												
O Crime												9,1
Tal & Qual	41,0	37,1	34,2	28,5	24,9	24,4	22,9	23,2	17,5	17,2	14,6	14,2
Expresso	59,0	62,9	65,8	55,5	56,0	55,7	54,6	49,3	43,4	42,6	42,9	40,1
O Independente				16,0	19,2	19,9	22,6	27,5	25,2	25,4	27,4	20,4
Sábado												
Focus												
Visão									13,9	14,8	15,0	16,2

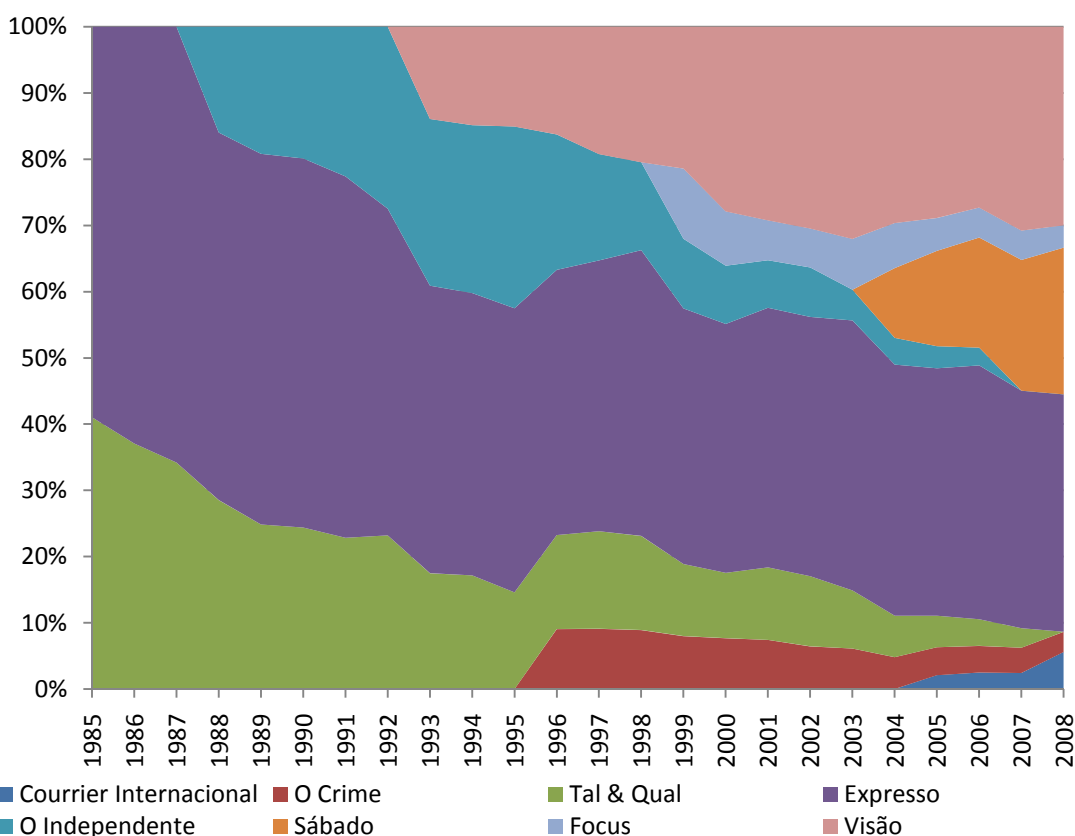
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 39 - Repartição das quotas de mercado no segmento dos semanários e "newsmagazines" de Informação Geral (%), 1985 a 2008 - Continuação

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Courrier Internacional									2,1	2,5	2,4	5,6
O Crime	9,1	8,9	8,0	7,7	7,4	6,5	6,1	4,8	4,2	4,1	3,9	3,1
Tal & Qual	14,7	14,2	10,9	9,9	10,9	10,6	8,8	6,3	4,8	4,0	2,9	
Expresso	40,9	43,1	38,6	37,6	39,2	39,1	40,8	37,9	37,4	38,3	35,9	35,8
O Independente	16,1	13,3	10,5	8,8	7,2	7,5	4,6	4,0	3,3	2,7		
Sábado								10,5	14,4	16,6	19,7	22,2
Focus			10,6	8,2	6,0	5,9	7,7	6,8	5,0	4,5	4,5	3,4
Visão	19,2	20,4	21,4	27,9	29,2	30,4	32,0	29,6	28,9	27,3	30,8	30,0

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 21 - Evolução das quotas de mercado no segmento dos semanários e "newsmagazines" de informação geral (1985 a 2008)



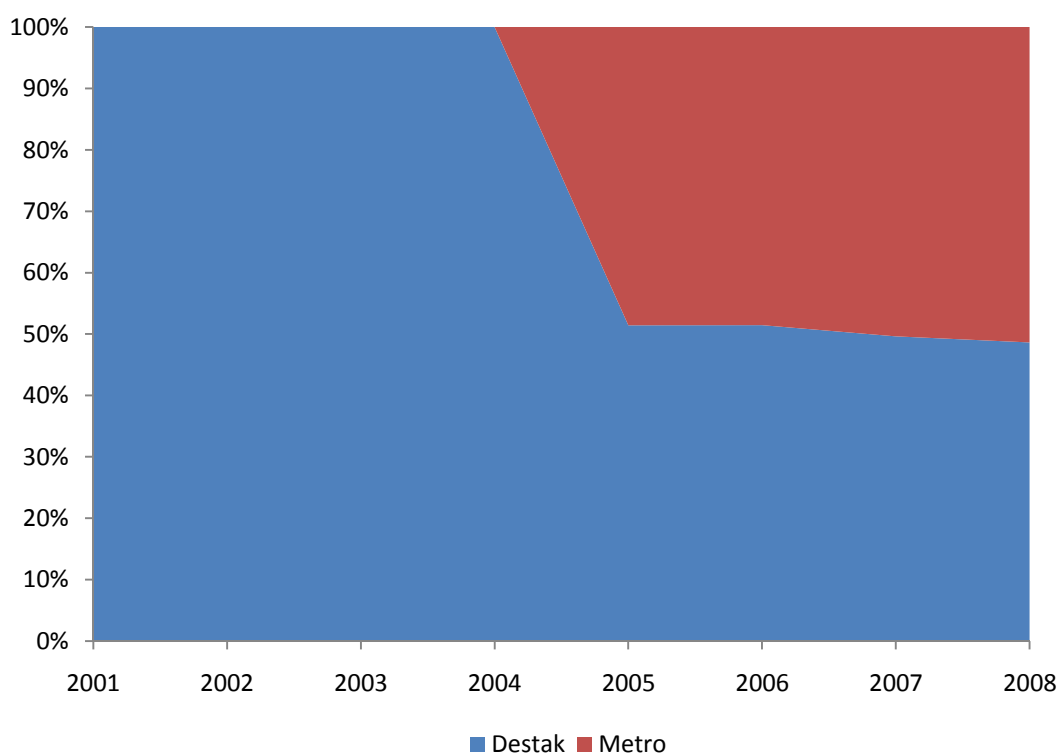
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 40 - Repartição das quotas de mercado no segmento dos jornais gratuitos (%), 2001 a 2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Destak	100	100	100	100	51,4	51,5	49,6	48,6
Metro					48,6	48,5	50,4	51,4

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 22 - Evolução das quotas de mercado no segmento dos jornais gratuitos (2001 a 2008)



Fonte: APCT. Edição OberCom.

## Distribuição dos jornais por principais distritos

### Diários nacionais de informação geral

Quadro 41 - Distribuição geográfica dos diários nacionais de informação geral (%), 2005

	24 Horas	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Jornal de Notícias	Público
Lisboa	39,77	46,35	63,71	3,5	41,43
Porto	12,85	1,21	4,27	61,31	22,04
Setúbal	9,55	15,22	8,45	0,78	5,36
Braga	4,64	0,66	1,27	10,35	4,18
Faro	4,67	10,93	4,94	0,97	4,4
Aveiro	4,79	1,1	1,45	9,86	4,06
Coimbra	4,46	2,19	2,16	1,3	4,09
Leiria	3,08	5,71	2,51	0,57	2,3
Santarém	3,49	6,02	3,05	0,43	1,96
Évora	1,79	2,08	1,36	0,14	1,09
Viana do Castelo	1,7	0,39	0,57	4,46	1,61

Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 42 - Distribuição geográfica dos diários nacionais de informação geral (%), 2006

	24 Horas	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Jornal de Notícias	Público
Lisboa	38,40	44,92	60,67	3,15	41,78
Porto	13,39	1,32	5,27	61,16	22,70
Setúbal	9,93	15,29	8,66	0,75	5,36
Braga	4,58	0,77	1,65	10,73	4,00
Faro	5,05	11,06	5,03	0,93	4,29
Aveiro	4,93	1,22	1,87	10,05	3,96
Coimbra	4,47	2,31	2,37	1,25	3,87
Leiria	3,07	5,92	2,69	0,55	2,36
Santarém	3,46	6,09	3,05	0,41	1,83
Évora	1,80	2,13	1,30	0,13	1,09
Viana do Castelo	1,72	0,46	0,69	4,58	1,56

Fonte: APCT. Edição OberCom.



Quadro 43 - Distribuição geográfica dos diários nacionais de informação geral (%), 2007

	24 Horas	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Jornal de Notícias	Público
Lisboa	38,04	43,29	58,12	4,46	42,73
Porto	12,76	1,44	8,98	61,00	22,50
Setúbal	10,17	15,40	8,33	0,53	5,06
Braga	4,73	0,85	1,45	10,74	3,75
Faro	5,34	11,50	5,04	0,87	4,24
Aveiro	5,04	1,35	1,71	9,88	3,83
Coimbra	4,45	2,36	2,27	1,11	3,96
Leiria	3,04	5,96	2,58	0,45	2,38
Santarém	3,58	6,17	3,02	0,30	1,77
Évora	1,85	2,21	1,29	0,09	1,01
Viana do Castelo	1,77	0,51	0,67	4,56	1,56

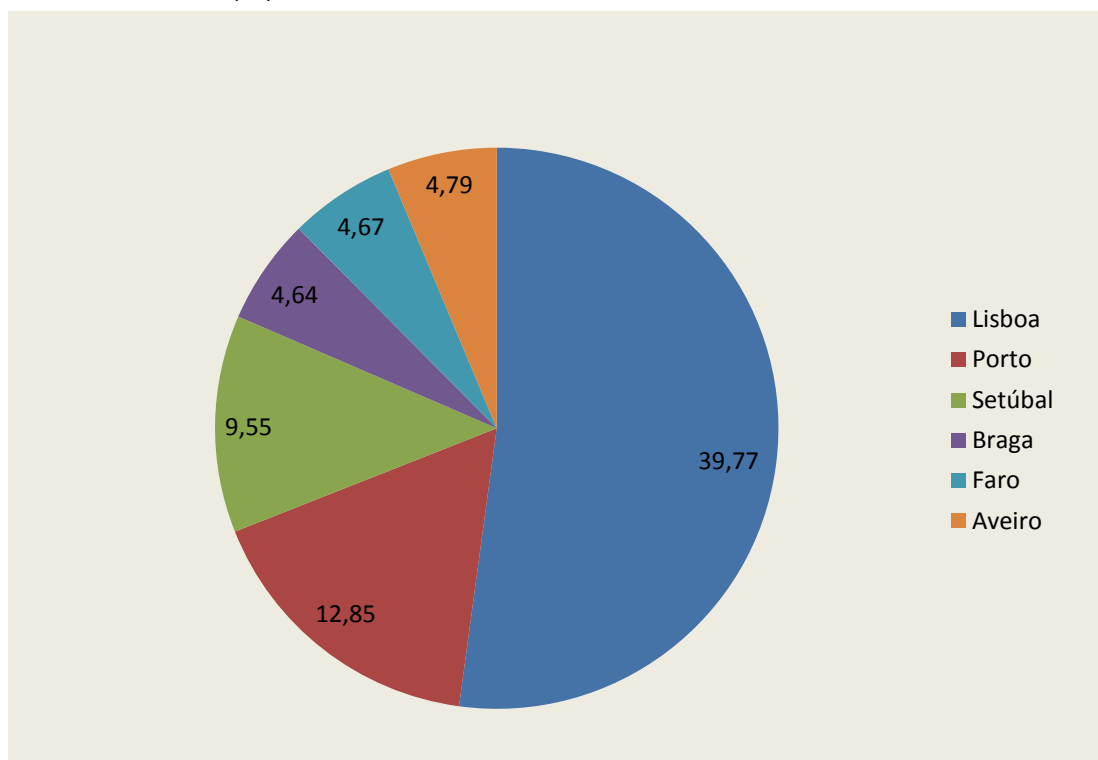
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Quadro 44 - Distribuição geográfica dos diários nacionais de informação geral (%), 2008

	24 Horas	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Jornal de Notícias	Público
Lisboa	37,08	42,25	55,58	4,55	45,60
Porto	13,84	1,84	9,17	60,87	20,91
Setúbal	10,14	15,17	8,86	0,60	4,63
Braga	4,98	0,95	1,78	10,67	3,68
Faro	4,93	11,49	5,14	0,83	3,98
Aveiro	5,31	1,52	2,04	9,86	3,80
Coimbra	4,41	2,49	2,51	1,11	3,54
Leiria	2,93	5,95	2,73	0,47	2,18
Santarém	3,65	6,27	3,19	0,31	1,65
Évora	1,81	2,23	1,34	0,10	0,91
Viana do Castelo	1,83	0,57	0,74	4,49	1,52

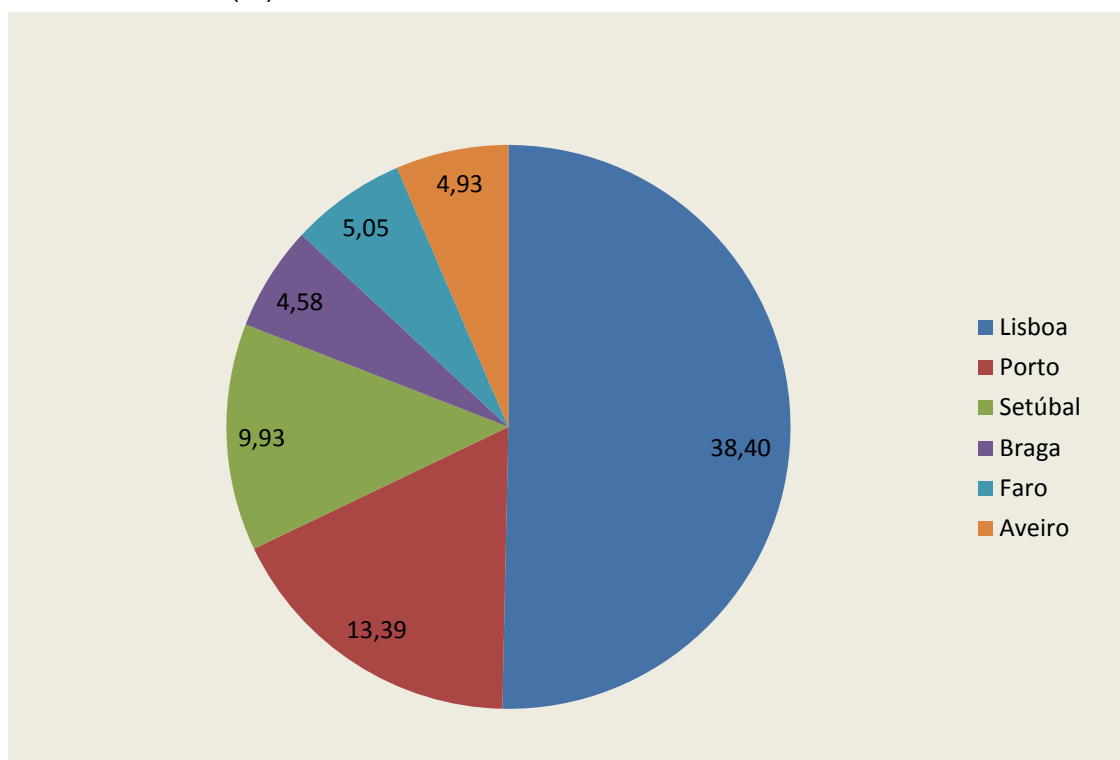
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 23 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – 24 Horas (%), 2005



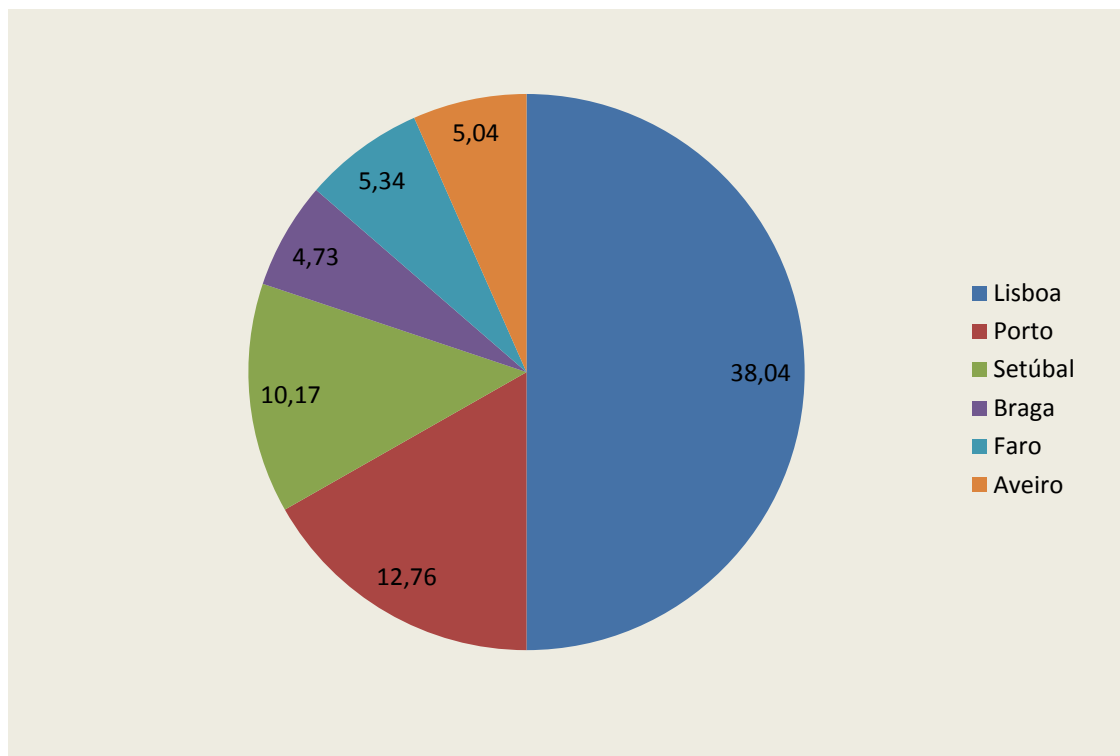
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 24 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – 24 Horas (%), 2006



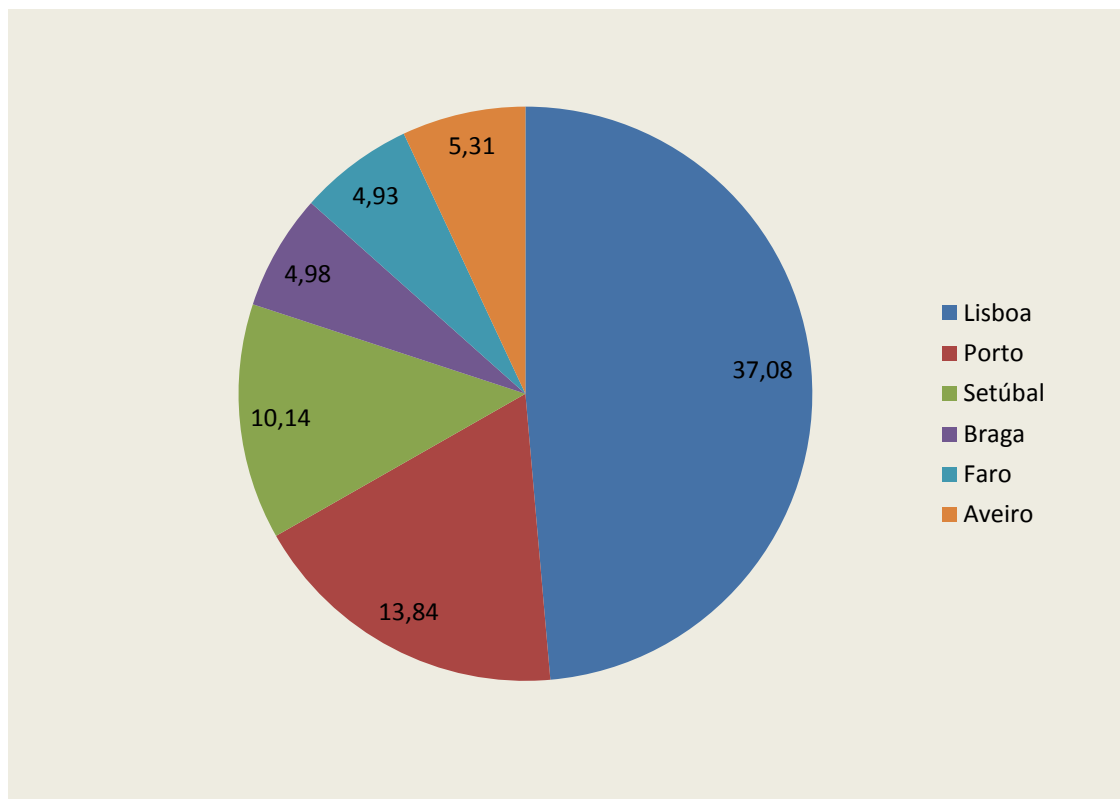
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 25 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – 24 Horas (%), 2007



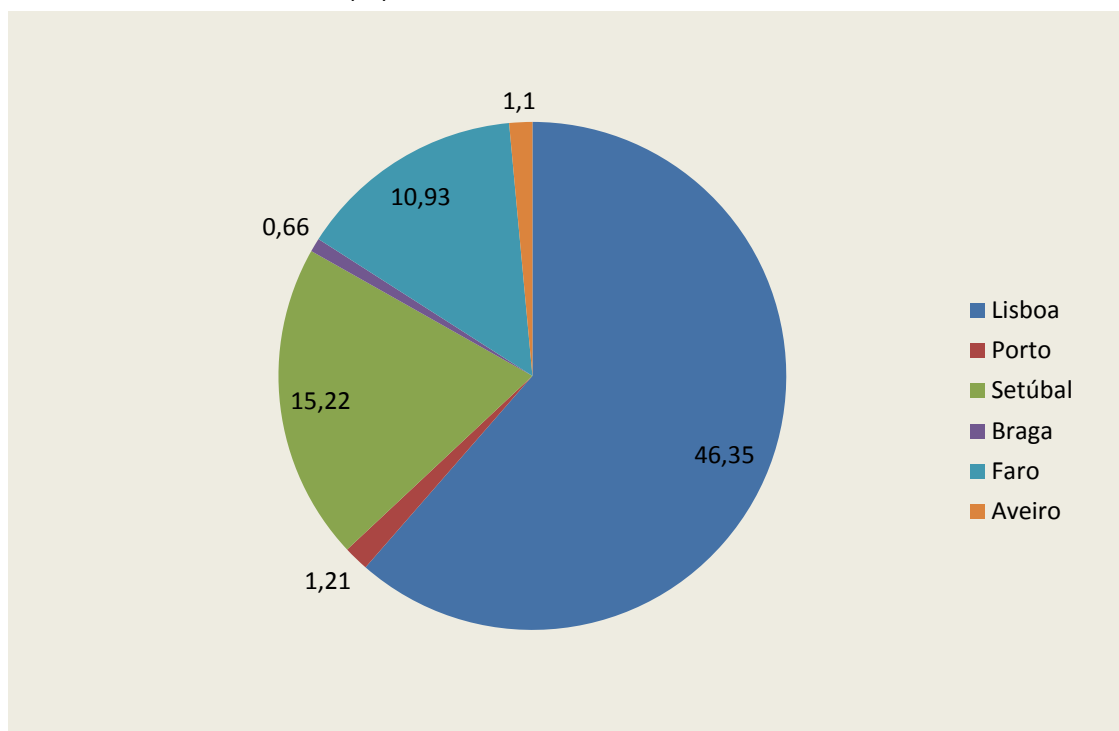
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 26 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – 24 Horas (%), 2008



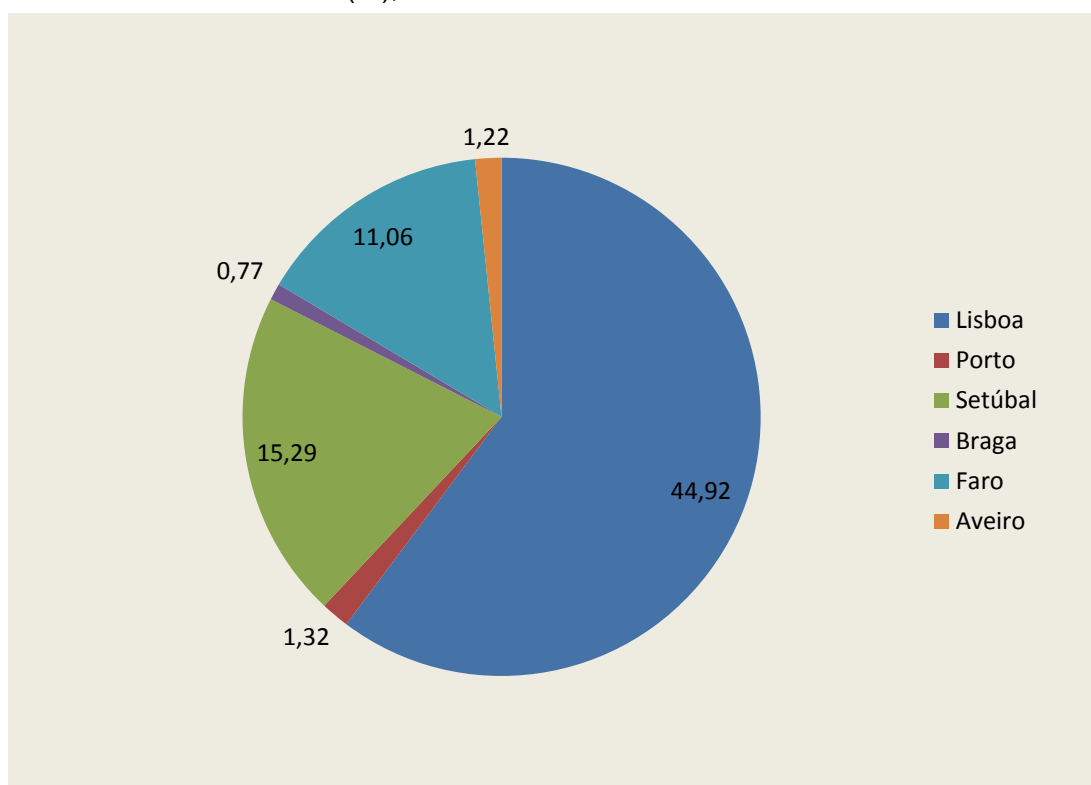
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 27 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Correio da Manhã (%), 2005



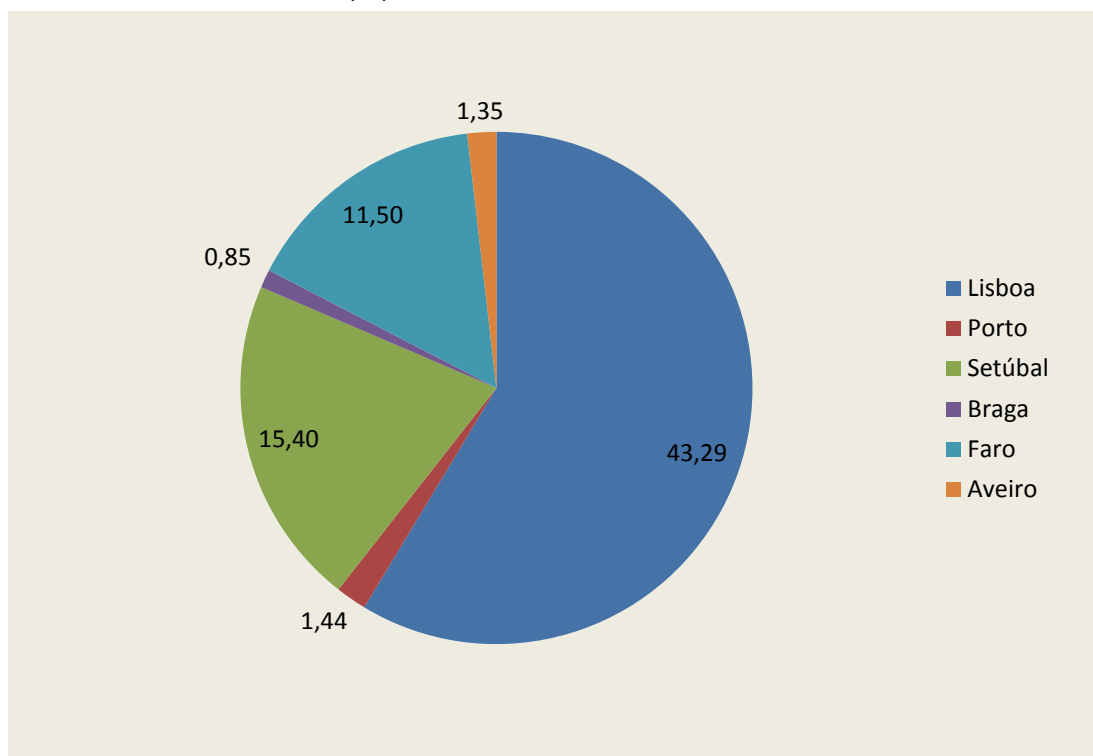
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 28 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Correio da Manhã (%), 2006



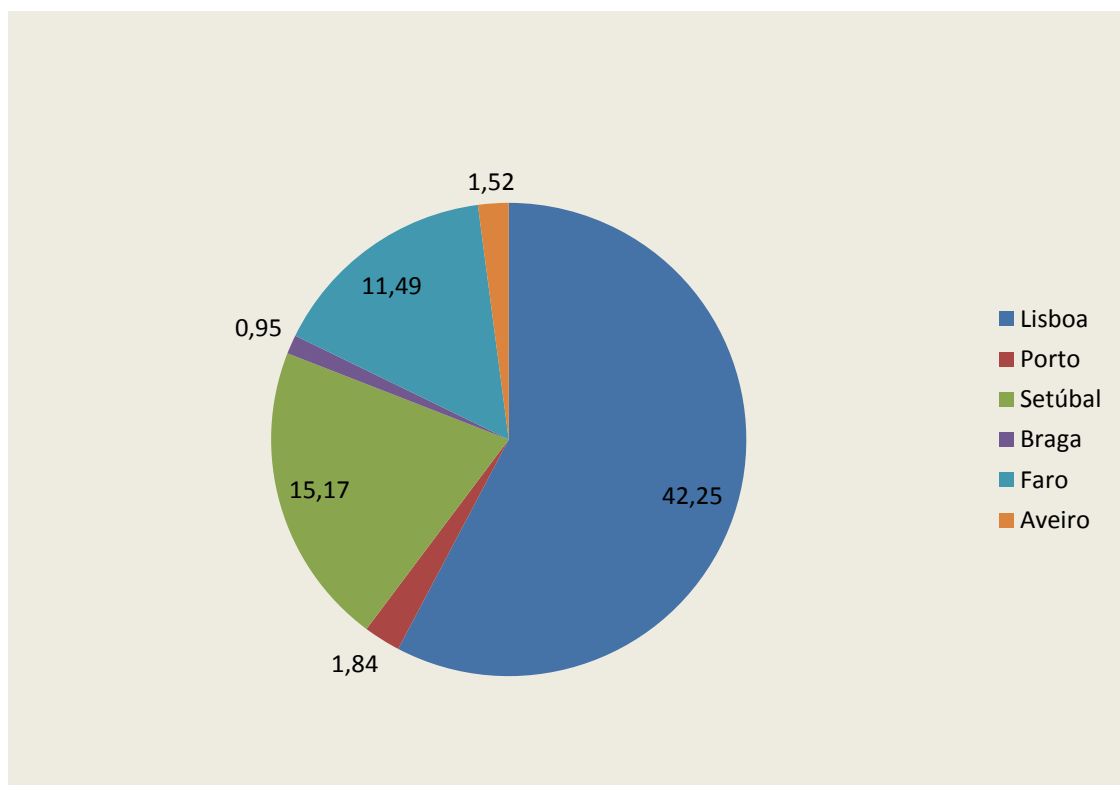
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 29 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Correio da Manhã (%), 2007



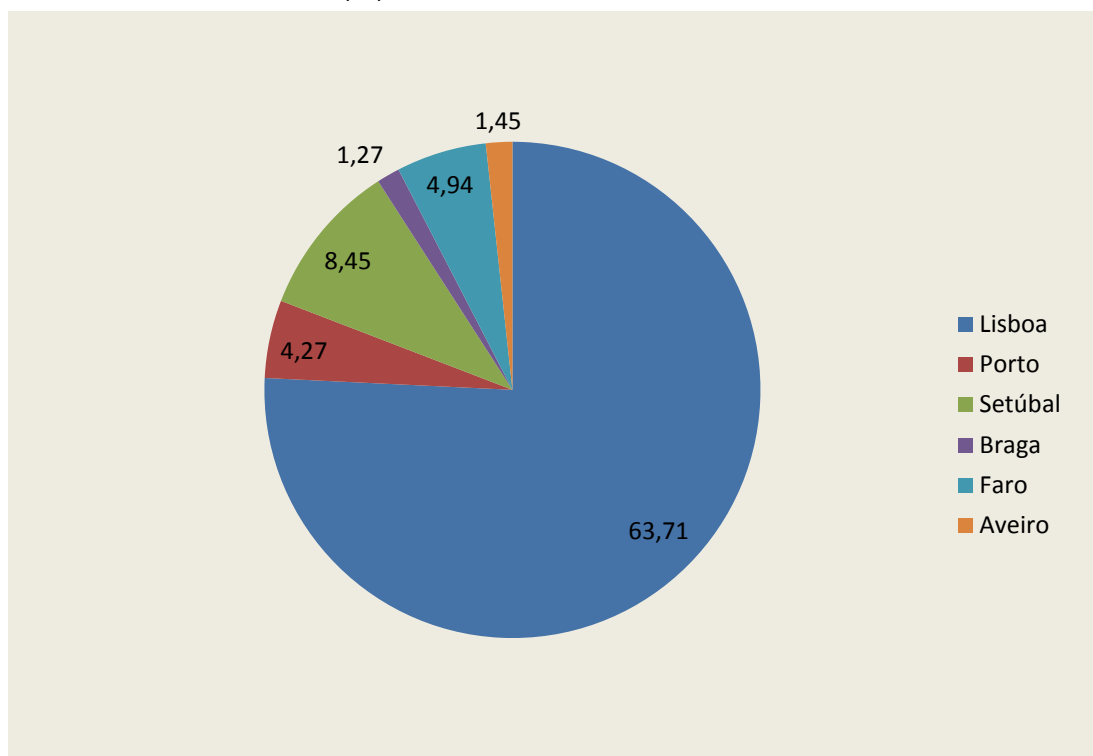
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 30 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Correio da Manhã (%), 2008



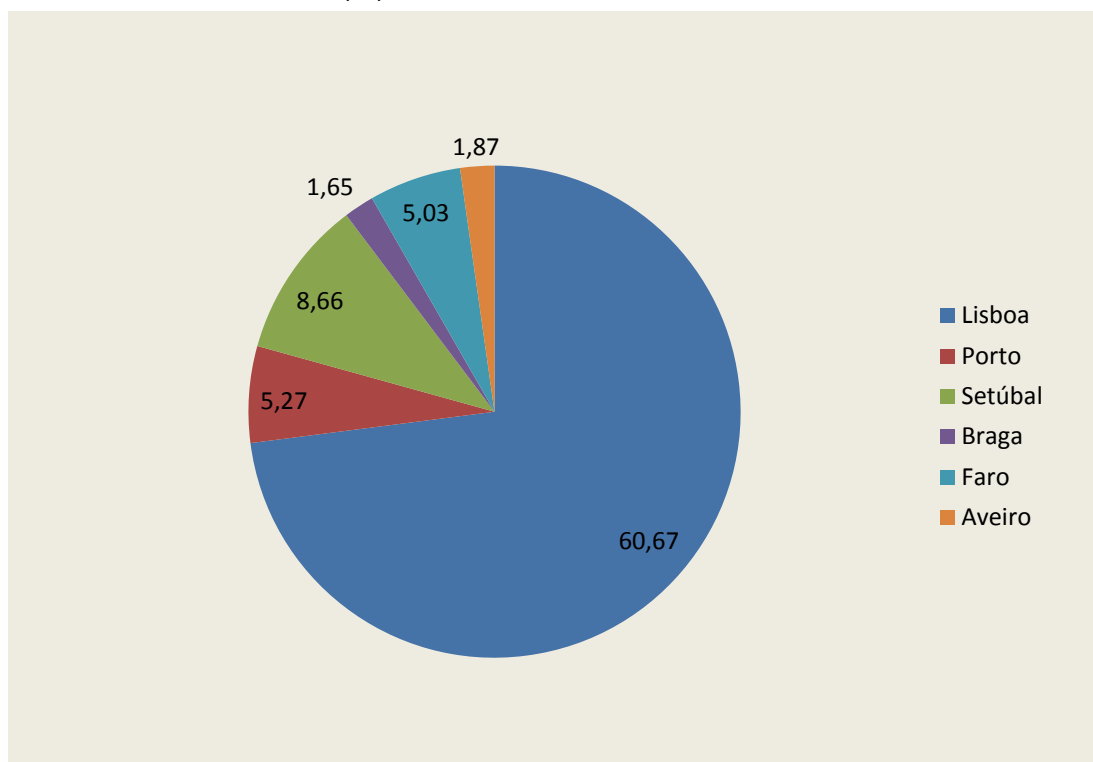
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 31 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Diário de Notícias (%), 2005



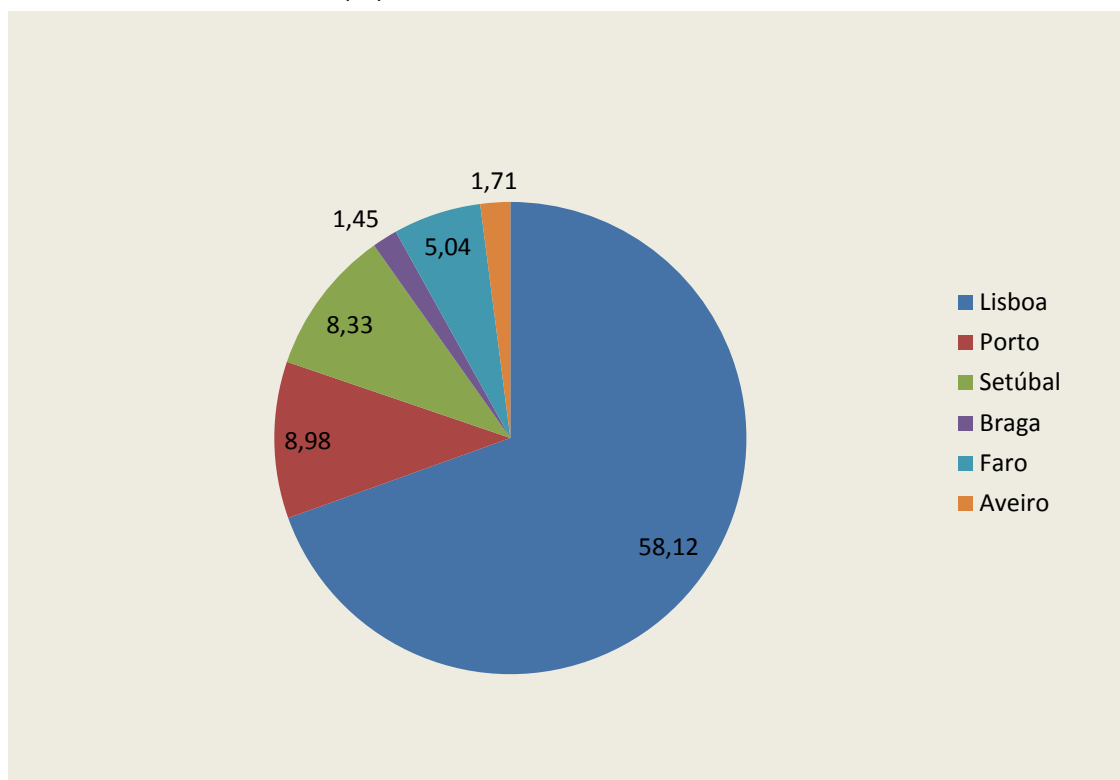
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 32 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Diário de Notícias (%), 2006



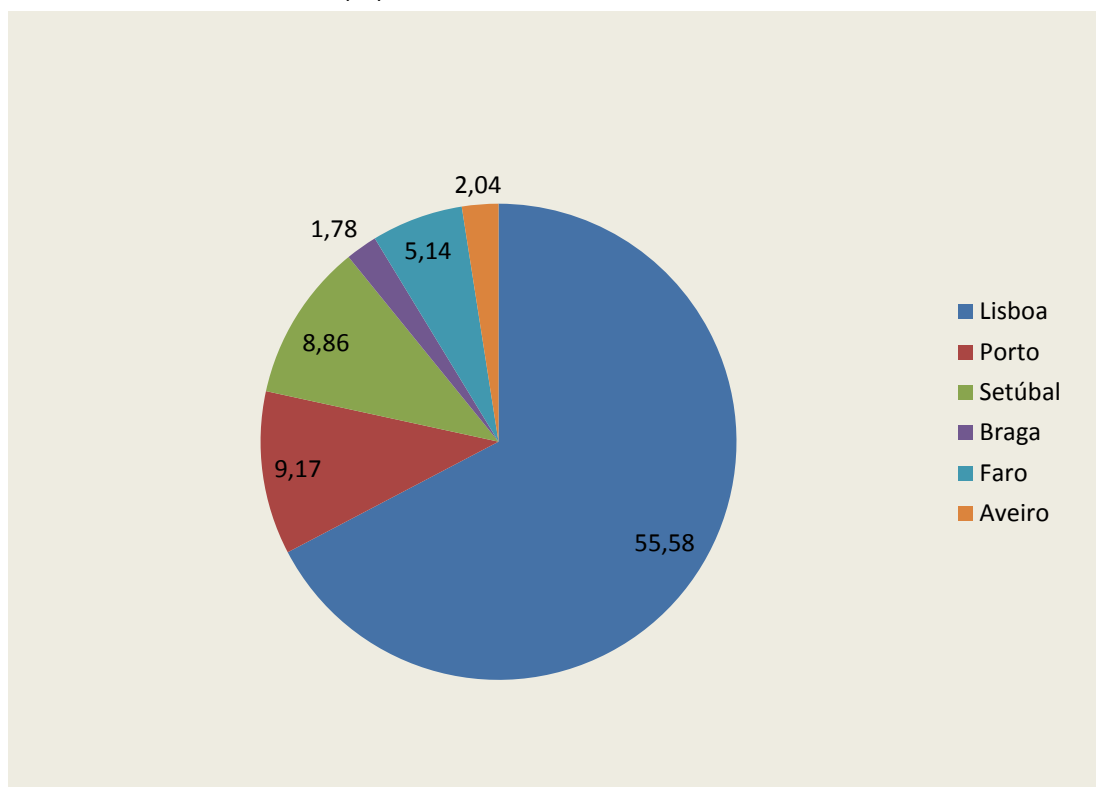
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 33 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Diário de Notícias (%), 2007



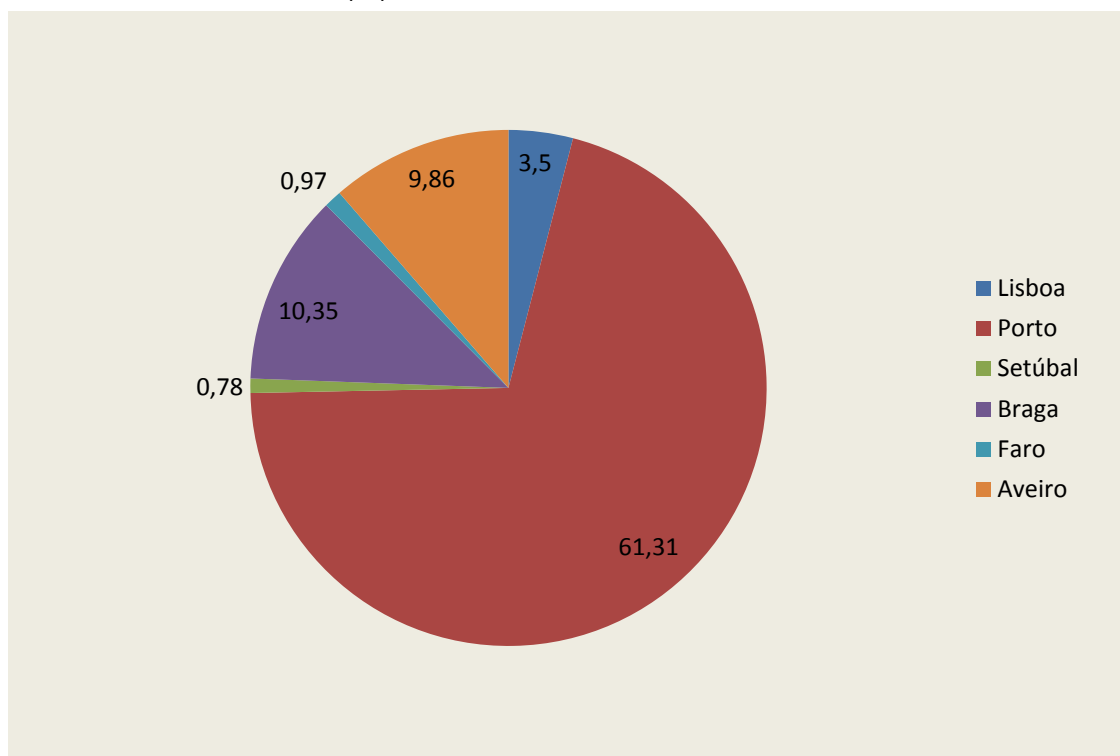
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 34 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Diário de Notícias (%), 2008



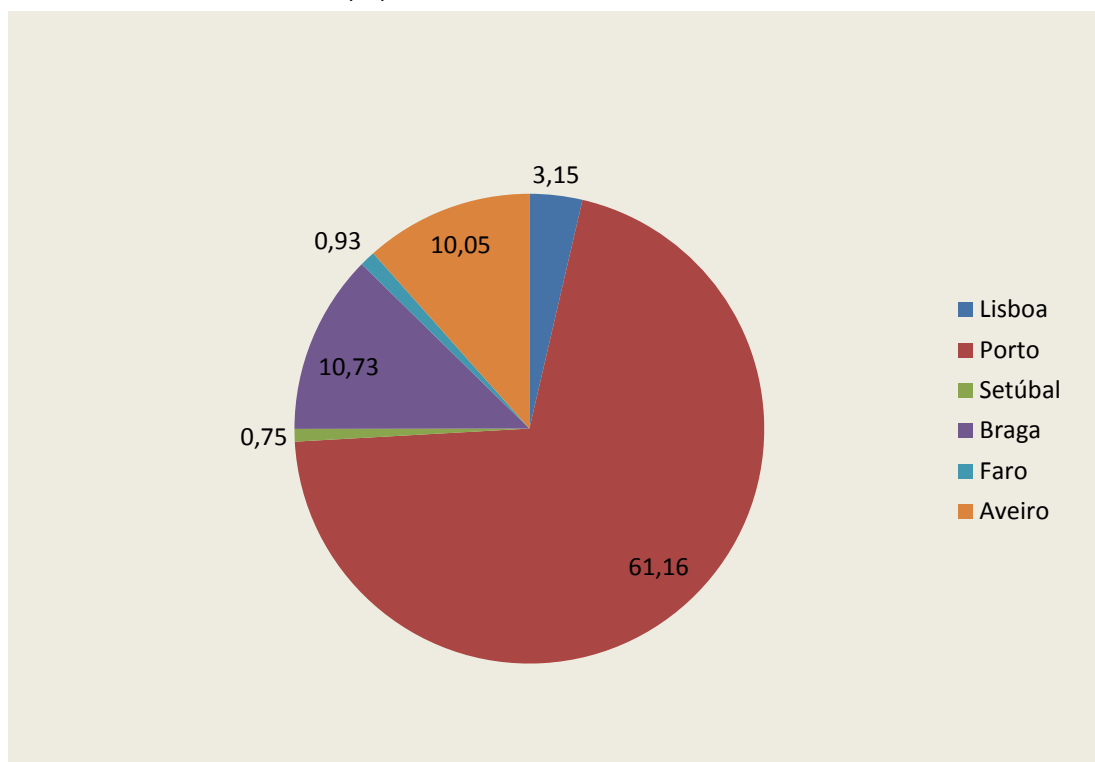
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 35 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Jornal de Notícias (%), 2005



Fonte: APCT. Edição OberCom.

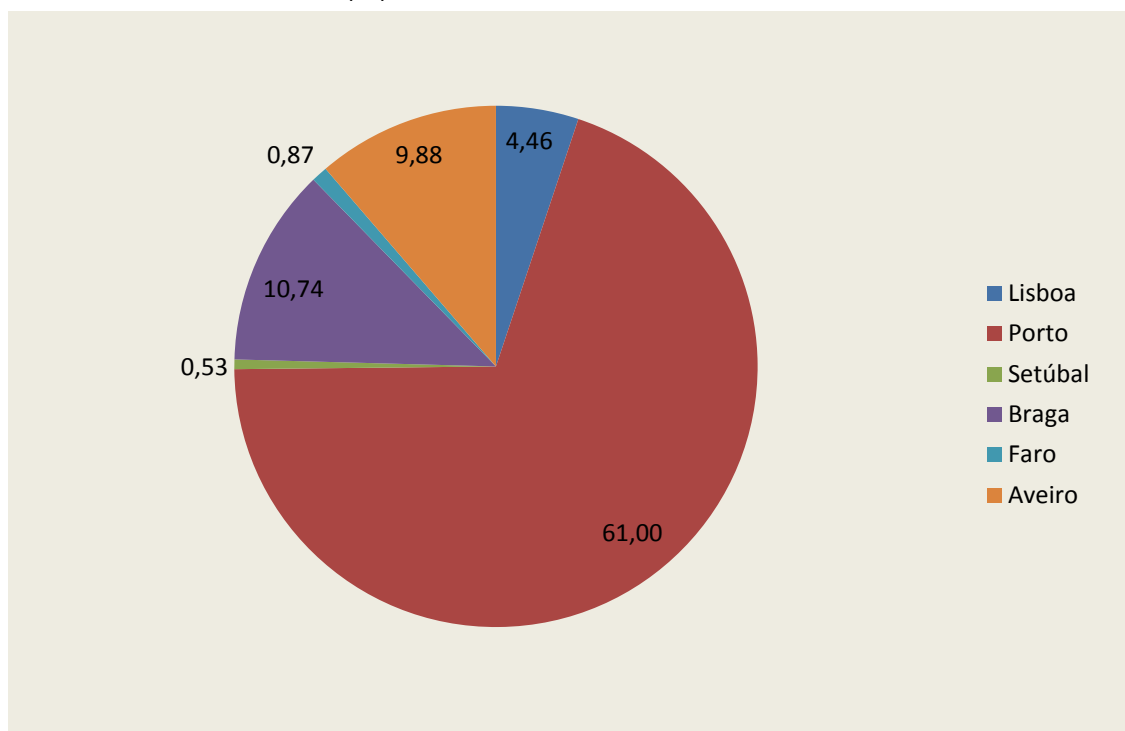
Figura 36 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Jornal de Notícias (%), 2006



Fonte: APCT. Edição OberCom.

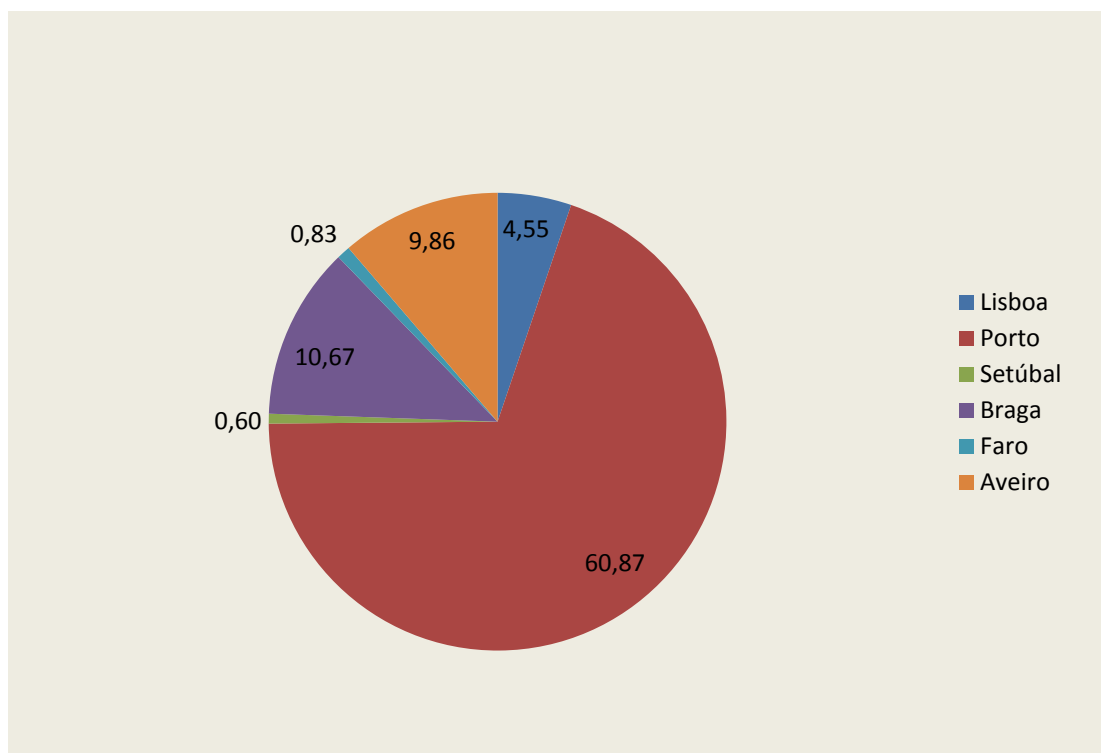


Figura 37 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Jornal de Notícias (%), 2007



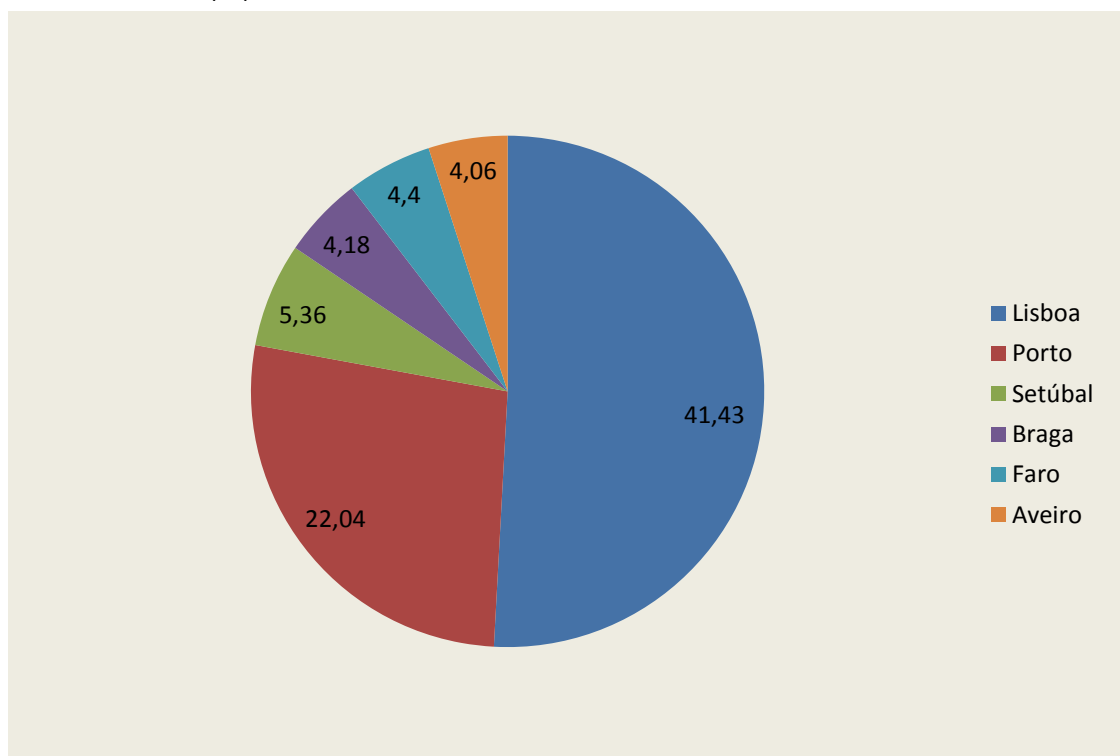
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 38 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Jornal de Notícias (%), 2008



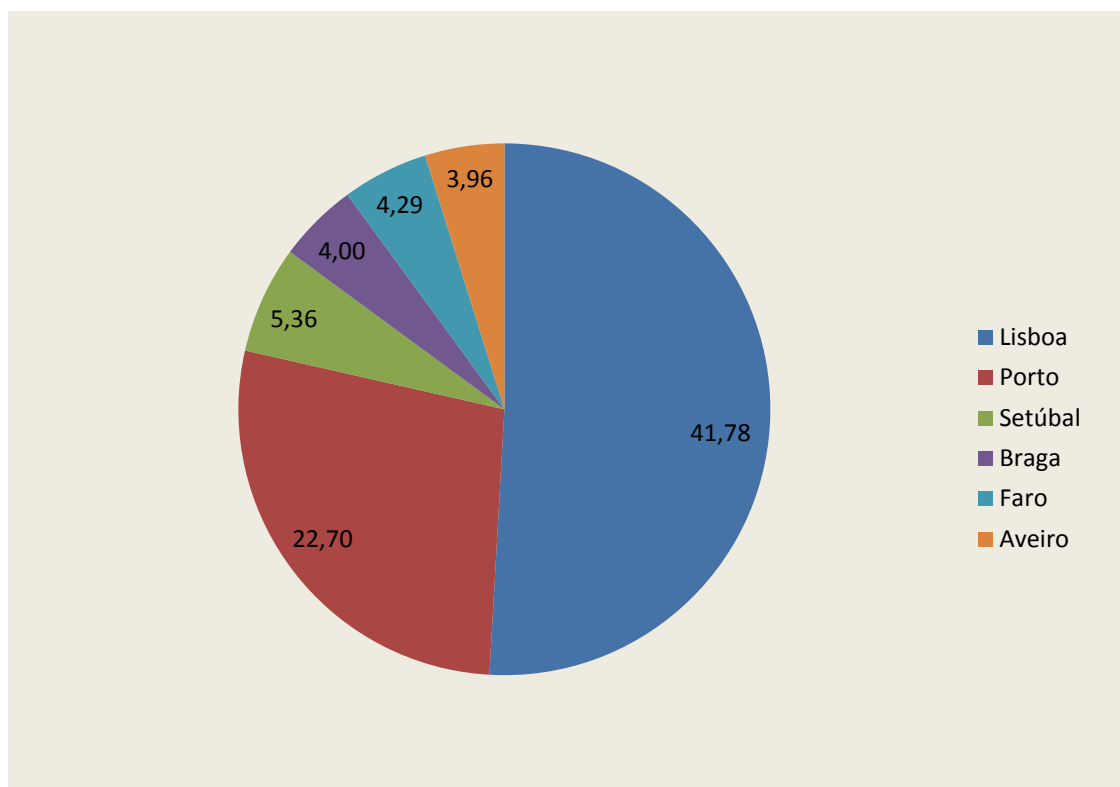
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 39 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Público (%), 2005



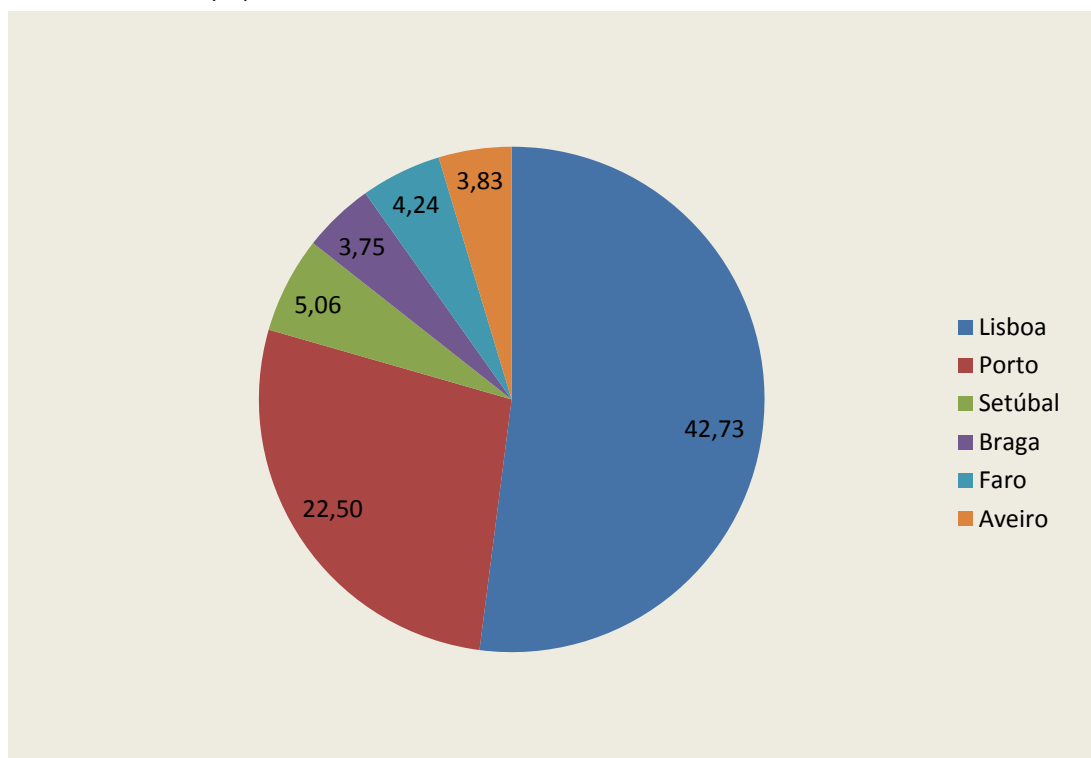
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 40 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Público (%), 2006



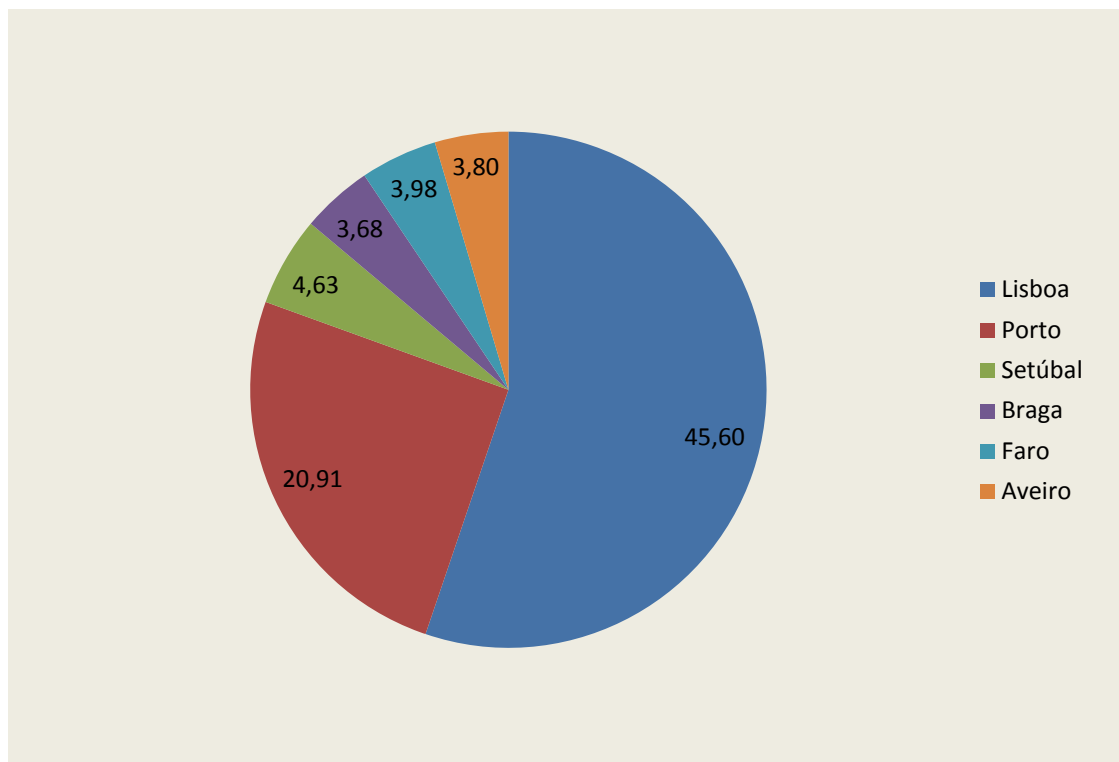
Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 41 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Público (%), 2007



Fonte: APCT. Edição OberCom.

Figura 42 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Nacionais de Informação Geral – Público (%), 2008



Fonte: APCT. Edição OberCom.

## Jornais Desportivos

Quadro 45 - Distribuição geográfica dos diários desportivos (%), 2005

	<b>A Bola</b>	<b>Record</b>	<b>O Jogo</b>
Lisboa	-	32,59	8,89
Porto	-	8,19	48,18
Setúbal	-	11,5	2,96
Braga	-	5,32	11,37
Faro	-	8,31	3,3
Aveiro	-	5,25	9,38
Coimbra	-	4,59	1,98
Leiria	-	4,25	1,42
Santarém	-	4,31	1,19

Fonte: APCT. Edição Obercom.

Quadro 46 - Distribuição geográfica dos diários desportivos (%), 2006

	<b>A Bola</b>	<b>Record</b>	<b>O Jogo</b>
Lisboa	-	32,69	9,19
Porto	-	8,09	48,14
Setúbal	-	11,54	2,86
Braga	-	5,40	11,81
Faro	-	8,48	2,96
Aveiro	-	5,17	9,49
Coimbra	-	4,50	1,97
Leiria	-	4,28	1,22
Santarém	-	4,24	1,10

Fonte: APCT. Edição Obercom.

Quadro 47 - Distribuição geográfica dos diários desportivos (%), 2007

	<b>A Bola</b>	<b>Record</b>	<b>O Jogo</b>
Lisboa	-	32,48	9,49
Porto	-	8,17	48,73
Setúbal	-	11,77	2,65
Braga	-	5,44	12,35
Faro	-	8,57	2,74
Aveiro	-	5,22	9,49
Coimbra	-	4,41	1,78
Leiria	-	4,24	1,17
Santarém	-	4,20	1,00

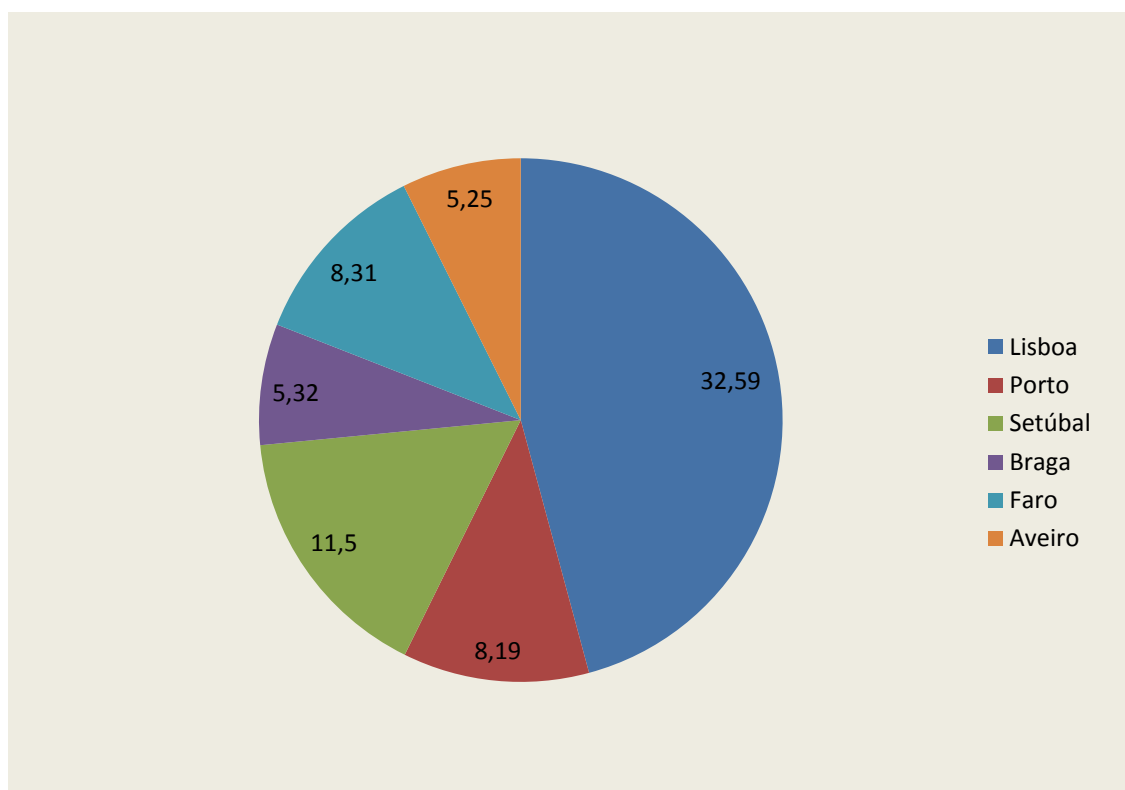
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Quadro 48 - Distribuição geográfica dos diários desportivos (%), 2008

	A Bola	Record	O Jogo
Lisboa	-	32,06	8,92
Porto	-	8,08	48,34
Setúbal	-	11,88	2,72
Braga	-	5,39	12,92
Faro	-	8,84	2,85
Aveiro	-	5,25	9,63
Coimbra	-	4,48	1,75
Leiria	-	4,21	1,18
Santarém	-	4,19	1,02

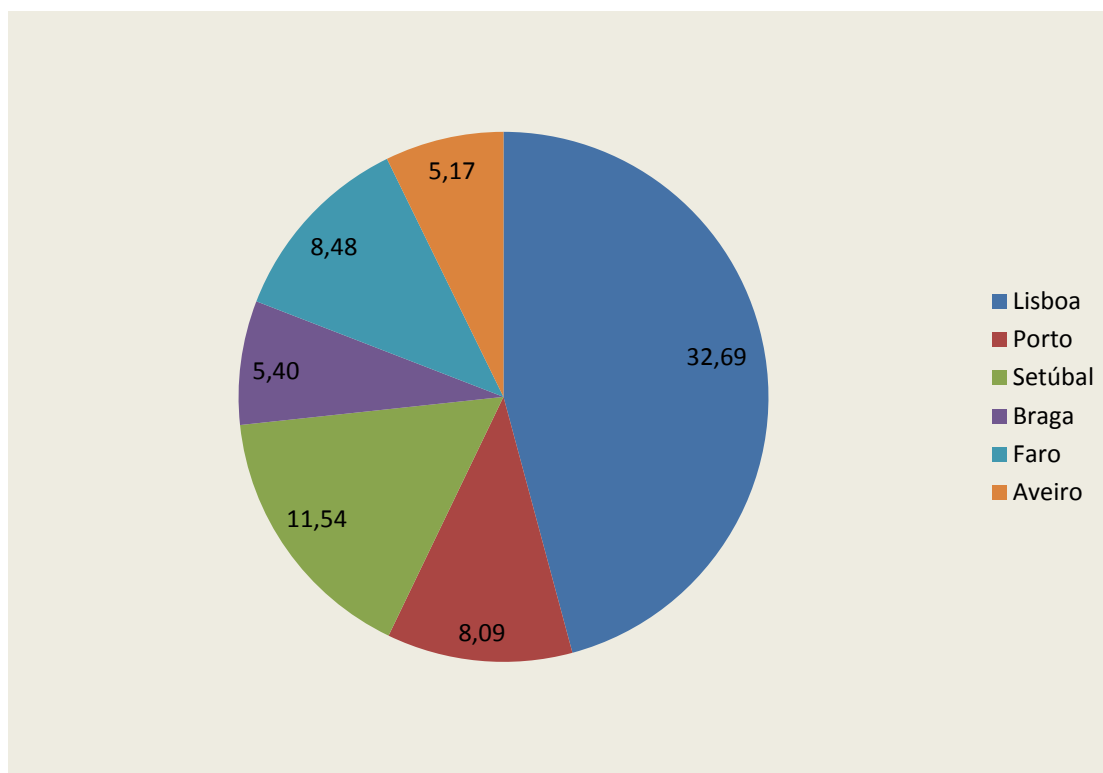
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 43 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – Record (%), 2005



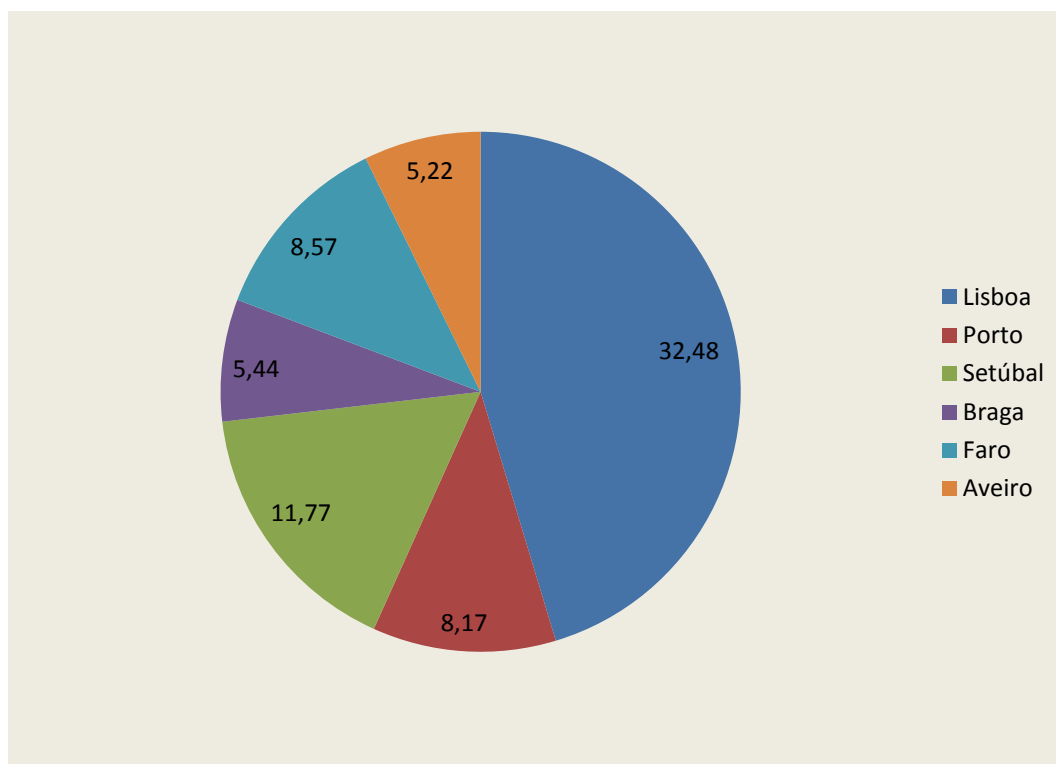
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 44 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – Record (%), 2006



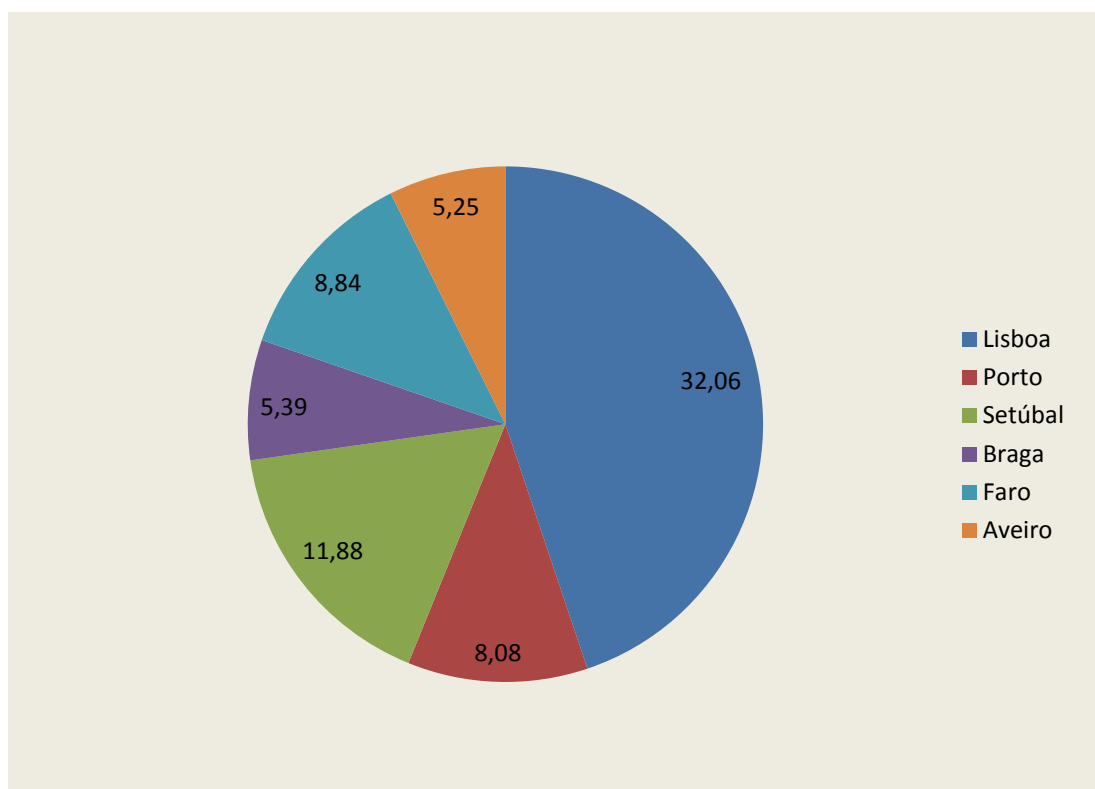
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 45 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – Record (%), 2007



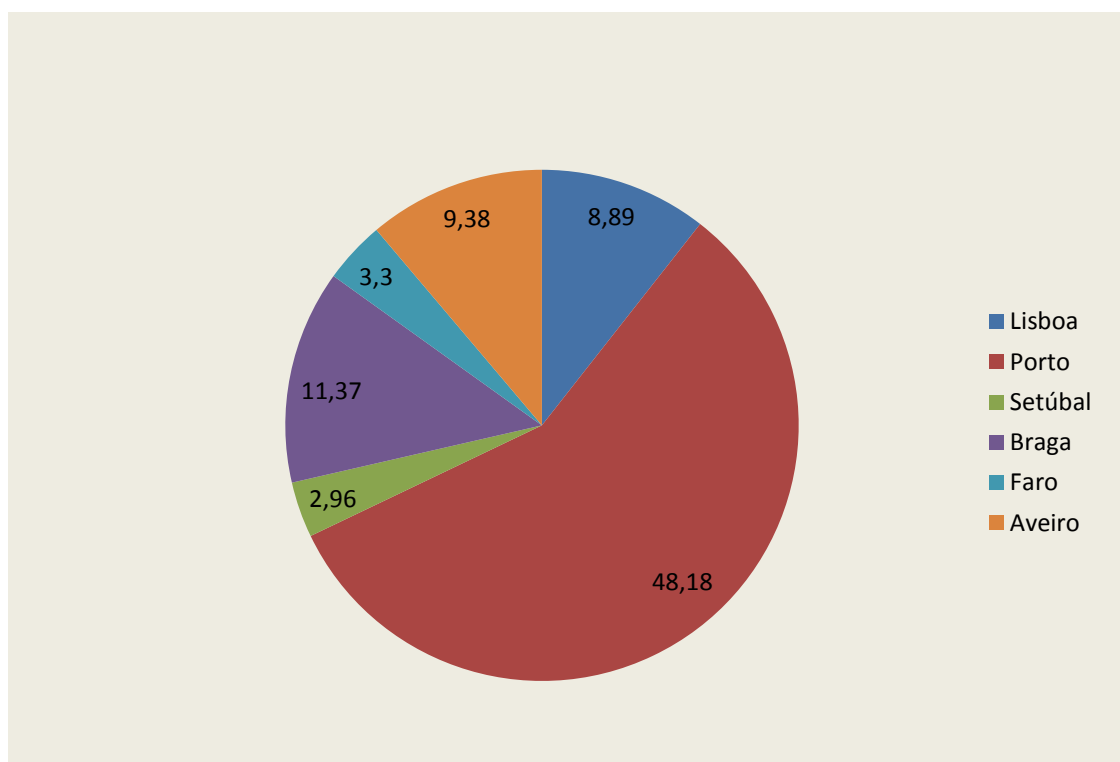
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 46 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – Record (%), 2008



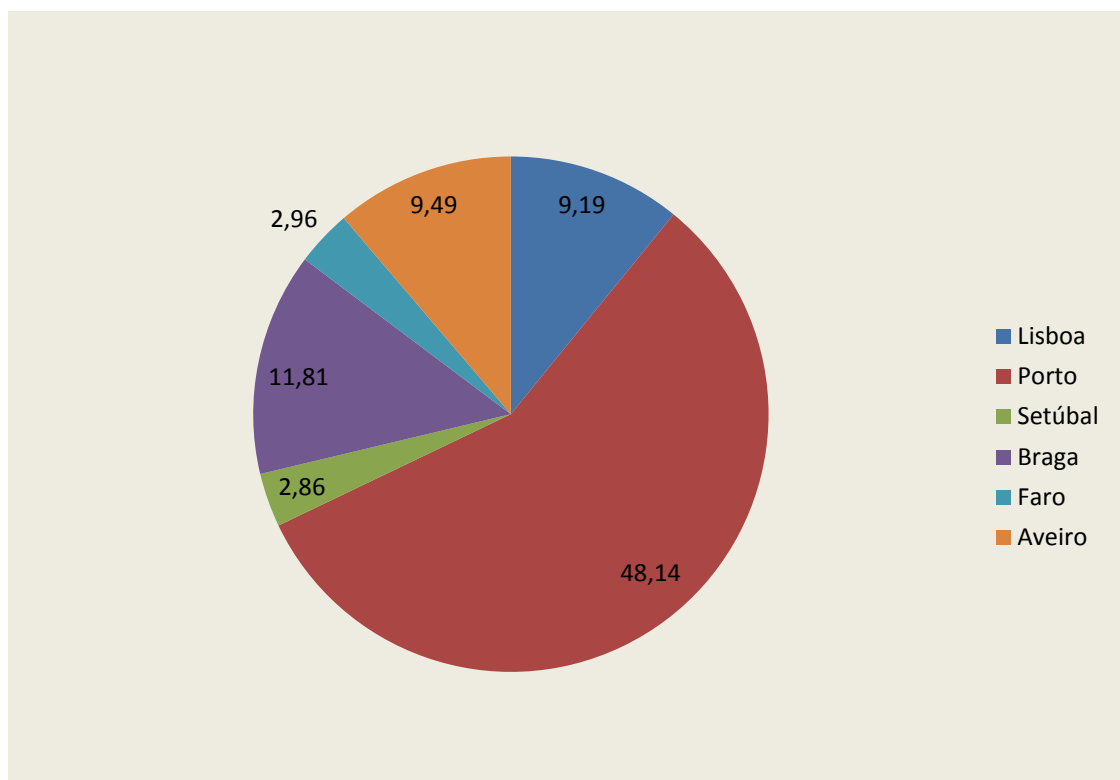
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 47 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – O Jogo (%), 2005



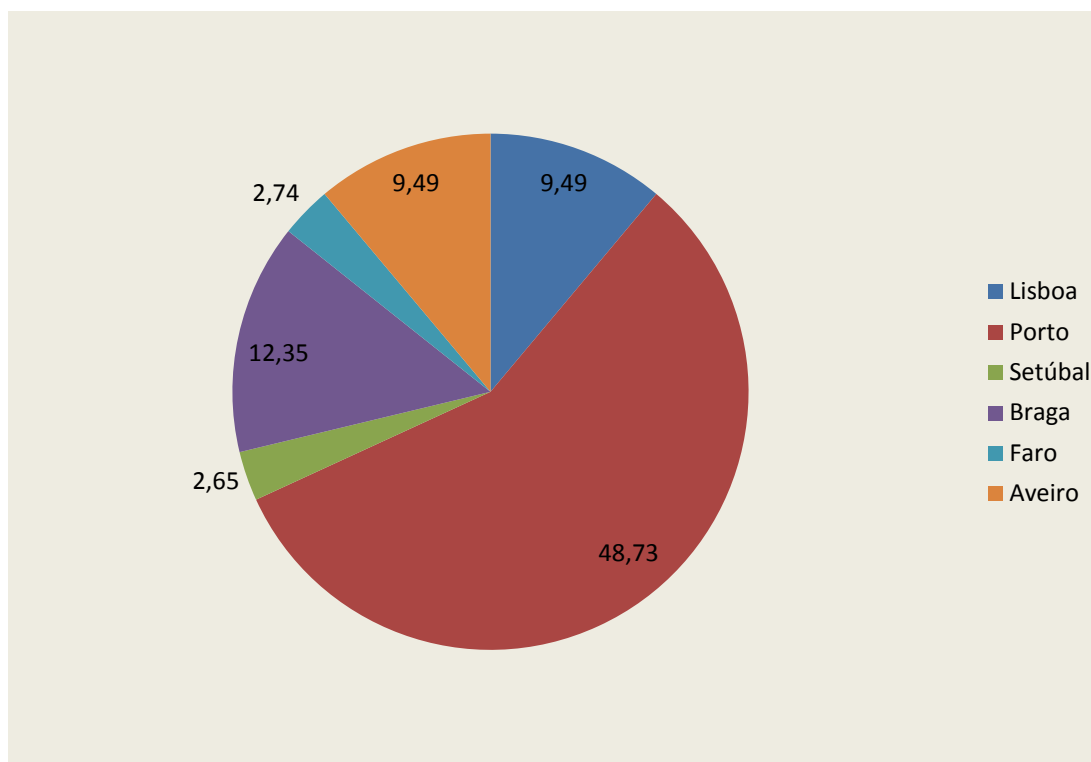
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 48 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – O Jogo (%), 2006



Fonte: APCT. Edição Obercom.

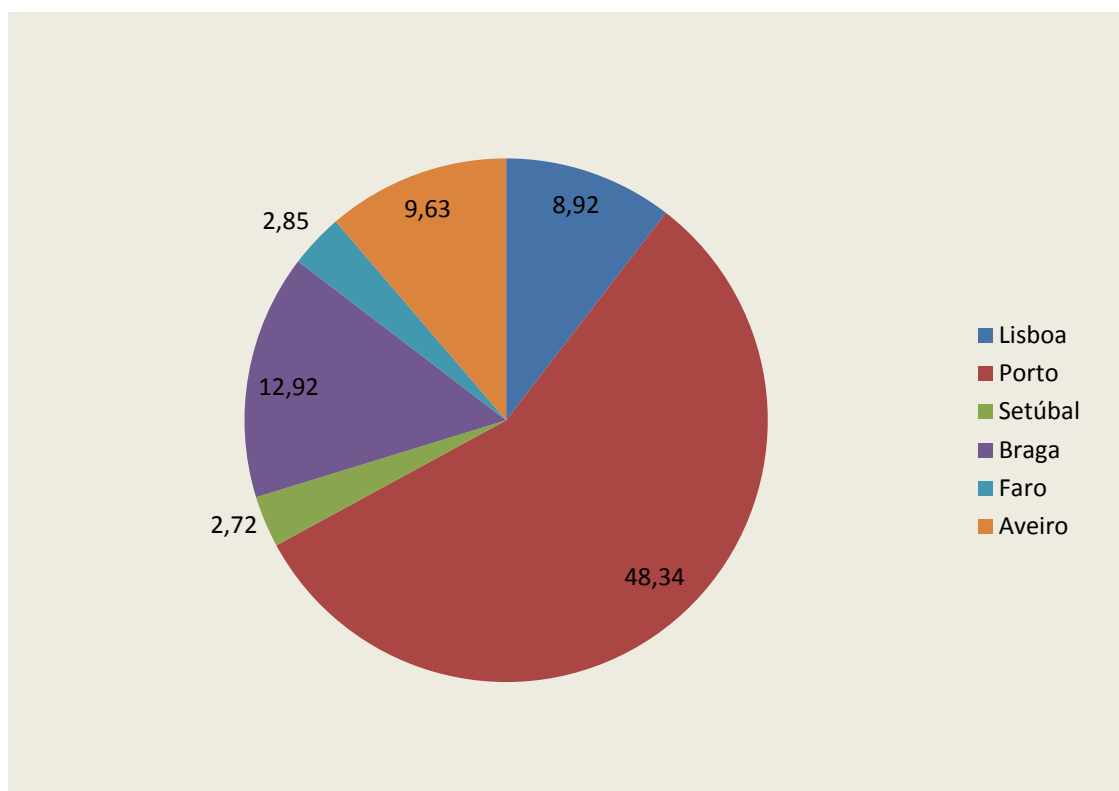
Figura 49 Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – O Jogo (%), 2007



Fonte: APCT. Edição Obercom.



Figura 50 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Desportivos – O Jogo (%), 2008



Fonte: APCT. Edição Obercom.

## Jornais Económicos

Quadro 49 - Distribuição geográfica Jornais Económicos Diários e Não-Diários (%), 2005

	Diário Económico	Jornal de Negócios	Semanário Económico
Lisboa	62,32	56,45	47,23
Porto	11,29	14,96	16,03
Setúbal	5,09	4,89	5,63
Braga	1,97	2,93	3,81
Faro	3,73	4,57	4,97
Aveiro	2,84	2,69	4,3
Coimbra	2,06	1,94	2,94
Leiria	1,98	2,18	3,51
Santarém	1,76	2,04	2,48

Fonte: APCT. Edição Obercom.

Quadro 50 - Distribuição geográfica Jornais Económicos Diários e Não-Diários (%), 2006

	<b>Diário Económico</b>	<b>Jornal de Negócios</b>	<b>Semanário Económico</b>
Lisboa	62,05	55,29	50,30
Porto	12,12	15,23	16,17
Setúbal	5,10	4,94	5,12
Braga	2,13	3,07	3,36
Faro	3,10	4,65	3,96
Aveiro	2,92	3,10	3,98
Coimbra	1,96	2,29	2,69
Leiria	2,00	2,17	3,26
Santarém	1,85	2,03	2,32

Fonte: APCT. Edição Obercom.

Quadro 51 - Distribuição geográfica Jornais Económicos Diários e Não-Diários (%), 2007

	<b>Diário Económico</b>	<b>Jornal de Negócios</b>	<b>Semanário Económico</b>
Lisboa	59,37	50,80	46,96
Porto	12,98	16,31	16,80
Setúbal	5,06	5,10	5,75
Braga	2,55	3,43	3,82
Faro	3,08	5,19	4,49
Aveiro	3,30	3,71	4,82
Coimbra	2,61	2,47	2,58
Leiria	2,13	2,53	3,51
Santarém	1,99	2,27	2,45

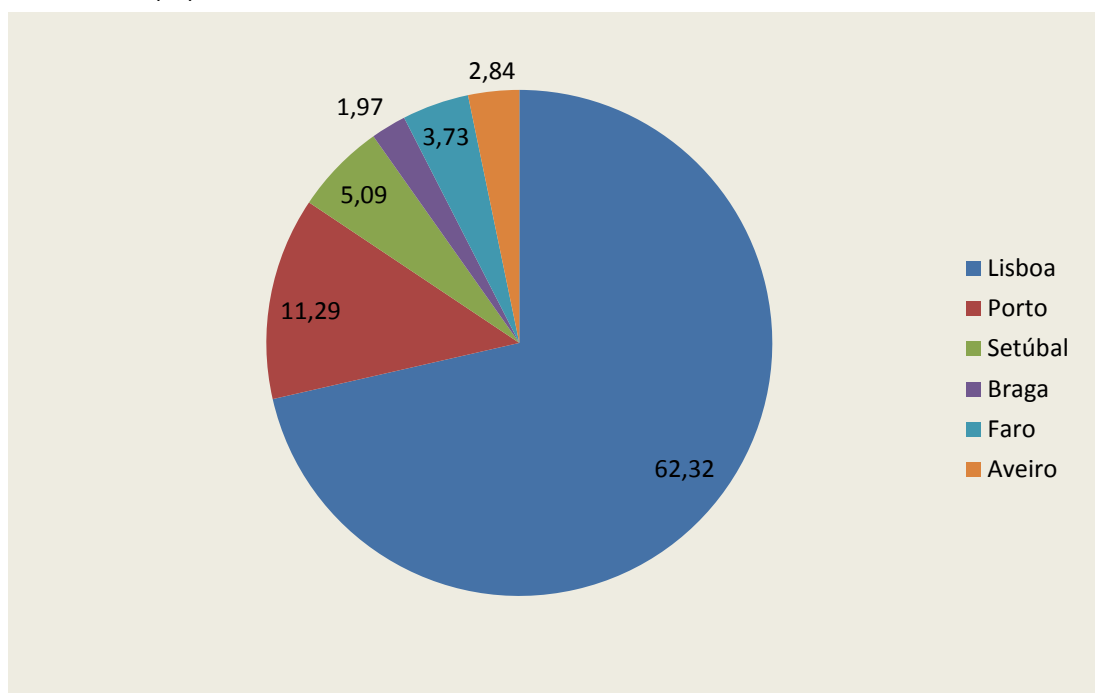
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Quadro 52 - Distribuição geográfica Jornais Económicos Diários e Não-Diários (%), 2008

	<b>Diário Económico</b>	<b>Jornal de Negócios</b>	<b>Semanário Económico</b>
Lisboa	56,43	53,54	45,25
Porto	13,80	14,47	16,61
Setúbal	5,19	5,04	5,76
Braga	2,48	3,32	3,82
Faro	4,15	5,06	4,73
Aveiro	3,55	3,52	4,80
Coimbra	2,61	2,40	2,84
Leiria	2,13	2,57	3,59
Santarém	2,17	2,49	2,64

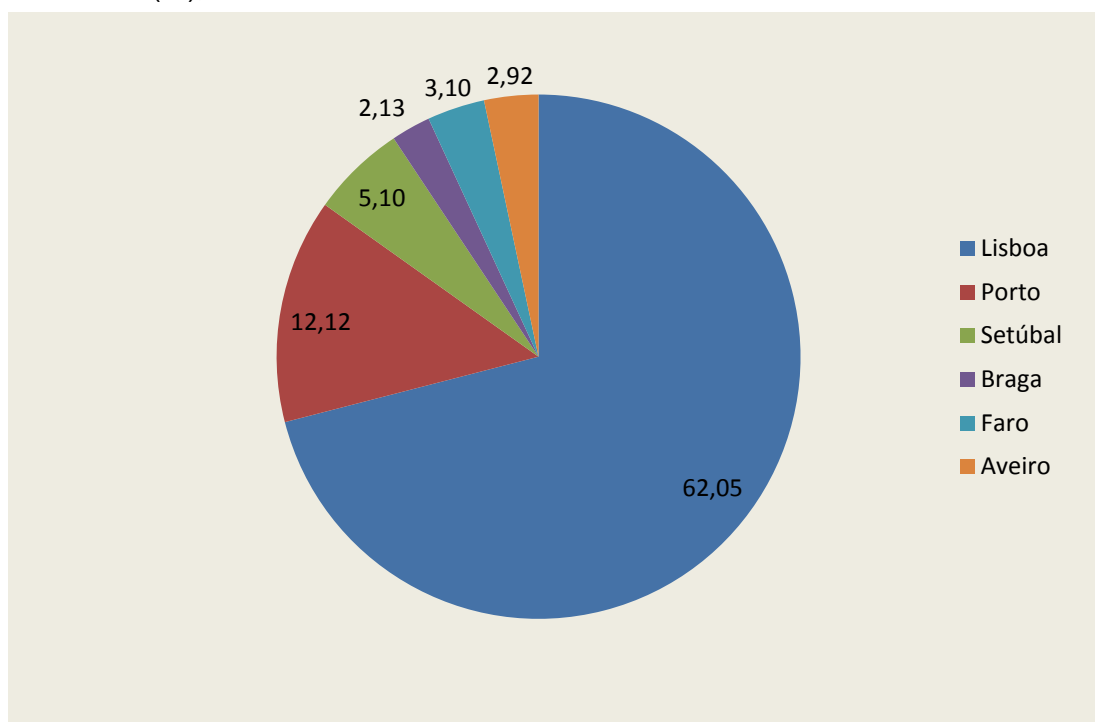
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 51 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Diário Económico (%), 2005



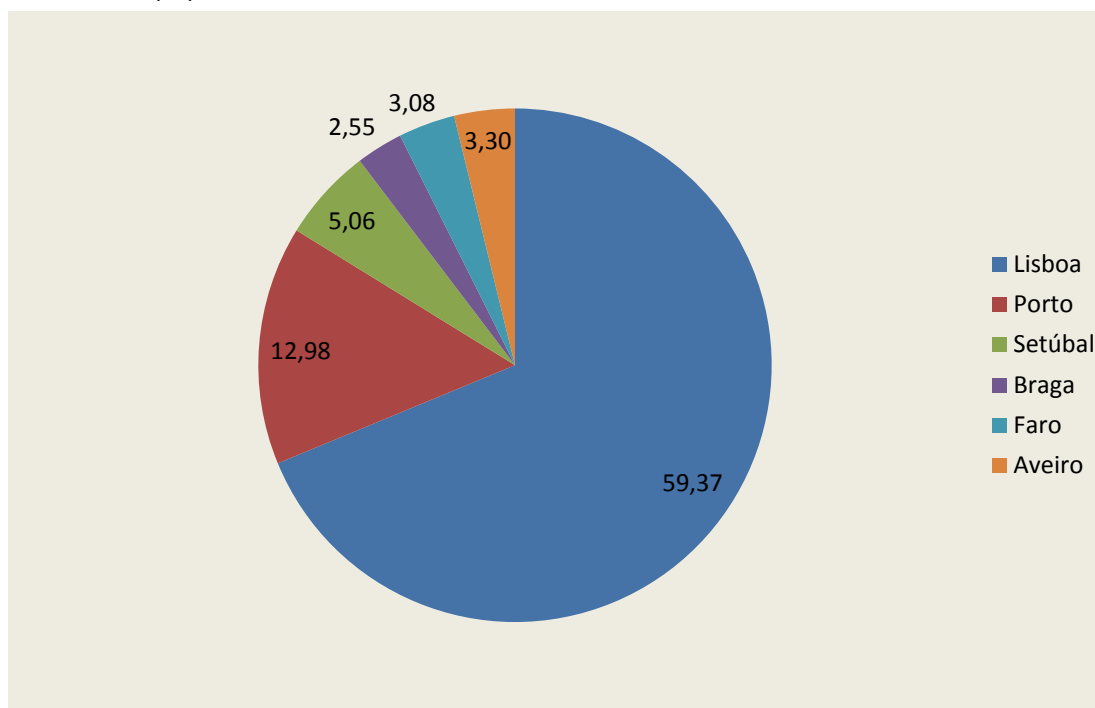
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 52 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Diário Económico (%), 2006



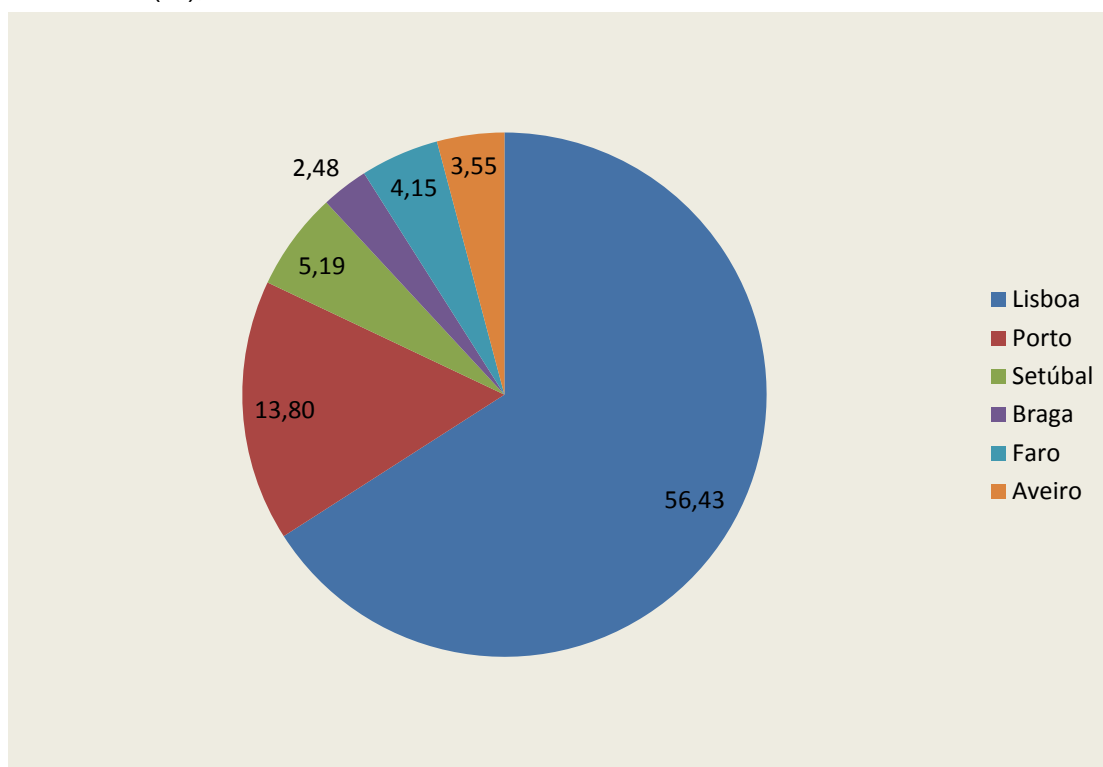
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 53 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Diário Económico (%), 2007



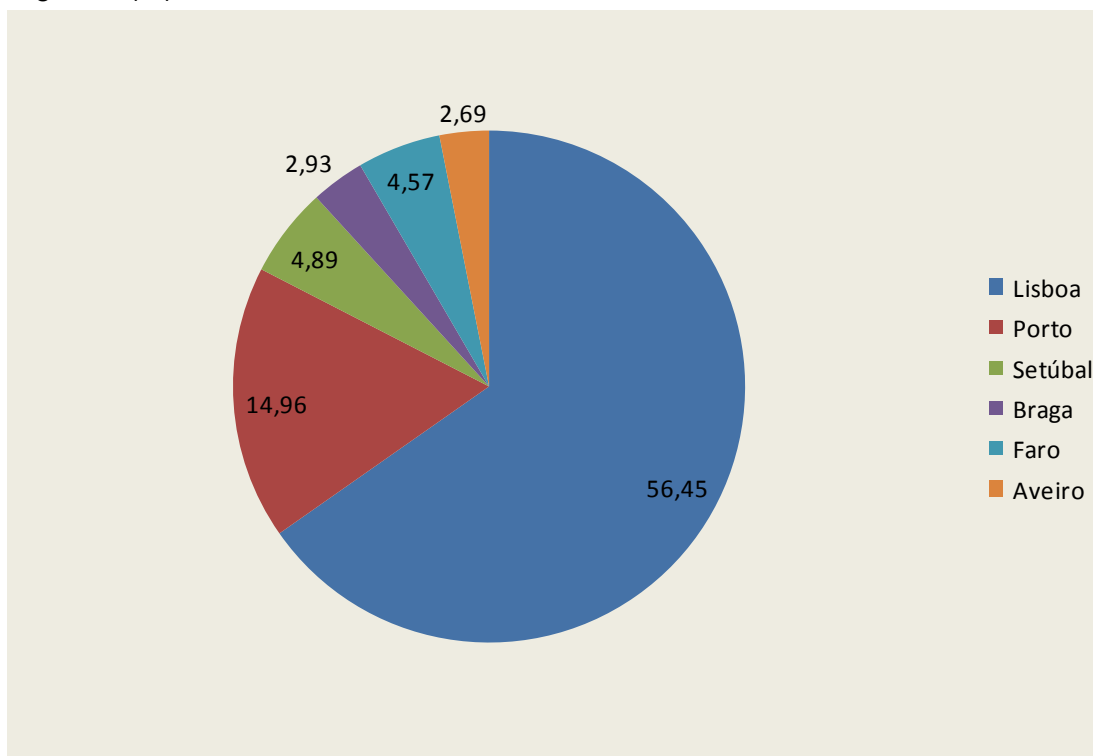
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 54 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Diário Económico (%), 2008



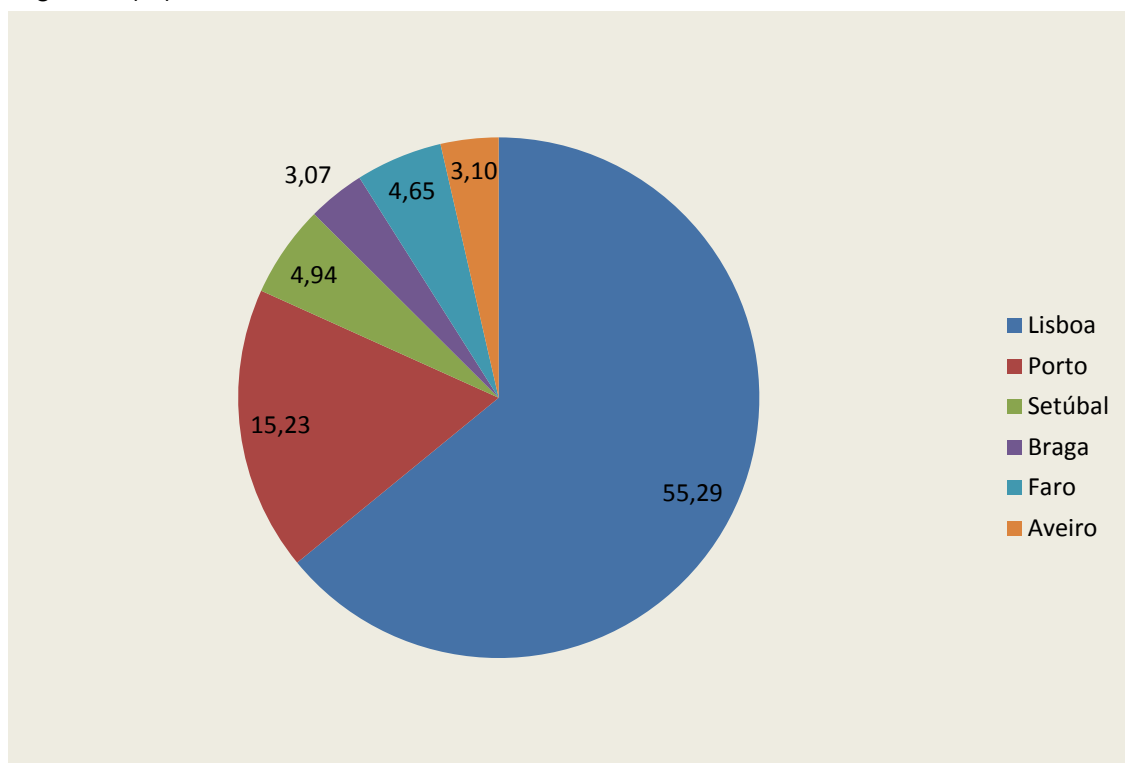
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 55 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Jornal de Negócios (%), 2005



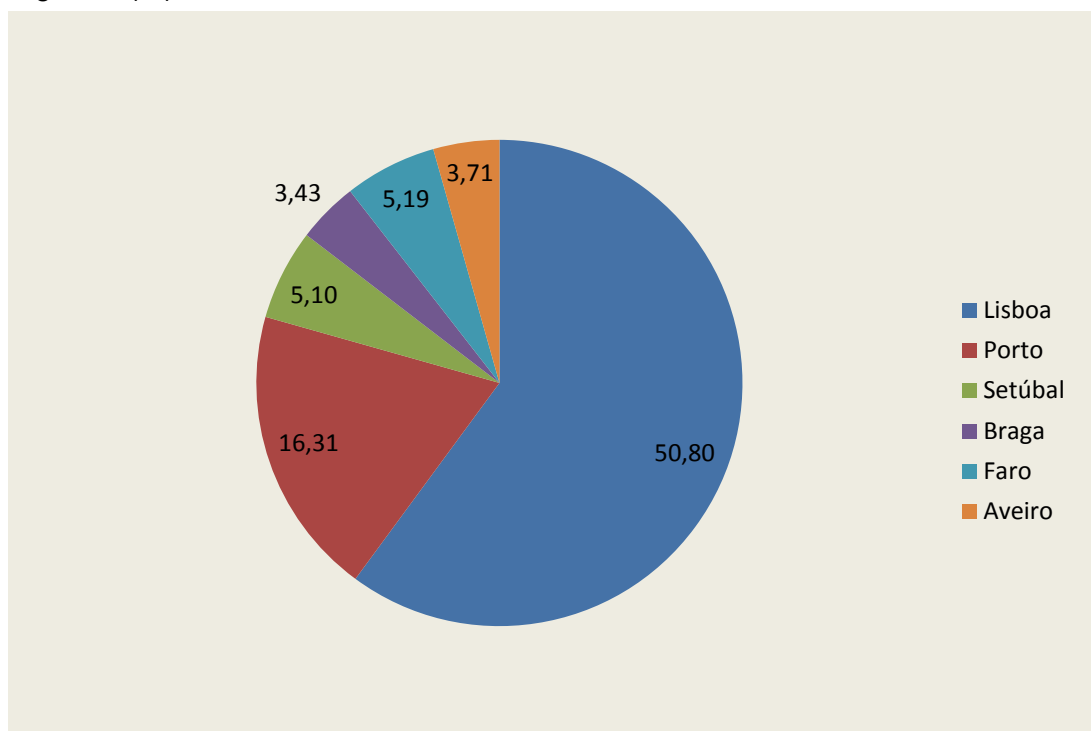
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 56 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Jornal de Negócios (%), 2006



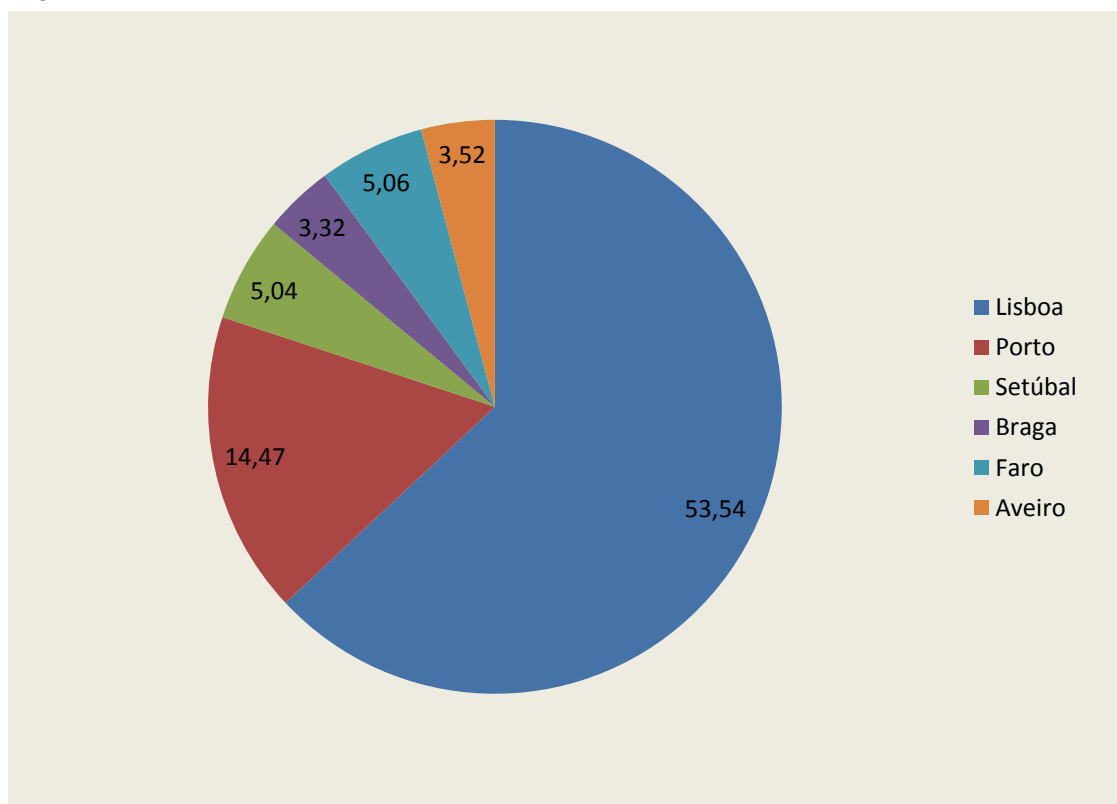
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 57 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Jornal de Negócios (%), 2007



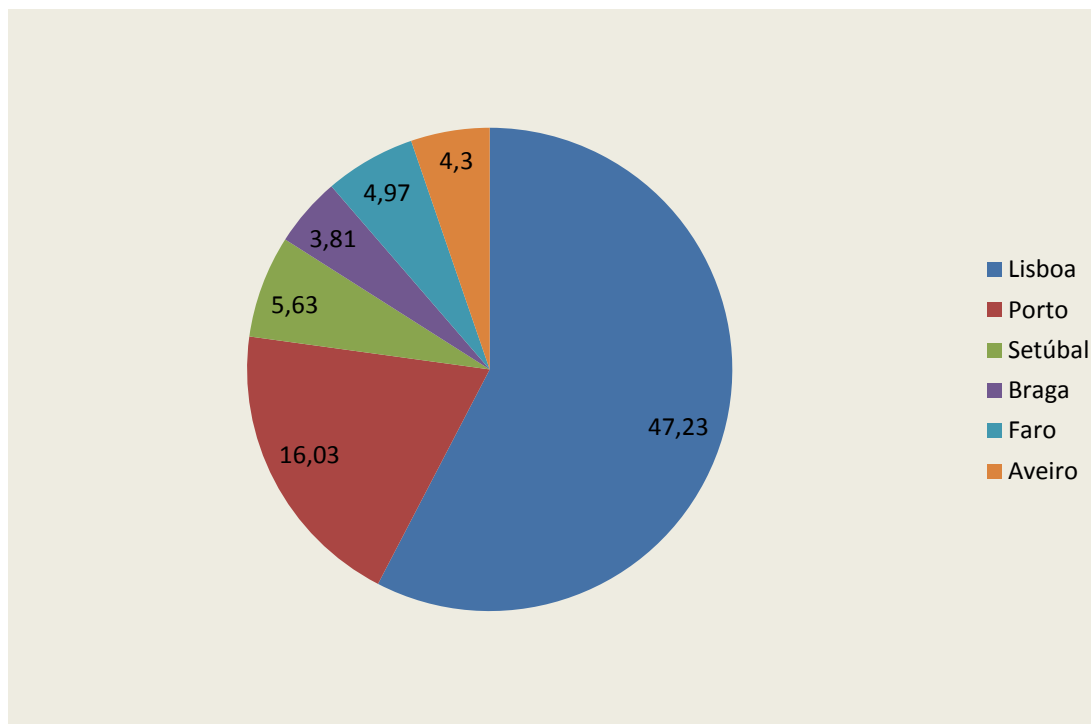
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 58 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Jornal de Negócios (%), 2008



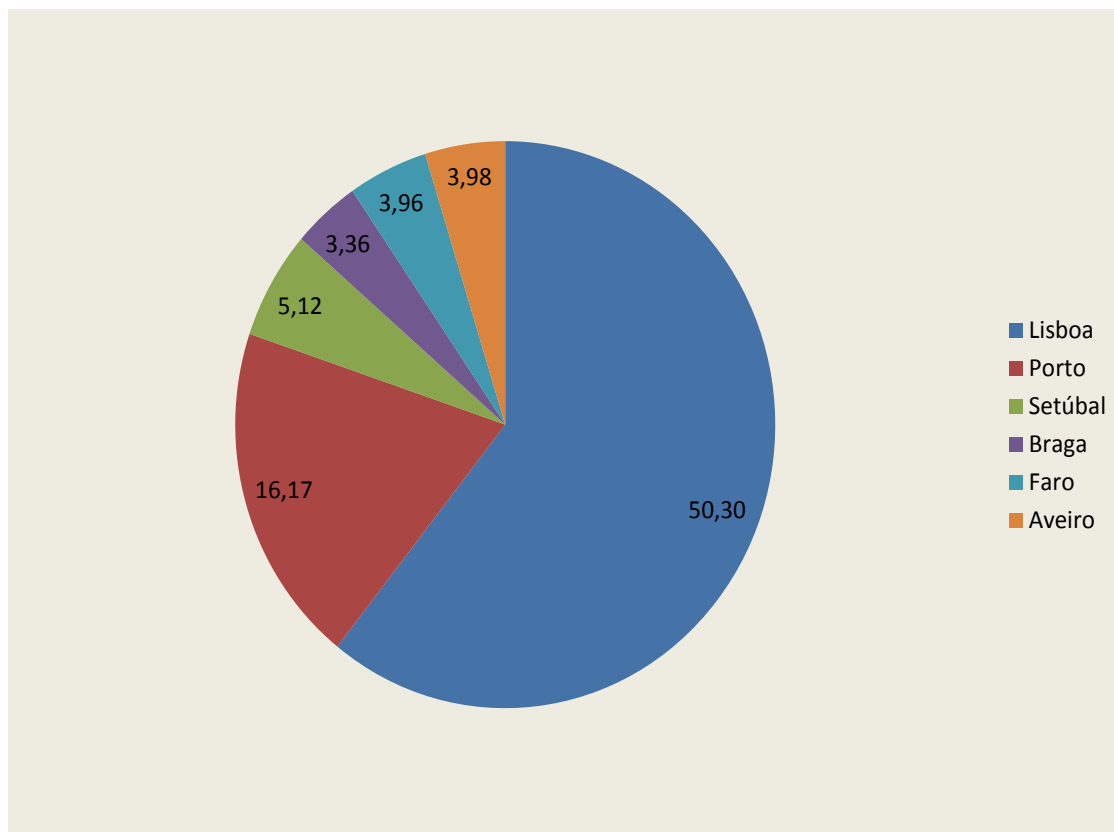
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 59 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Semanário Económico (%), 2005



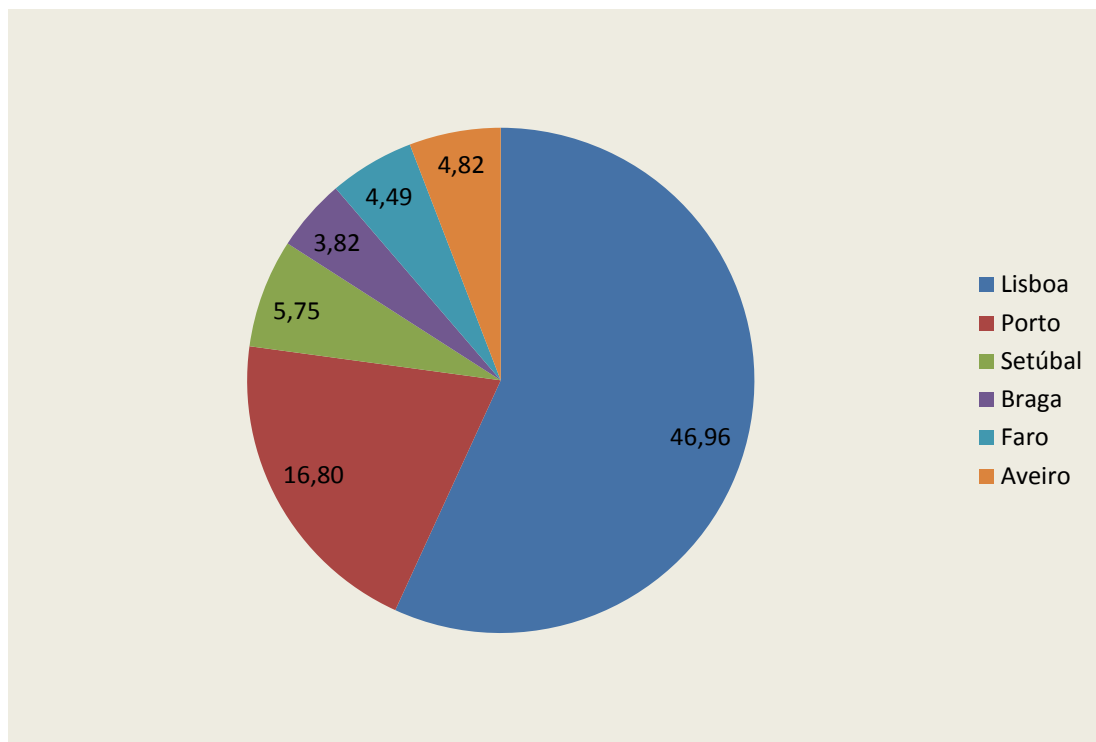
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 60 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Semanário Económico (%), 2006



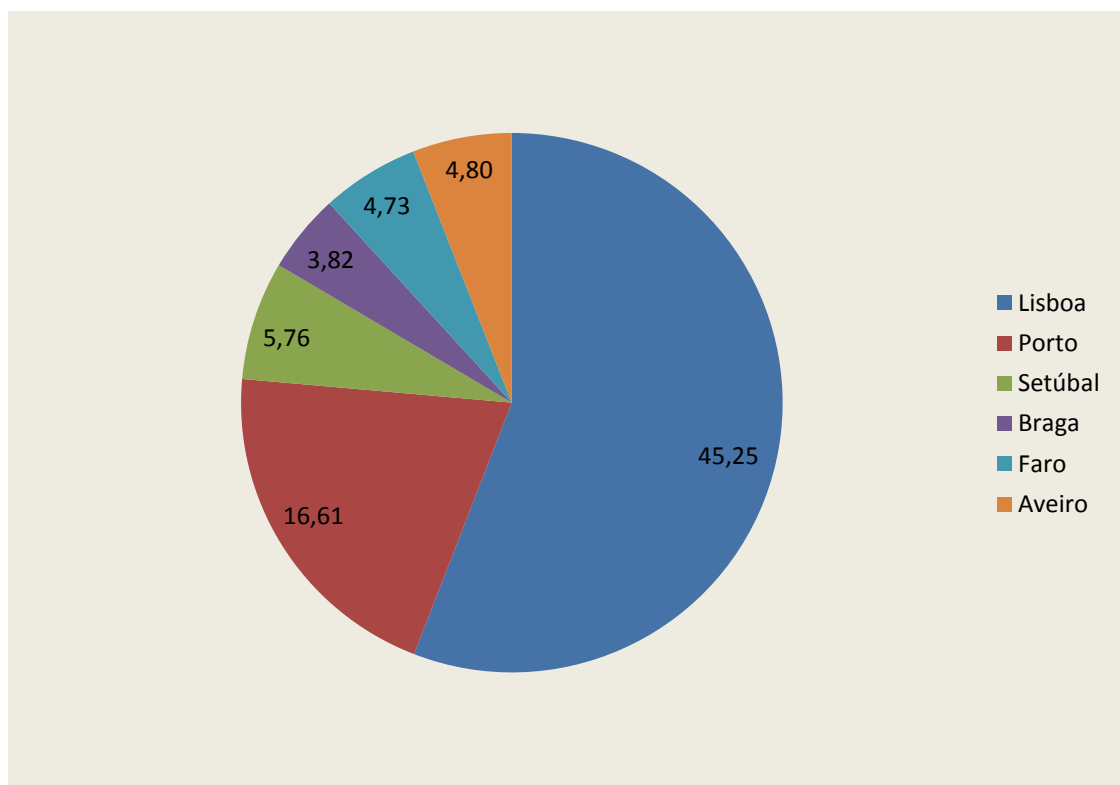
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 61 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Semanário Económico (%), 2007



Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 62 - Principais Distritos de Distribuição dos Jornais Económicos – Semanário Económico (%), 2008



Fonte: APCT. Edição Obercom.



## Semanários e “newsmagazines”

Quadro 53 - Distribuição geográfica dos semanários nacionais de informação geral (inclui *newsmagazines*) (%), 2005

	Expresso	Tal&Qual	Focus	Sábado	Visão
Lisboa	42,16	39,15	32,54	37,06	42,52
Porto	12,5	11,02	9,64	11,86	12,24
Setúbal	8,92	10,22	4,82	8,31	5,18
Braga	3,33	3,38	2,39	1,33	3,63
Faro	5,45	5,16	5,58	7,4	5,13
Aveiro	4,1	4,4	2,82	4,06	3,29
Coimbra	4,58	5,43	3,33	4,28	5,36
Leiria	3,48	4,09	2,75	4,29	3,85
Santarém	3,31	4,14	2,23	4,03	2,44

Fonte: APCT. Edição Obercom.

Quadro 54 - Distribuição geográfica dos semanários nacionais de informação geral (inclui *newsmagazines*) (%), 2006

	Expresso	Tal&Qual	Focus	Sábado	Visão
Lisboa	42,23	39,81	34,96	37,90	44,58
Porto	12,41	10,56	16,68	10,94	12,21
Setúbal	8,89	10,31	6,39	8,72	4,90
Braga	3,50	3,30	3,10	3,45	3,50
Faro	5,32	5,13	7,42	10,34	4,72
Aveiro	4,29	4,39	3,59	3,86	3,13
Coimbra	4,49	5,55	4,09	4,12	5,04
Leiria	3,48	3,93	3,49	4,37	3,57
Santarém	3,29	4,10	2,83	3,32	2,26

Fonte: APCT. Edição Obercom.

Quadro 55 - Distribuição geográfica dos semanários nacionais de informação geral (inclui *newsmagazines*) (%), 2007

	Expresso	Tal&Qual	Focus	Sábado	Visão
Lisboa	42,58	39,59	36,12	41,41	44,91
Porto	12,02	10,47	17,38	12,12	12,52
Setúbal	8,85	10,1	6,71	8,11	5,62
Braga	3,38	3,31	3,05	3,45	3,12
Faro	5,15	5,06	7,73	6,7	4,78
Aveiro	4,19	4,4	3,54	3,85	3,07
Coimbra	4,31	5,65	3,94	3,96	4,66
Leiria	3,52	4,04	3,62	3,86	3,74
Santarém	3,31	4,16	2,77	3,31	2,25

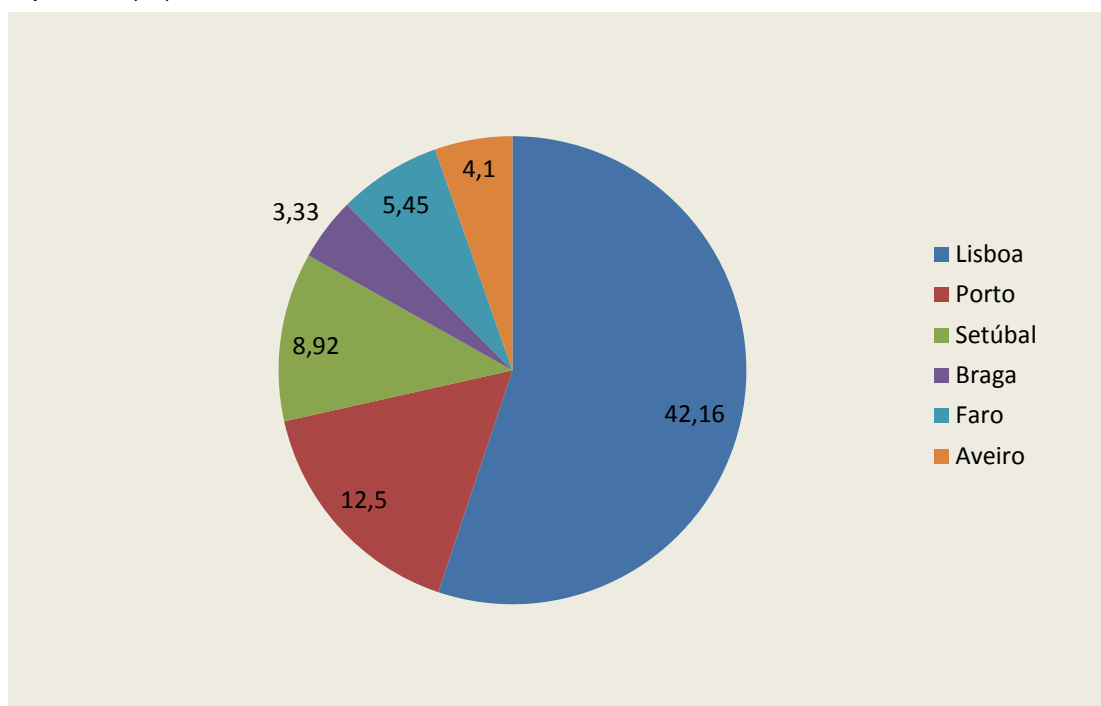
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Quadro 56 - Distribuição geográfica dos semanários nacionais de informação geral (inclui *newsmagazines*) (%), 2008

	Expresso	Tal&Qual	Focus	Sábado	Visão
Lisboa	42,97	–	36,03	39,40	46,98
Porto	11,91	–	18,2	12,54	12,15
Setúbal	8,72	–	6,56	7,97	5,17
Braga	3,38	–	2,94	3,67	3,45
Faro	5,06	–	8,01	6,81	4,60
Aveiro	4,21	–	3,33	4,21	3,33
Coimbra	4,28	–	3,64	4,13	4,62
Leiria	3,52	–	3,43	4,01	3,52
Santarém	3,53	–	2,66	3,41	2,30

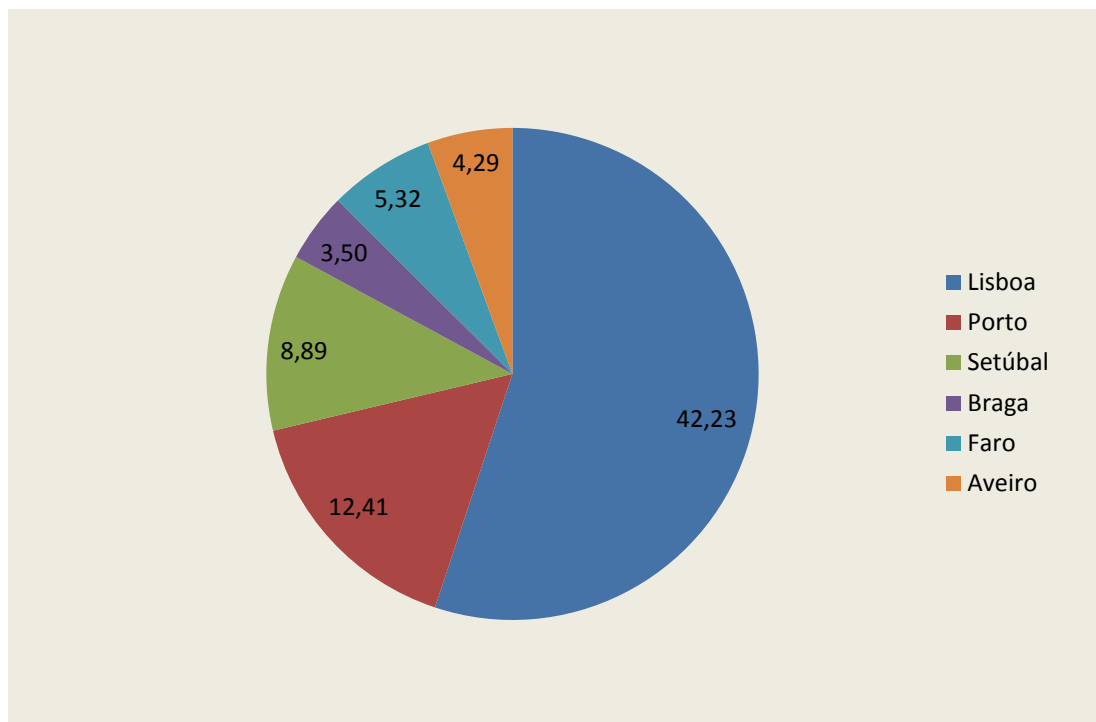
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 63 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Expresso (%), 2005



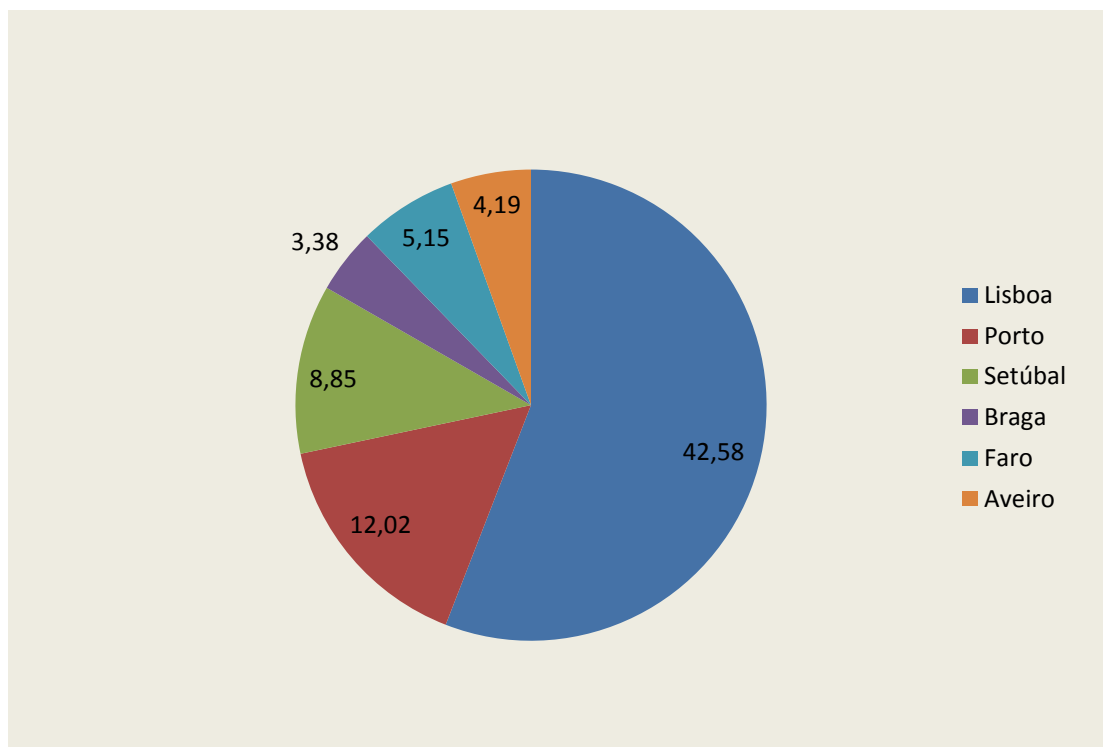
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 64 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Expresso (%), 2006



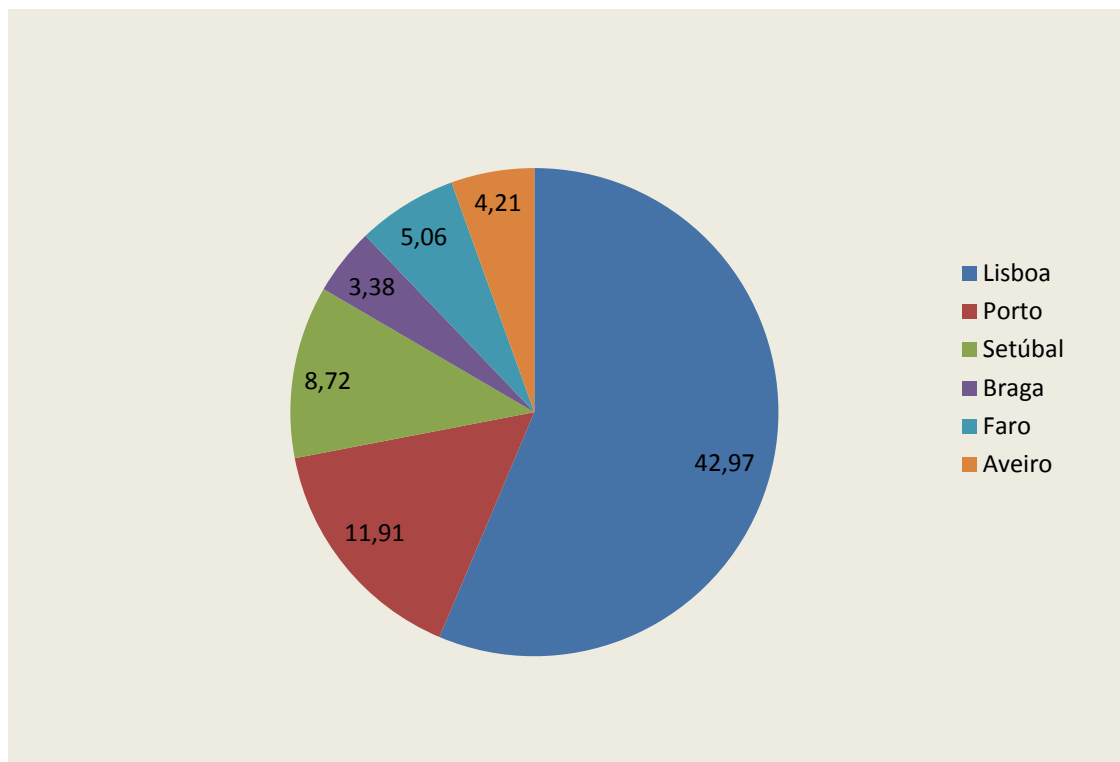
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 65 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Expresso (%), 2007



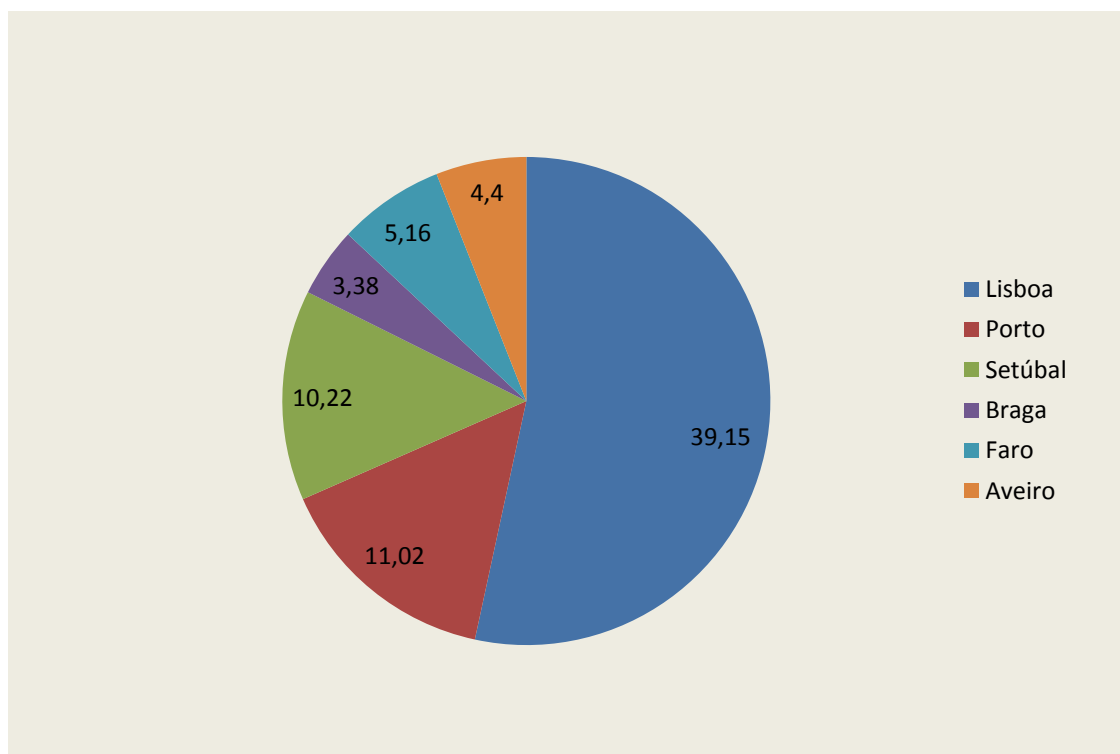
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 66 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Expresso (%), 2008



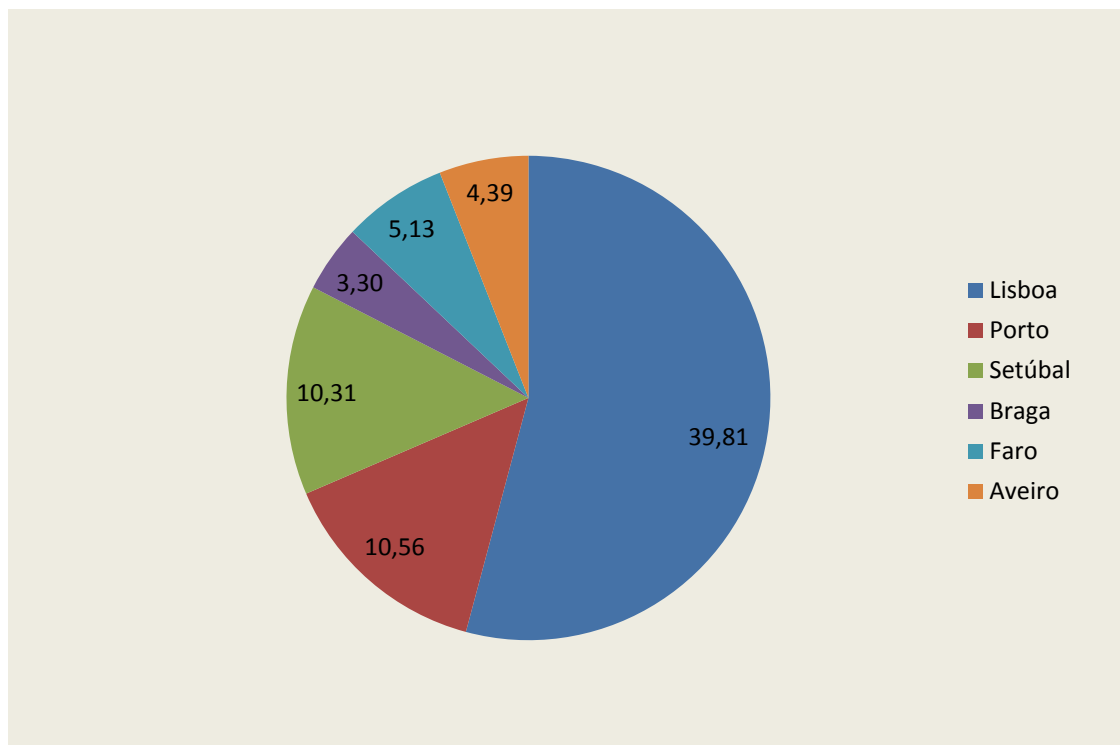
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 67 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Tal&Qual (%), 2005



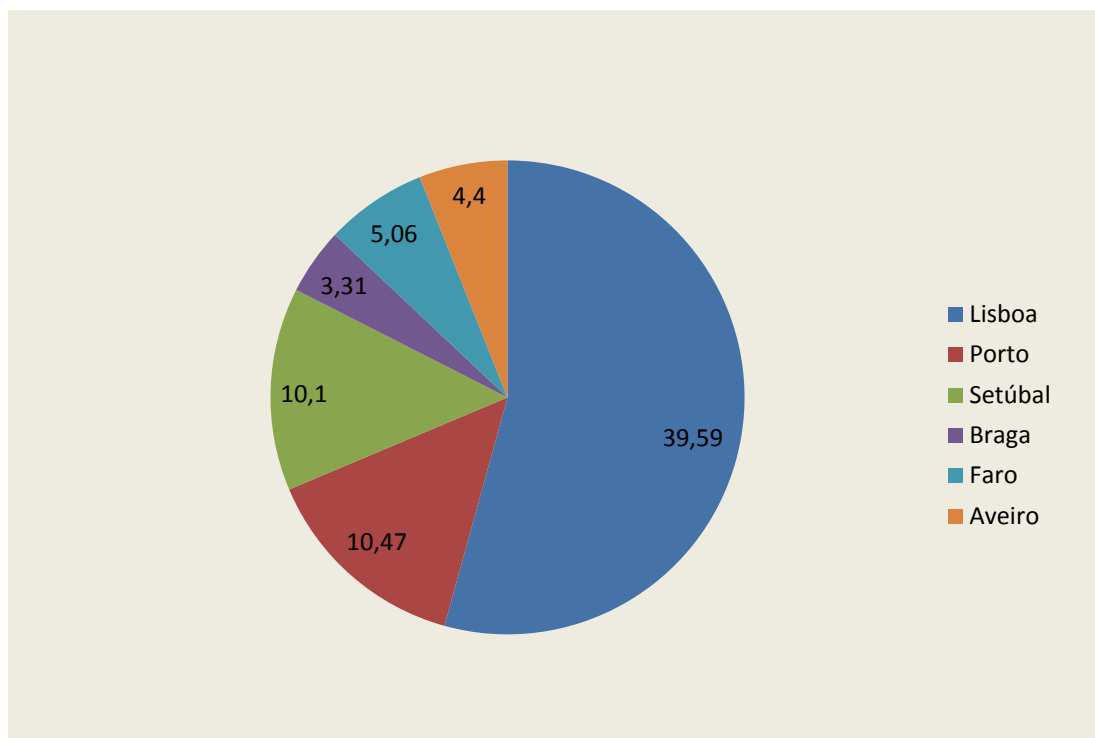
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 68 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Tal&Qual (%), 2006



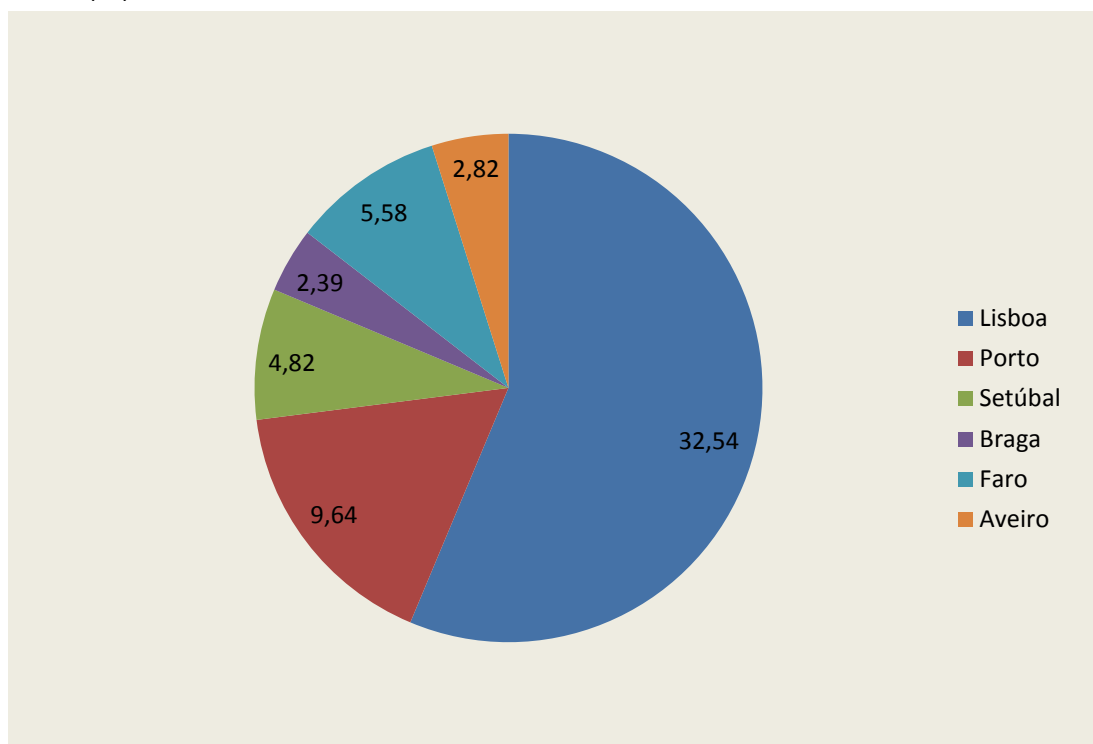
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 69 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Tal&Qual (%), 2007



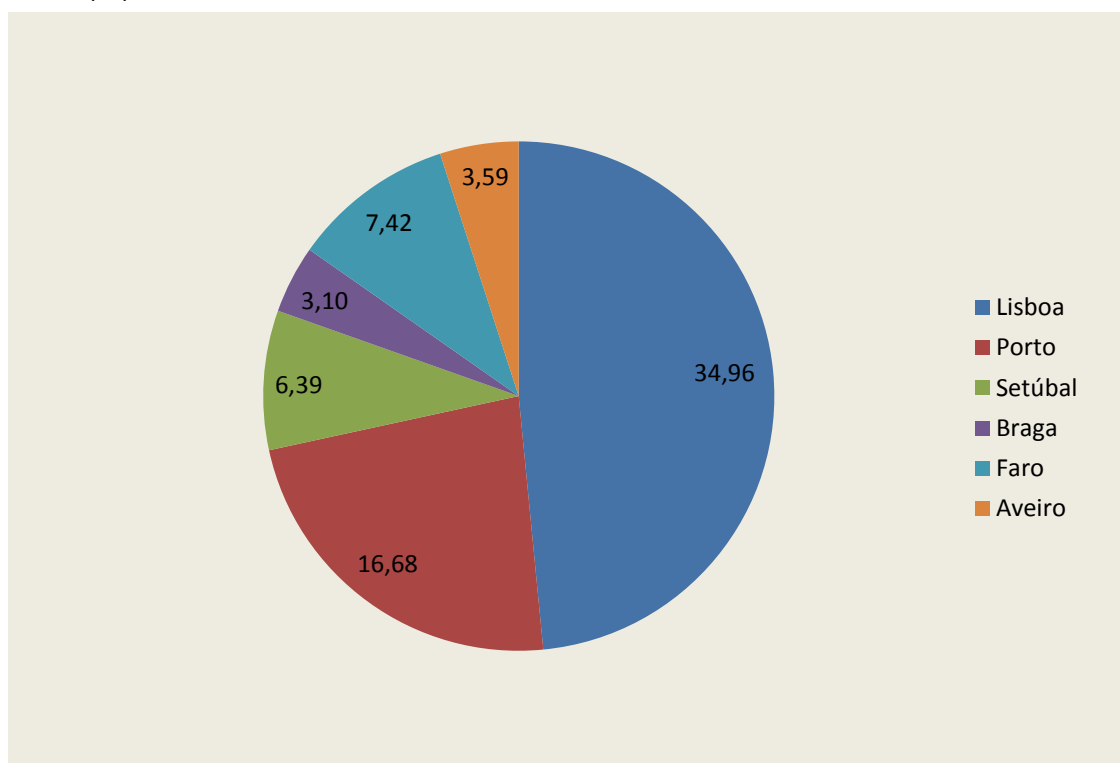
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 70 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Focus (%), 2005



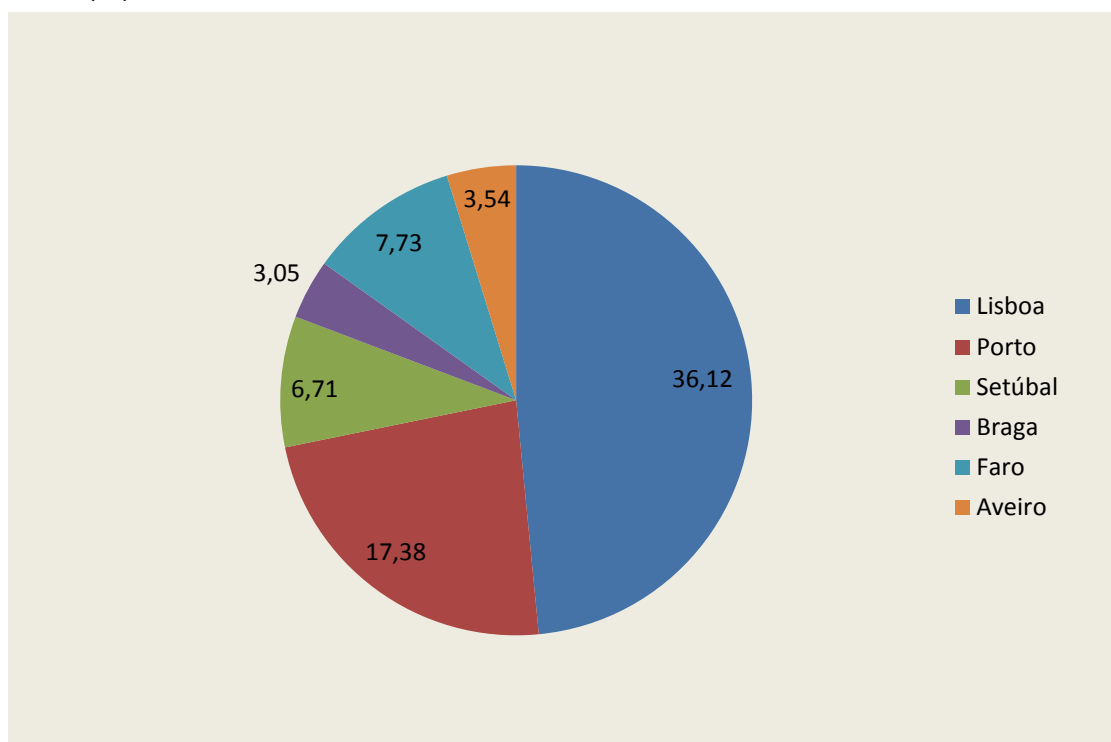
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 71 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Focus (%), 2006



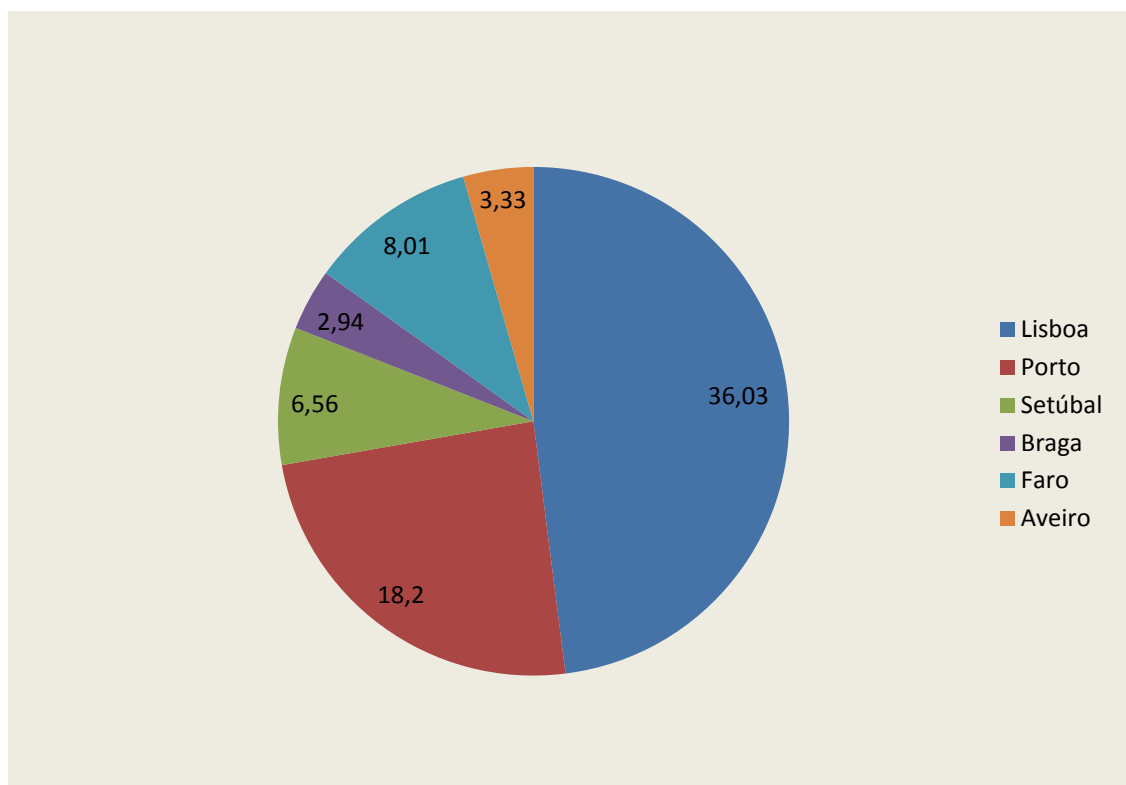
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 72 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Focus (%), 2007



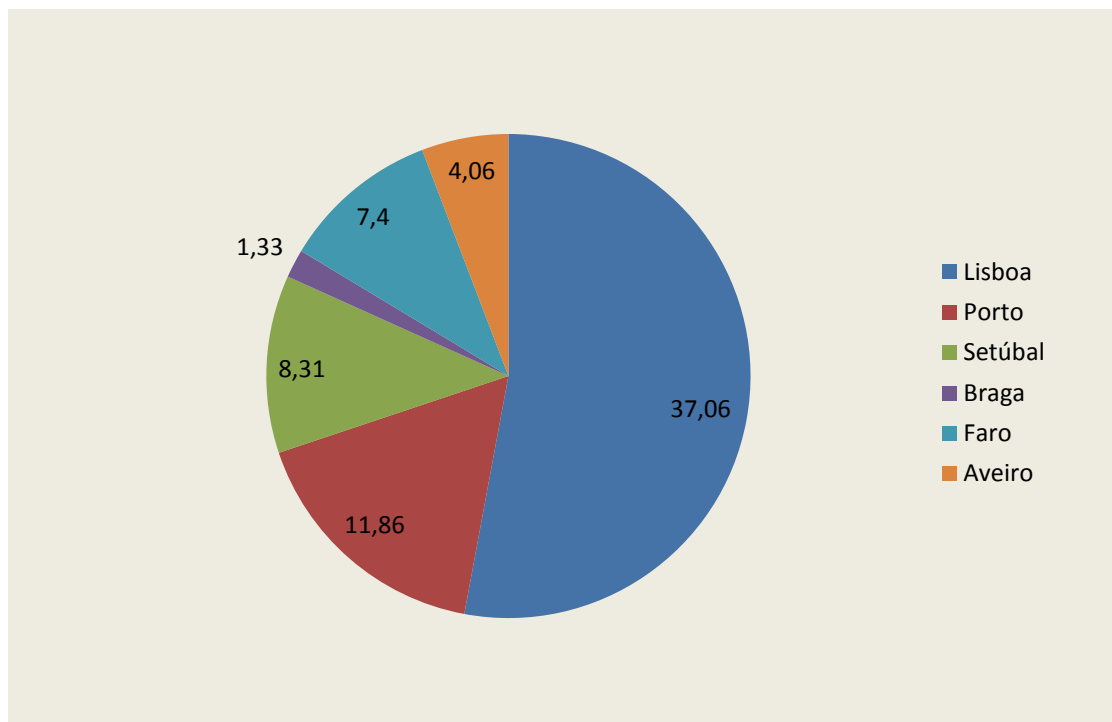
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 73 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Focus (%), 2008



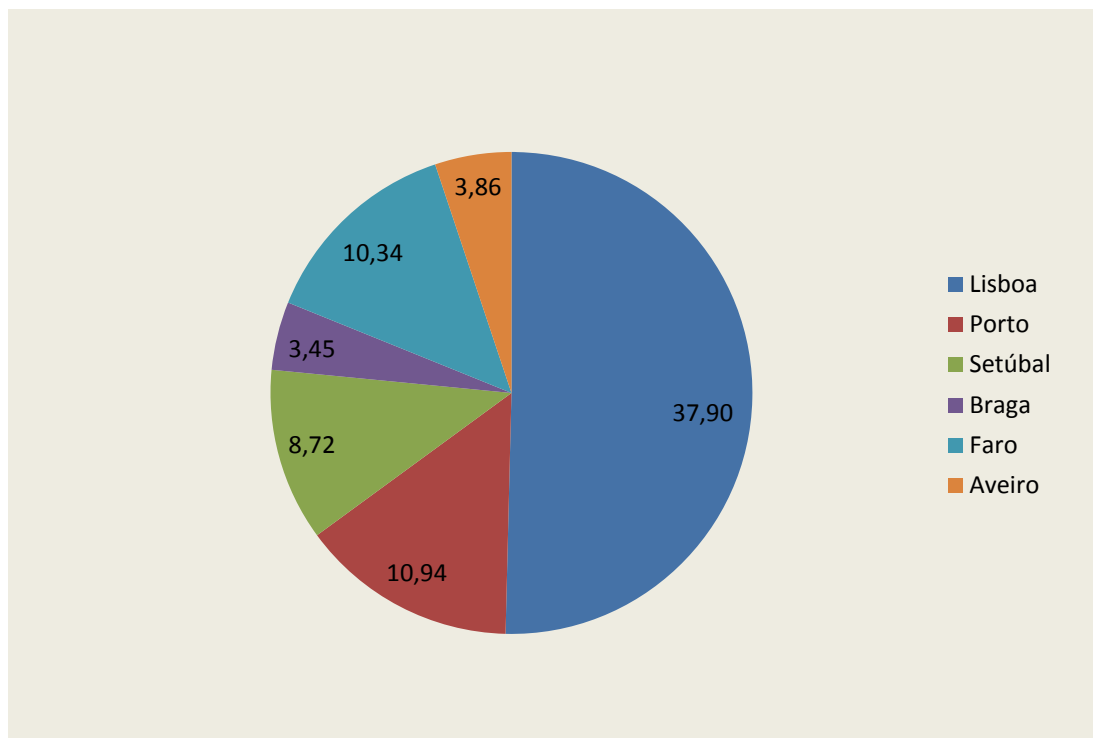
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 74 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Sábado (%), 2005



Fonte: APCT. Edição Obercom.

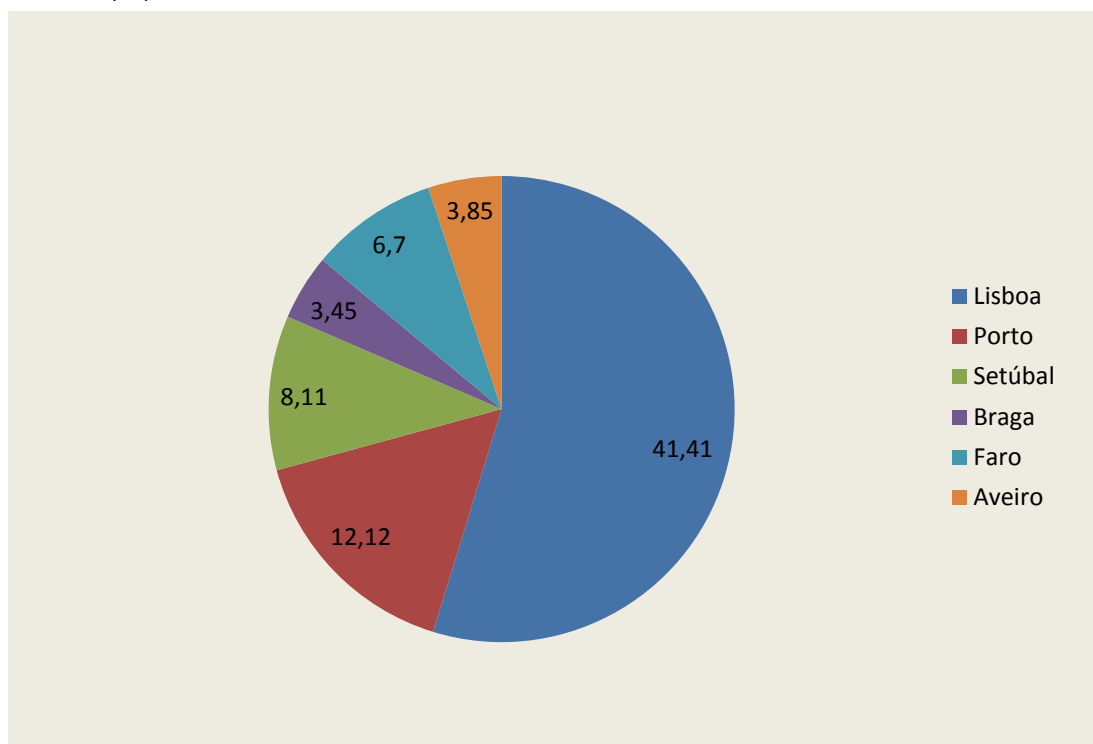
Figura 75 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Sábado (%), 2006



Fonte: APCT. Edição Obercom.

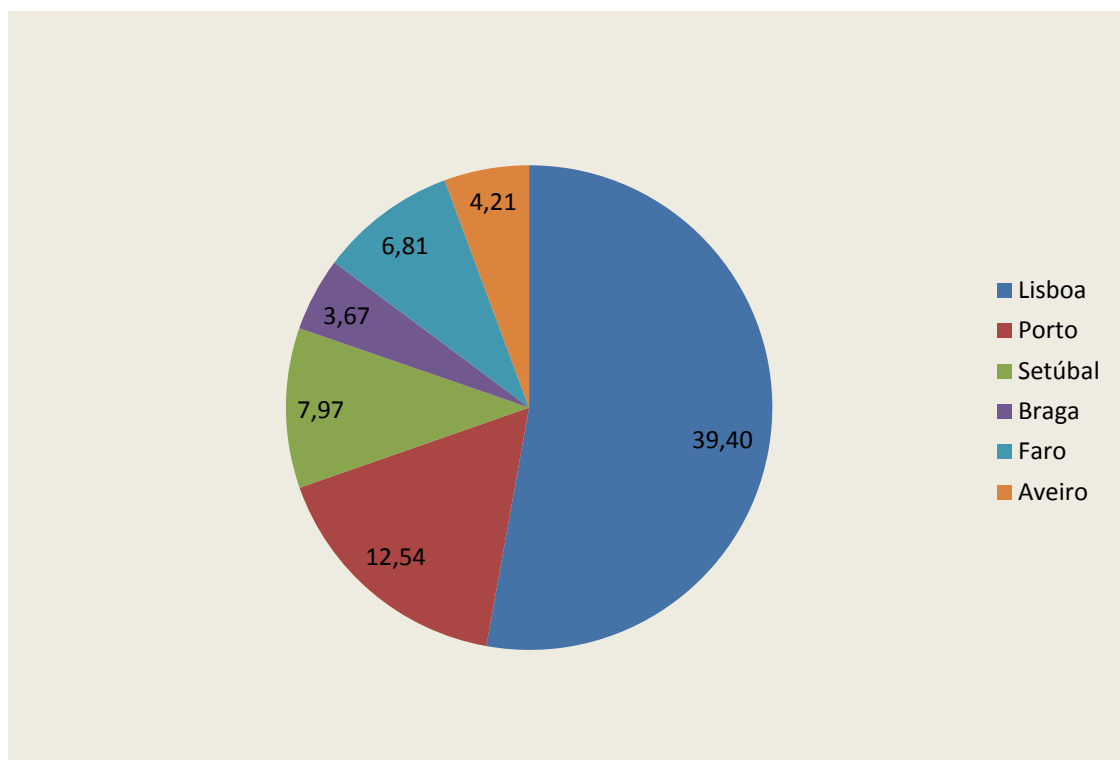


Figura 76 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Sábado (%), 2007



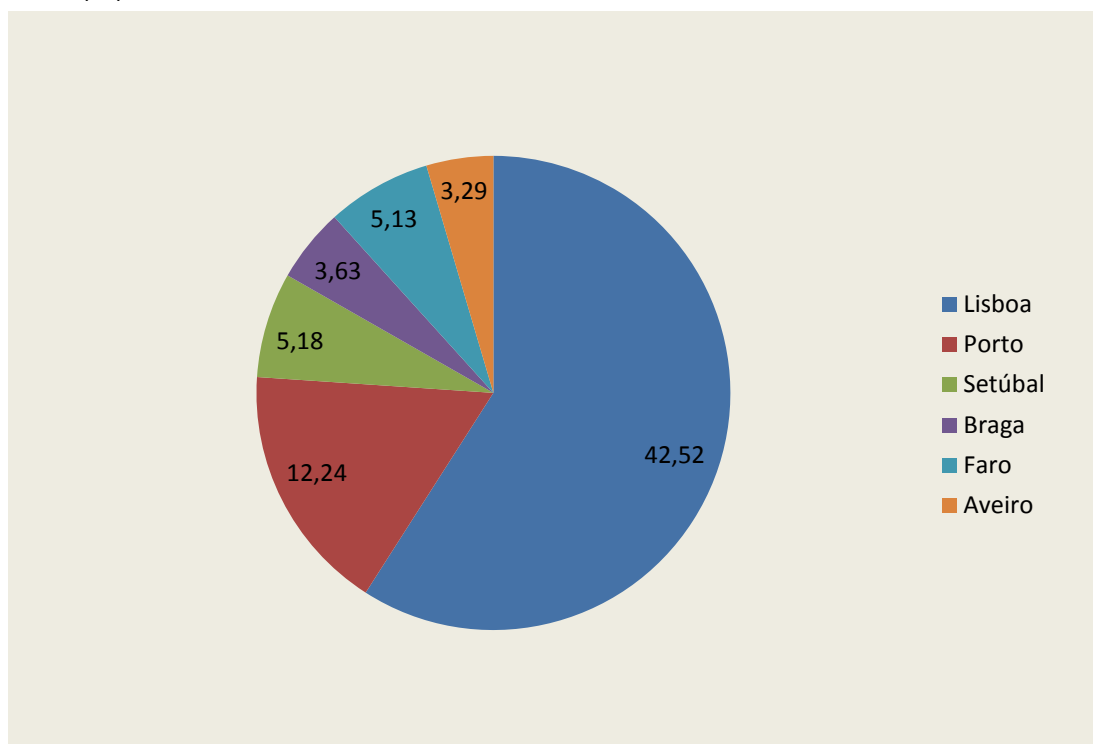
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 77 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Sábado (%), 2008



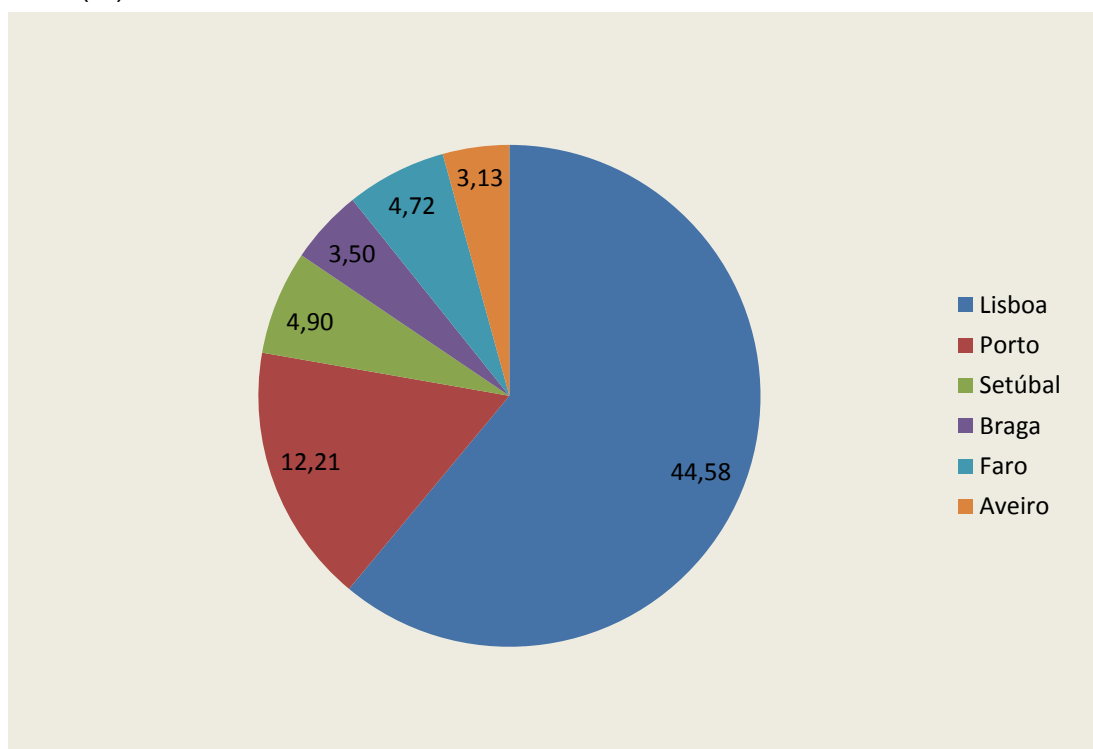
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 78 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Visão (%), 2005



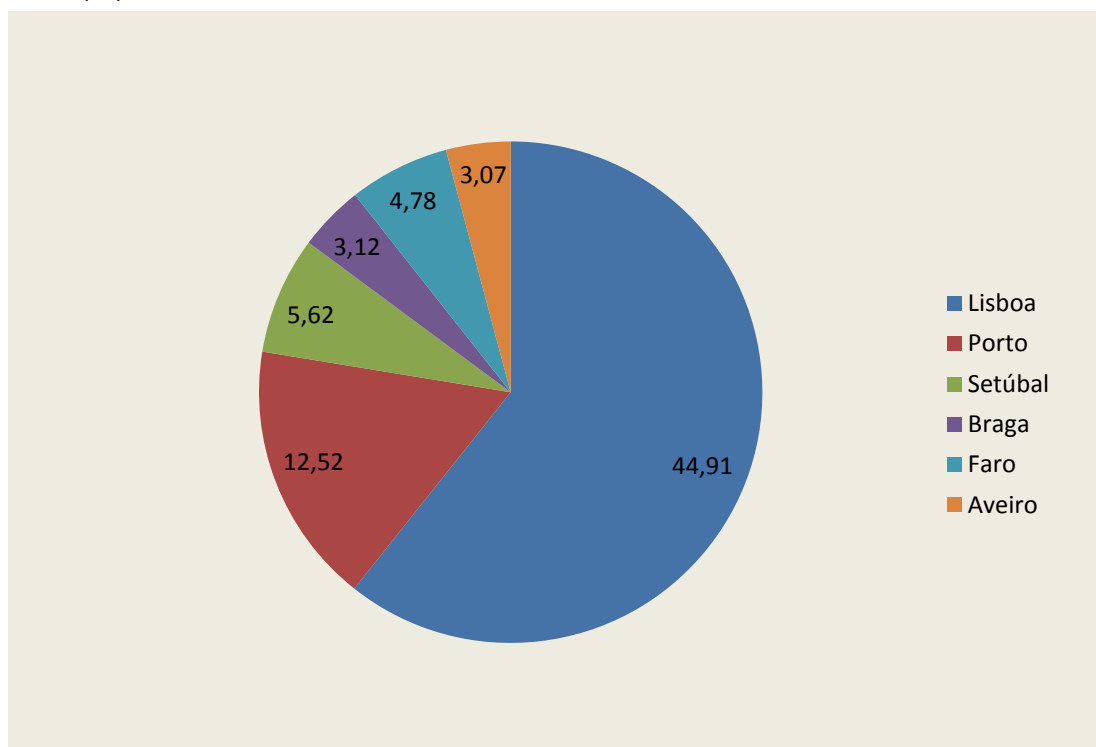
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 79 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Visão (%), 2006



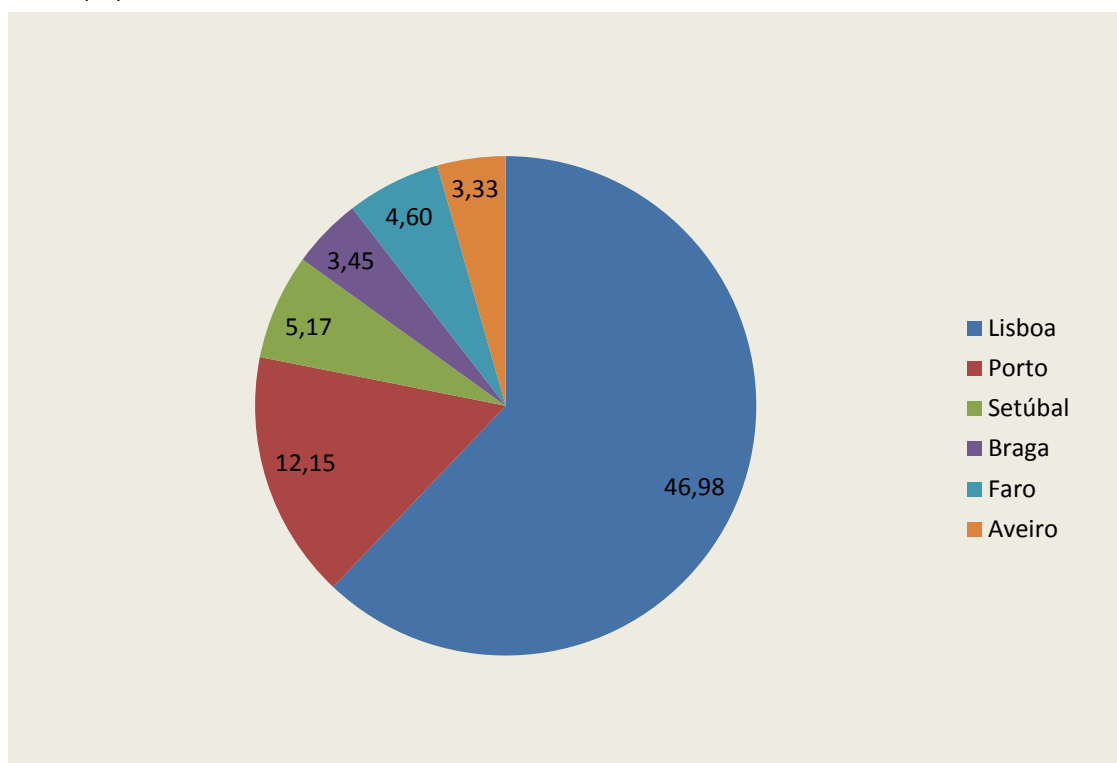
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 80 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Visão (%), 2007



Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 81 - Principais Distritos de Distribuição dos Semanários e “Newsmagazines” – Visão (%), 2008



Fonte: APCT. Edição Obercom.

## Jornais Gratuitos

Quadro 57 - Distribuição geográfica diários gratuitos (%), 2005

	Jornal Destak	Metro Portugal
Lisboa	76,07	87,27
Porto	19,82	12,73
Setúbal	4,11	
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: APCT. Edição Obercom.

Quadro 58 - Distribuição geográfica diários gratuitos (%), 2006

	Jornal Destak	Metro Portugal
Lisboa	63,96	72,35
Porto	30,12	25,55
Setúbal	2,74	
Braga	1,02	0,71
Faro	0,98	
Aveiro	0,17	0,10
Coimbra	0,83	0,92
Leiria	0,17	0,14
Outros		0,24
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: APCT. Edição Obercom.

Quadro 59 - Distribuição geográfica diários gratuitos (%), 2007

	Jornal Destak	Metro Portugal
Lisboa	63,31	58,12
Porto	28,12	24,96
Setúbal	1,64	
Braga	2,27	4,53
Faro	0,58	3,63
Aveiro	0,91	1,66
Coimbra	2,37	4,59
Leiria	0,74	1,01
Évora		0,74
Outros		0,7
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

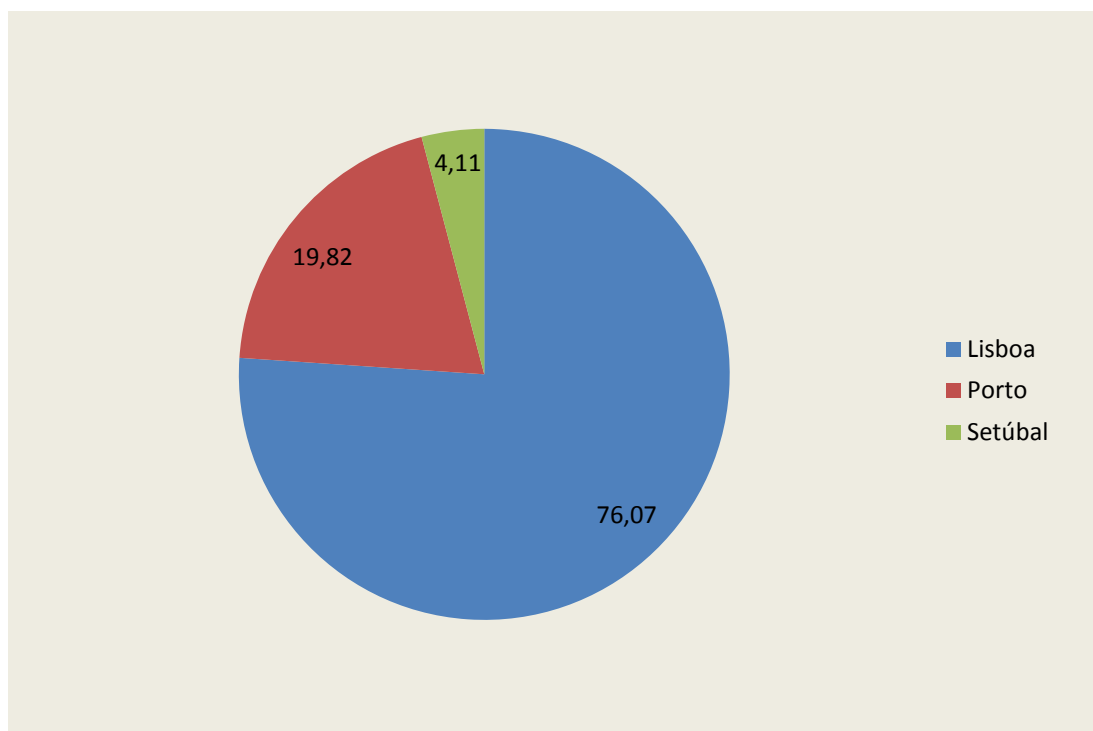
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Quadro 60 - Distribuição geográfica diários gratuitos (%), 2008

	Jornal Destak	Metro Portugal
Lisboa	63,58	58,92
Porto	28,19	29,14
Setúbal	0,72	
Beja	0,15	
Braga	1,89	2,99
Faro	2,57	2,63
Aveiro	0,67	1,05
Évora		0,91
Coimbra	1,27	2,61
Leiria	0,73	0,98
Viana do Castelo	0,13	
Viseu	0,10	
Outros		0,75
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

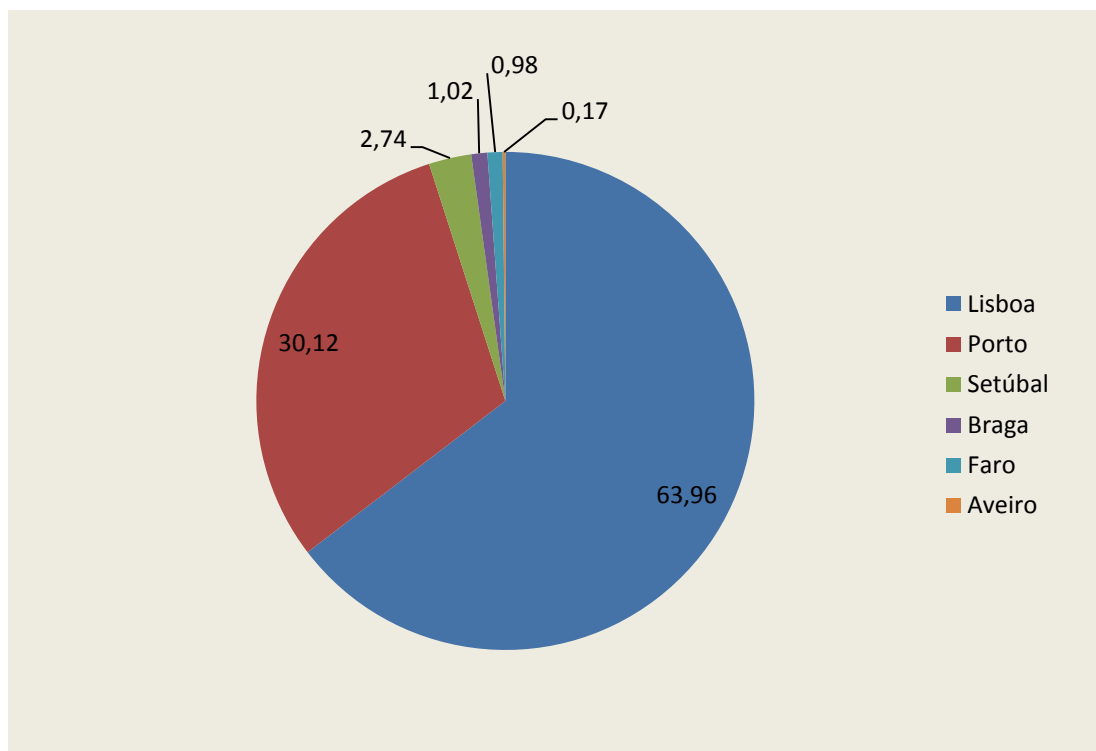
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 82 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal Destak (%), 2005



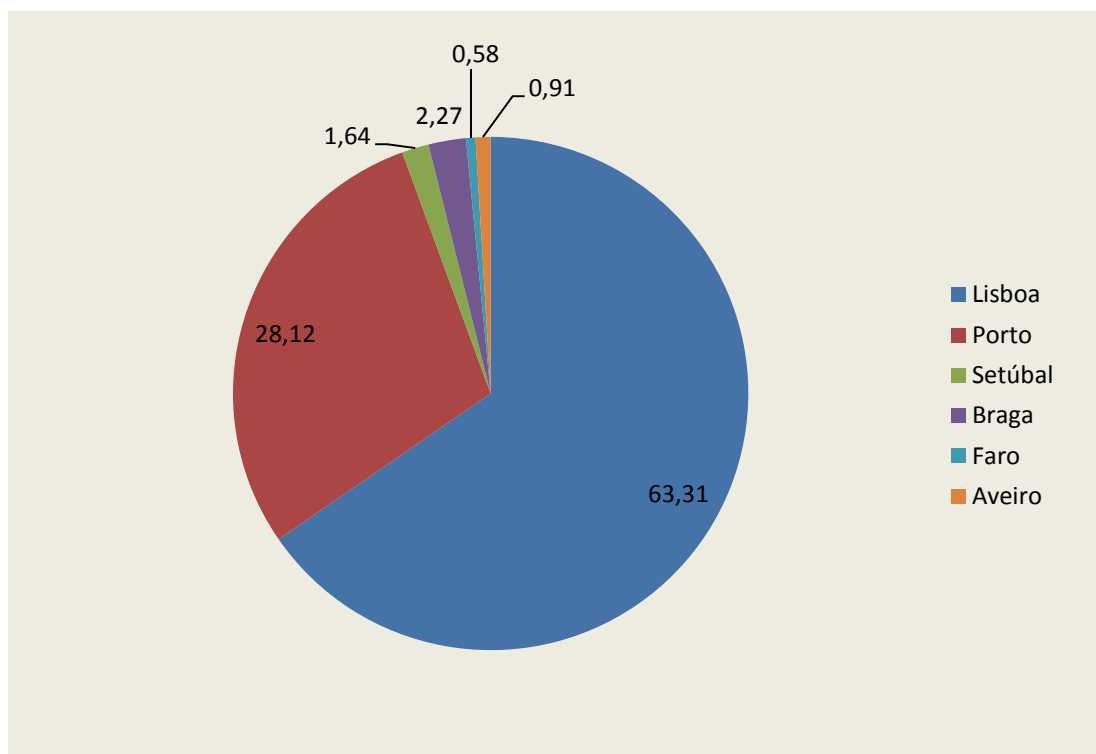
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 83 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal Destak (%), 2006



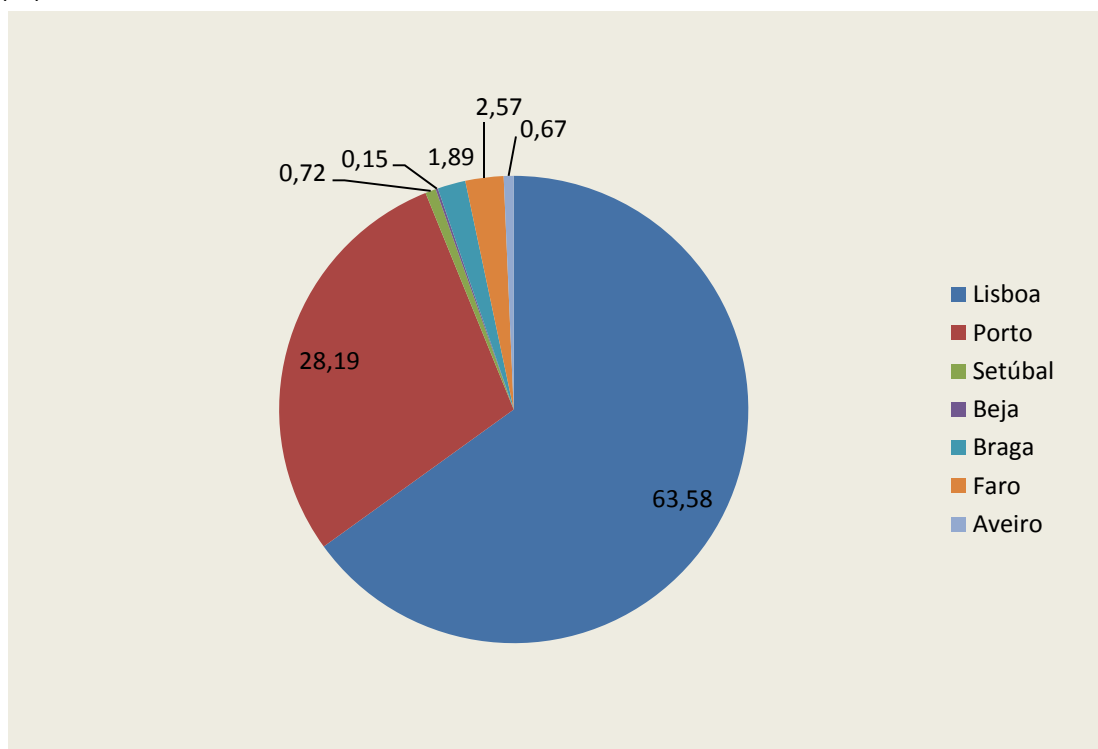
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 84 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal Destak (%), 2007



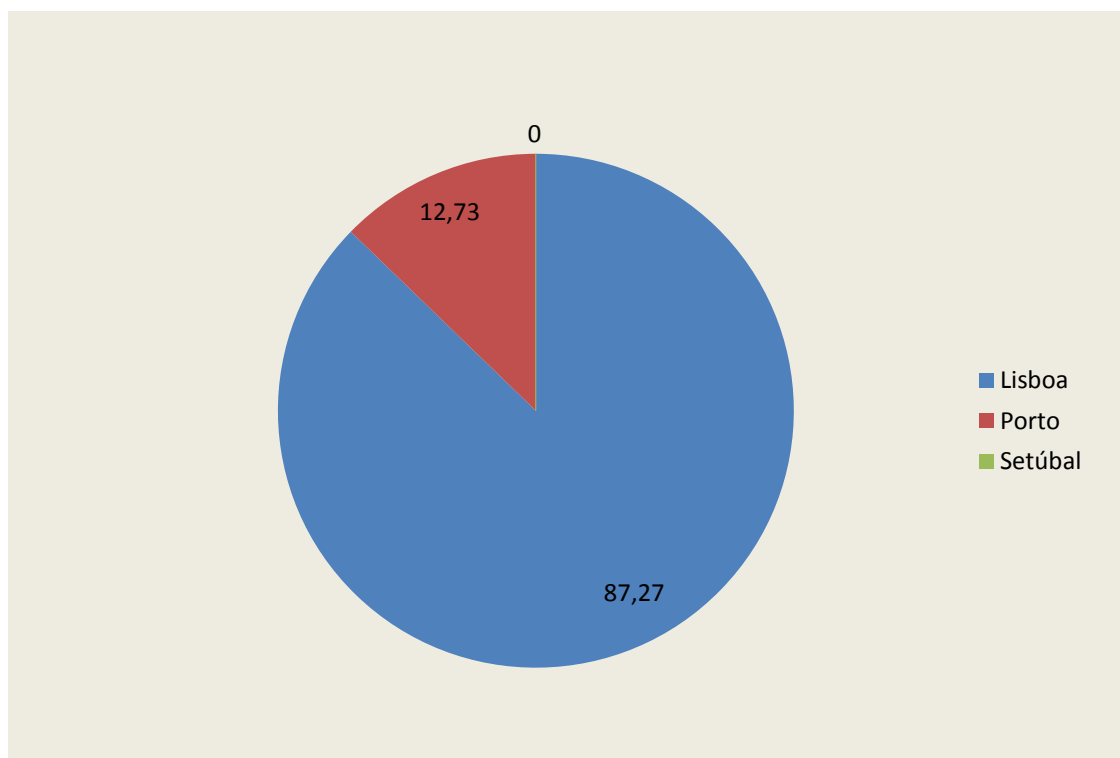
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 85 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal Destak (%), 2008



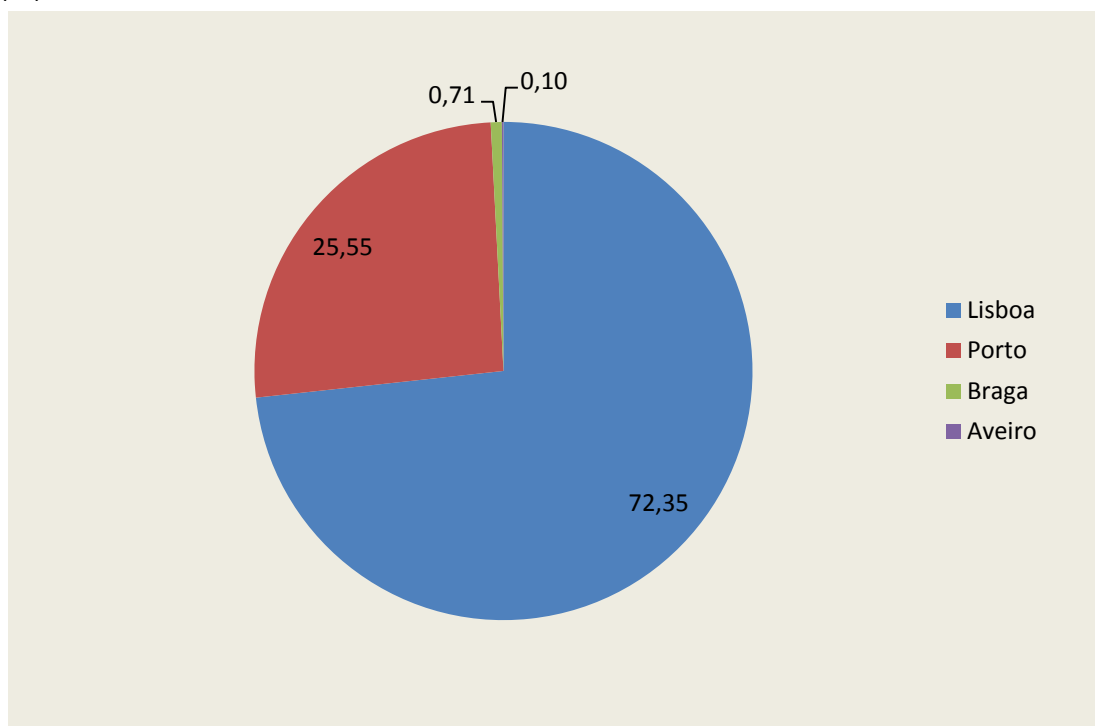
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 86 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal O Metro (%), 2005



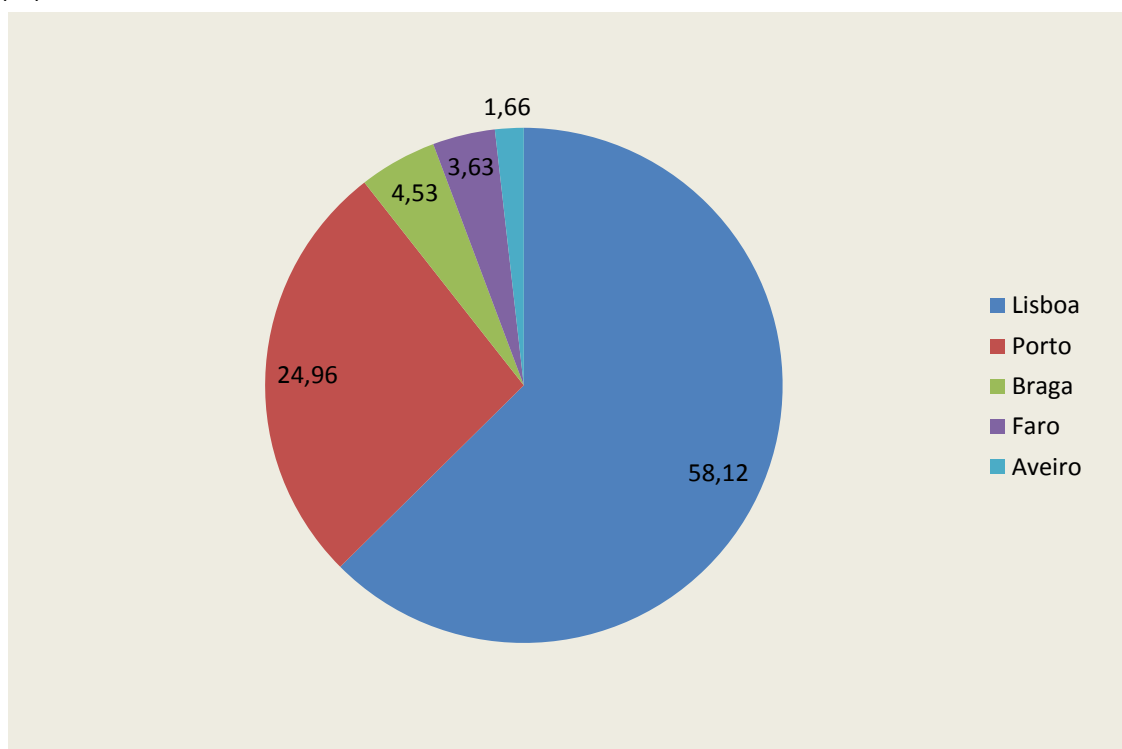
Fonte: APCT. Edição Obercom.

Figura 87 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal O Metro (%), 2006



Fonte: APCT. Edição Obercom.

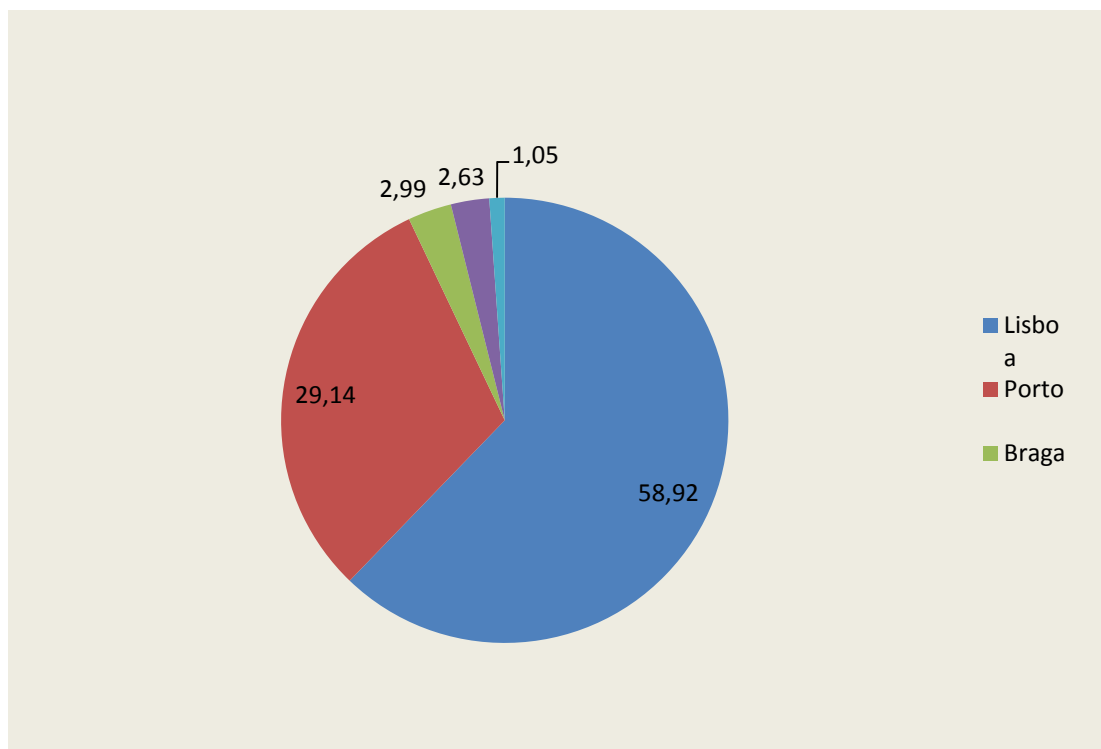
Figura 88 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal O Metro (%), 2007



Fonte: APCT. Edição Obercom.



Figura 89 - Principais Distritos de Distribuição de Jornais Gratuitos – Jornal O Metro (%), 2008



Fonte: APCT. Edição Obercom.

## Circulação das Revistas Femininas, de Sociedade e de Televisão

Quadro 61 - Circulação das revistas femininas, semanais e mensais (%), 2000 a 2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Activa	8,4	10,2	11,1	11,2	11,2	11,0	11,7	11,2
Ana	14,2	12,1	10,5	11,0	11,1	12,0	10,5	9,3
Cosmopolitan	6,3	7,3	8,2	8,6	8,9	7,7	7,7	7,1
Elle	7,2	7,0	7,5	7,4	7,6	7,3	7,8	8,6
Lux Woman	4,0	5,1	6,0	6,6	7,1	6,3	8,1	8,2
Maria	46,1	39,9	40,5	39,7	38,5	39,6	38,0	38,9
Máxima	7,3	6,8	7,8	7,9	7,9	8,9	9,2	9,4
Mulher Moderna	6,5	5,2	5,1	3,9	3,1	2,7	2,1	1,8
Vogue	0,0	6,5	3,4	3,6	4,5	4,6	4,9	5,5
<b>Total</b>	<b>689.188</b> <b>(100%)</b>	<b>768.624</b> <b>(100%)</b>	<b>703.490</b> <b>(100%)</b>	<b>659.303</b> <b>(100%)</b>	<b>664.553</b> <b>(100%)</b>	<b>641.917</b> <b>(100%)</b>	<b>639.427</b> <b>(100%)</b>	<b>568.102</b> <b>(100%)</b>

Fonte: APCT. Edição Obercom.

Quadro 62 - Circulação de Revistas de Sociedade, 2000 a 2008

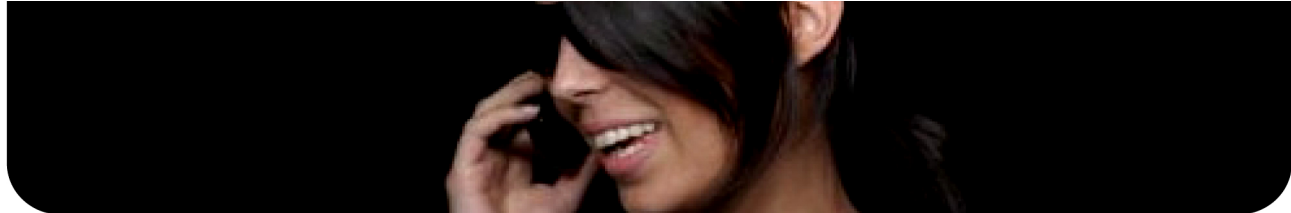
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Caras	27,2	29,7	24,6	22,8	25,0	22,6	23,4	24,3
Flash!			15,2	13,7	12,8	14,0	13,0	12,1
Lux	12,6	12,0	9,5	17,0	16,1	16,1	17,4	17,1
Nova Gente	48,1	46,9	39,7	35,1	36,5	38,1	37,1	36,6
VIP	12,1	11,3	11,0	11,3	9,7	9,2	9,1	9,9
<b>Total</b>	<b>371.546</b> <b>(100%)</b>	<b>372.266</b> <b>(100%)</b>	<b>402.980</b> <b>(100%)</b>	<b>437.925</b> <b>(100%)</b>	<b>402.537</b> <b>(100%)</b>	<b>394.803</b> <b>(100%)</b>	<b>387.686</b> <b>(100%)</b>	<b>363.696</b> <b>(100%)</b>

Fonte: APCT. Edição Obercom.

Quadro 63 - Circulação das revistas de televisão (%), 2000 a 2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Cabovisão Magazine		0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,0	—
Telenovelas	32,7	33,5	27,6	26,4	25,7	24,1	22,8	22,8
TV 7 Dias	31,5	33,5	35,6	38,6	40,9	39,8	39,1	36,1
TV Guia	18,6	15,0	21,0	18,8	17,7	17,0	16,8	19,2
TV Guia Novelas						5,2	5,3	5,5
TV Mais	17,3	17,8	15,4	15,9	15,5	13,9	15,9	16,3
<b>Total</b>	<b>443.459</b> <b>(100%)</b>	<b>458.310</b> <b>(100%)</b>	<b>445.498</b> <b>(100%)</b>	<b>437.572</b> <b>(100%)</b>	<b>441.893</b> <b>(100%)</b>	<b>451.400</b> <b>(100%)</b>	<b>418.514</b> <b>(100%)</b>	<b>412.945</b> <b>(100%)</b>

Fonte: APCT. Edição Obercom.



## 8. Telecomunicações

<b>Telecomunicações. Colectânea Estatística.....</b>	<b>199</b>
<b>Telefone Fixo .....</b>	<b>199</b>
Quadro 1 - Evolução dos prestadores do Serviço Fixo Telefónico, 2001 a 2008	199
Quadro 2 - Evolução do número total de acessos telefónicos principais, 2001 a 2008 .....	200
Quadro 3 - Evolução do número total de acessos telefónicos principais, 2001 a 2008 (continuação) .....	200
Quadro 4 - Evolução do número total de acessos telefónicos principais, 2000 a 2008 .....	201
Quadro 5 - Número de clientes de acesso telefónico, 2001 a 2008.....	202
Quadro 6 - Tráfego: Minutos originados na rede fixa <sup>1</sup> , 2001 a 2008 .....	202
Quadro 7 - Evolução da percentagem de tráfego cursado através das modalidades de acesso indirecto (minutos), 2000 a 2008 .....	202
Quadro 8 - Receitas do serviço telefónico fixo e postos públicos, 2001 a 2006..	203
<b>Telefone Móvel.....</b>	<b>203</b>
Quadro 9 - Tráfego móvel: evolução anual do número de chamadas de voz, 2004 a 2008 .....	203
Quadro 10 - Taxa de crescimento anual do número de chamadas de voz por origem de tráfego e por terminação de tráfego (%), 2003 a 2008 .....	203
Quadro 11 - Tráfego móvel: evolução anual do número de chamadas de voz (% sobre o total, por ano), 2004 a 2008 .....	204
Quadro 12 - Evolução do número de assinantes <sup>1</sup> móvel terrestre, 2003 a 2008 ..	204
Quadro 13 - Evolução do tráfego de mensagens escritas (milhares), 2004 a 2008 .....	205
Quadro 14 - Evolução do Tráfego Móvel Internacional (milhares), 2003 a 2008 .....	206

Figura 1 - Evolução dos Prestadores do Serviço Fixo Telefónico, 2001 a 2008.....	199
Figura 2 - Total de Acessos Telefónicos Principais <sup>1</sup> , 2001 a 2008 .....	201
Figura 3 - Evolução do número de assinantes <sup>1</sup> móvel terrestre, 2003 a 2008 .....	205
Figura 4 - Evolução do tráfego de mensagens escritas (milhares), 2004 a 2008 .....	206

# Telecomunicações. Colectânea Estatística.

## Telefone Fixo

Quadro 1 - Evolução dos prestadores do Serviço Fixo Telefónico, 2001 a 2008

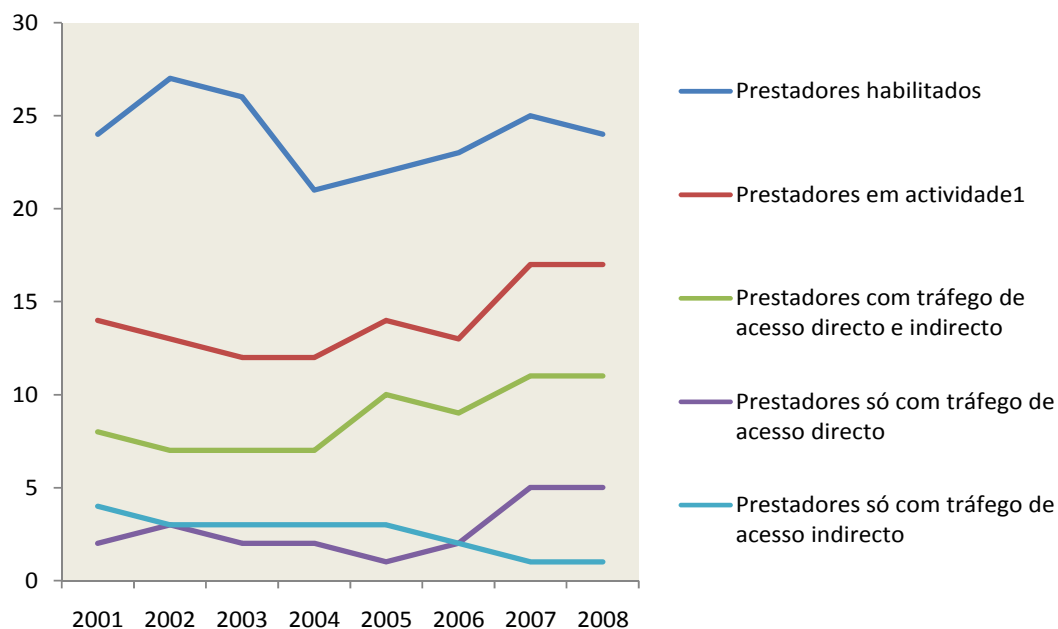
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Prestadores habilitados	24	27	26	21	22	23	25	24
Prestadores em actividade <sup>1</sup>	14	13	12	12	14	13	17	17
Prestadores com tráfego de acesso directo e indirecto	8	7	7	7	10	9	11	11
Prestadores só com tráfego de acesso directo	2	3	2	2	1	2	5	5
Prestadores só com tráfego de acesso indirecto	4	3	3	3	3	2	1	1

Fonte: ANACOM

<sup>(1)</sup> Entidades que, de acordo com a informação estatística disponível, registaram tráfego no período em análise.

Nota: É tido em conta o 4º trimestre de cada ano.

Figura 1 - Evolução dos Prestadores do Serviço Fixo Telefónico, 2001 a 2008



Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

Nota: É tido em conta o 4º trimestre de cada ano.

Quadro 2 - Evolução do número total de acessos telefónicos principais, 2001 a 2008

	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Acessos Principais Totais<sup>1</sup></b>	4.321.090	4.385.454	4.350.528	4.281.119	4.238.270
<b>Acessos instalados a pedido de clientes</b>	4.226.778	4.292.397	4.266.451	4.197.138	4.146.698
Acessos Analógicos	3.569.581	3.424.387	3.248.352	3.157.524	3.096.273
Acessos RDIS equivalentes <sup>2</sup>	655.647	809.693	860.949	859.930	853.163
Básicos	371.914	480.196	533.334	540.108	533.052
Primários	273.210	321.180	323.250	316.980	316.140
Fraccionados	810	3.127	1.905	1.402	2.861
Outros acessos RDIS	9.713	5.190	2.460	1.440	1.110
GSM	0	0	0	0	0
Outros acessos	1.550	58.317	157.150	179.684	197.262
<b>Postos públicos</b>	47.742	45.486	43.805	41.525	47.442

Fonte: ANACOM.

<sup>[1]</sup> Este indicador corresponde à soma dos indicadores “número de acessos analógicos” e “número de acessos digitais equivalentes” referentes ao acesso directo, incluindo acessos instalados a pedido de clientes, postos públicos e parque próprio dos prestadores. Por parque próprio de acessos entende-se o parque de acessos para utilização do próprio prestador (os acessos afectos às empresas com as quais o prestador tenha relação de domínio ou de grupo não são integrados no seu parque próprio, sendo contabilizados como “acessos instalados a pedido de clientes”).

<sup>[2]</sup> O “número de acessos digitais equivalentes” corresponde à soma do número de linhas afectas ao serviço telefónico fixo suportadas em cada acesso digital instalado. No caso de acessos RDIS, o número de acessos equivalentes é de 2 por cada acesso RDIS básico e de 30 por cada acesso RDIS primário. Os acessos fraccionados são partes de acessos RDIS primários.

A categoria “Outros” engloba sobretudo acessos com recurso a tecnologia GSM e acessos “Diginet”.

Unidade: 1 acesso

Quadro 3 - Evolução do número total de acessos telefónicos principais, 2001 a 2008 (continuação)

	2005	2006	2007	2008
<b>Acessos Principais Totais<sup>1</sup></b>	4.233.701	4.236.386	4.194.701	4.121.408
<b>Acessos instalados a pedido de clientes</b>	4.127.459	4.130.443	4.089.585	4.015.012
Acessos Analógicos	2.999.729	2.849.925	2.610.728	2.213.351
Acessos RDIS equivalentes <sup>2</sup>	832.819	823.238	812.809	781.767
Básicos	524.762	511.026	494.106	469.448
Primários	302.490	305.955	313.485	306.390
Fraccionados	4.585	5.347	4.227	4.189
Outros acessos RDIS	982	910	991	1.740
GSM	71.545	211.215	364.888	399.520
Outros acessos	223.366	246.065	301.160	620.374
<b>Postos públicos</b>	45.334	43.233	41.498	36.391

Fonte: ANACOM.

<sup>[1]</sup> Este indicador corresponde à soma dos indicadores “número de acessos analógicos” e “número de acessos digitais equivalentes” referentes ao acesso directo, incluindo acessos instalados a pedido de clientes, postos públicos e parque próprio dos prestadores. Por parque próprio de acessos entende-se o parque de acessos para utilização do próprio prestador (os acessos afectos às empresas com as quais o prestador tenha relação de domínio ou de grupo não são integrados no seu parque próprio, sendo contabilizados como “acessos instalados a pedido de clientes”).

<sup>[2]</sup> O “número de acessos digitais equivalentes” corresponde à soma do número de linhas afectas ao serviço telefónico fixo suportadas em cada acesso digital instalado. No caso de acessos RDIS, o número de acessos equivalentes é de 2 por cada acesso RDIS básico e de 30 por cada acesso RDIS primário. Os acessos fraccionados são partes de acessos RDIS primários.

A categoria “Outros” engloba sobretudo acessos com recurso a tecnologia GSM e acessos “Diginet”.

Unidade: 1 acesso

Quadro 4 - Evolução do número total de acessos telefónicos principais, 2000 a 2008

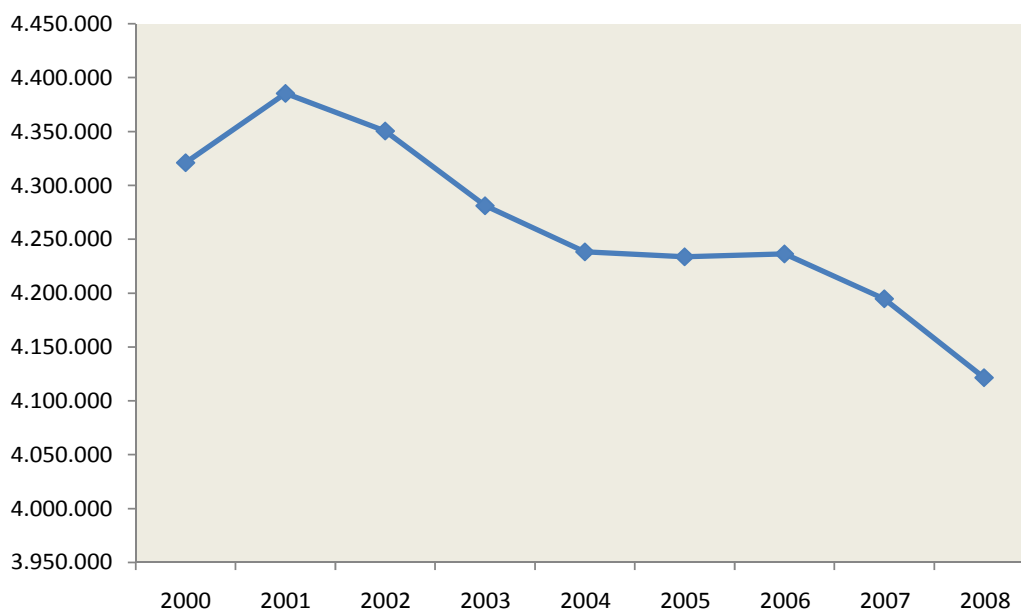
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Acessos Principais Totais<sup>1</sup></b>	<b>4.321.090</b>	<b>4.385.454</b>	<b>4.350.528</b>	<b>4.281.119</b>	<b>4.238.270</b>	<b>4.233.701</b>	<b>4.236.386</b>	<b>4.194.701</b>	<b>4.121.408</b>
Varição por relação ao ano zero de 2000	—	1,5	0,7	-0,9	-1,9	-2,0	-2,0	-2,9	-4,6
Taxa de crescimento Anual	—	1,5	-0,8	-1,6	-1,0	-0,1	0,1	-1,0	-1,7

Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

[1] O indicador “Acessos Principais Totais” corresponde à soma dos indicadores “número de acessos analógicos” e “número de acessos digitais equivalentes” referentes ao acesso directo, incluindo acessos instalados a pedido de clientes, postos públicos e parque próprio dos prestadores. Por parque próprio de acessos entende-se o parque de acessos para utilização do próprio prestador (os acessos afectos às empresas com as quais o prestador tenha relação de domínio ou de grupo não são integrados no seu parque próprio, sendo contabilizados como “acessos instalados a pedido de clientes”).

Unidade: 1 acesso

Figura 2 - Total de Acessos Telefónicos Principais<sup>1</sup>, 2001 a 2008



Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

[1] O indicador “Acessos Principais Totais” corresponde à soma dos indicadores “número de acessos analógicos” e “número de acessos digitais equivalentes” referentes ao acesso directo, incluindo acessos instalados a pedido de clientes, postos públicos e parque próprio dos prestadores. Por parque próprio de acessos entende-se o parque de acessos para utilização do próprio prestador (os acessos afectos às empresas com as quais o prestador tenha relação de domínio ou de grupo não são integrados no seu parque próprio, sendo contabilizados como “acessos instalados a pedido de clientes”).

Unidade: 1 acesso.

Quadro 5 - Número de clientes de acesso telefónico, 2001 a 2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Clientes de acesso directo</b>	<b>3.250.922</b>	<b>3.217.041</b>	<b>3.143.491</b>	<b>3.133.473</b>	<b>3.133.980</b>	<b>3.247.745</b>	<b>3.198.153</b>	<b>3.135.918</b>
<b>Clientes de acesso indirecto</b>								
Pré-selecção	389.811	374.268	355.517	394.894	470.107	429.935	292.780	171.817
Seleção chamada-a-chamada	56.840	36.926	51.539	101.678	101.602	68.657	41.469	22.697
<b>Clientes de VoIP Nómada</b>						3.426	76.290	133.874

Unidade: 1 cliente

Fonte: ANACOM

Quadro 6 - Tráfego: Minutos originados na rede fixa<sup>1</sup>, 2001 a 2008

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Tráfego total (voz + Internet + VoIP nómada)</b>	<b>16.411.652</b>	<b>17.119.725</b>	<b>16.248.029</b>	<b>14.046.219</b>	<b>11.921.311</b>	<b>10.269.654</b>	<b>9.046.863</b>	<b>8.437.776</b>	<b>8.203.917</b>
<b>Tráfego de voz</b>	<b>10.779.174</b>	<b>10.177.935</b>	<b>9.638.608</b>	<b>8.995.198</b>	<b>8.751.725</b>	<b>8.385.341</b>	<b>8.049.456</b>	<b>7.930.061</b>	<b>7.739.266</b>
Percentagem do total	65,7%	59,5%	59,3%	64,0%	73,4%	81,7%	89,0%	94,0%	94,3%
Tráfego nacional (voz)	10.274.623	9.650.985	9.127.643	8.509.702	8.243.789	7.794.022	7.499.930	7.363.904	7.181.508
Tráfego nacional Fixo-Fixo	8.957.689	8.250.964	7.672.215	7.208.172	6.989.899	6.574.502	6.345.358	6.209.873	6.087.172
Tráfego nacional Fixo-Móvel	1.316.935	1.400.021	1.455.428	1.301.530	1.253.890	1.219.520	1.154.572	1.154.031	1.094.336
Tráfego internacional de saída	504.551	526.950	510.965	485.496	507.937	591.320	549.526	566.157	557.758
<b>Tráfego de acesso à Internet</b>	<b>5.632.478</b>	<b>6.941.789</b>	<b>6.609.421</b>	<b>5.051.021</b>	<b>3.169.586</b>	<b>1.884.313</b>	<b>997.408</b>	<b>414.524</b>	<b>201.586</b>
Percentagem do total	34,3%	40,5%	40,7%	36,0%	26,6%	18,3%	11,0%	4,9%	2,5%
<b>Tráfego de VoIP Nómada</b>							n.d.	93.191	263.066
Percentagem do total							-	1,1%	3,2%

Fonte: ANACOM

Unidade: milhares de minutos

[1] Inclui tráfego de acesso directo e acesso indirecto através de pré-selecção e selecção chamada-a-chamada

Quadro 7 - Evolução da percentagem de tráfego cursado através das modalidades de acesso indirecto (minutos), 2000 a 2008

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Tráfego de voz	2,5%	10,7%	13,2%	13,9%	18,3%	20,1%	20,3%	16,6%	12,6%
Tráfego nacional	1,7%	10,1%	13,0%	13,8%	18,2%	20,4%	20,5%	16,8%	12,7%
Tráfego internacional de saída	17,8%	20,1%	16,3%	14,6%	19,6%	17,2%	16,9%	13,7%	10,9%

Fonte: ANACOM



Quadro 8 - Receitas do serviço telefónico fixo e postos públicos, 2001 a 2006

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Total Receitas*</b>	<b>1.773.221</b>	<b>1.613.807</b>	<b>1.532.165</b>	<b>1.488.167</b>	<b>1.403.051</b>	<b>1.335.902</b>
Assinaturas	613.871	606.707	649.657	679.904	704.474	657.262
Comunicações	1.114.757	975.391	858.819	783.536	726.877	613.121
Tráfego Nacional	970.914	773.216	679.486	616.756	570.830	474.746
Tráfego Internacional	143.843	148.138	128.286	121.733	115.461	104.638
SMS e Postos Públicos		54.037	51.047	45.047	40.586	33.738
Outras receitas	44.594	31.709	23.688	704.631	15.751	65.519

Fonte: ICP-ANACOM.

\* Foram alterados os valores históricos. Apenas inclui receitas retalhistas.

Nota: Inclui receitas provenientes de cartões virtuais de chamadas e postos públicos.

Unidade: 10<sup>3</sup> Euros.

## Telefone Móvel

Quadro 9 - Tráfego móvel: evolução anual do número de chamadas de voz, 2004 a 2008

Por origem de tráfego	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Total</b>	<b>5.809.558</b>	<b>6.052.270</b>	<b>6.452.307</b>	<b>6.647.684</b>	<b>7.035.021</b>	<b>7.517.900</b>
Rede própria-Rede própria	3.856.964	4.022.902	4.344.934	4.439.160	4.693.466	5.116.441
Rede própria-SFT nacionais	541.754	516.965	512.351	534.206	551.914	525.857
Rede própria-Redes internacionais	172.854	196.237	207.662	225.864	247.909	267.029
Rede própria-Outros SMT nacionais	1.237.986	1.316.165	1.387.360	1.448.455	1.541.732	1.608.573
Por terminação de tráfego	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Total</b>	<b>5.932.650</b>	<b>6.174.530</b>	<b>6.550.074</b>	<b>6.693.245</b>	<b>7.064.437</b>	<b>7.511.283</b>
Rede própria-Rede própria	3.856.964	4.022.902	4.344.934	4.439.160	4.693.466	5.116.441
SFT nacionais-Rede própria	691.110	658.544	626.505	593.410	609.986	577.021
Redes internacionais-Rede própria	144.764	175.485	188.976	206.073	217.294	224.211
Outros SMT nacionais-Rede própria	1.239.812	1.317.598	1.389.659	1.454.602	1.543.691	1.593.610

Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

Unidade: milhares.

SFT: Serviço Fixo de Telefone.

SMT: Serviço Móvel Terrestre.

Quadro 10 - Taxa de crescimento anual do número de chamadas de voz por origem de tráfego e por terminação de tráfego (%), 2003 a 2008

	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08
<b>Por origem de tráfego</b>	4,2	6,6	3,0	5,8	6,9
<b>Por terminação de tráfego</b>	4,1	6,1	2,2	5,5	6,3

Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

Quadro 11 - Tráfego móvel: evolução anual do número de chamadas de voz (% sobre o total, por ano), 2004 a 2008

<b>Por origem de tráfego</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Rede própria-Rede própria	66,4	66,5	67,3	66,8	66,7	68,1
Rede própria-SFT nacionais	9,3	8,5	7,9	8,0	7,8	7,0
Rede própria-Redes internacionais	3,0	3,2	3,2	3,4	3,5	3,6
Rede própria-Outros SMT nacionais	21,3	21,7	21,5	21,8	21,9	21,4
<b>Por terminação de tráfego</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Rede própria-Rede própria	65,0	65,2	66,3	66,3	66,4	68,1
SFT nacionais-Rede própria	11,6	10,7	9,6	8,9	8,6	7,7
Redes internacionais-Rede própria	2,4	2,8	2,9	3,1	3,1	3,0
Outros SMT nacionais-Rede própria	20,9	21,3	21,2	21,7	21,9	21,2

Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

SFT: Serviço Fixo de Telefone.

SMT: Serviço Móvel Terrestre.

Quadro 12 - Evolução do número de assinantes<sup>1</sup> móvel terrestre, 2003 a 2008

	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
<b>Nº de assinantes</b>	<b>10.002.705</b>	<b>10.571.100</b>	<b>11.447.313</b>	<b>12.226.439</b>	<b>13.450.931</b>	<b>14.909.595</b>
Detentores de Planos de Assinatura	2.074.004	2.147.585	2.156.764	2.455.608	3.131.088	3.862.967
Detentores de Cartões Pré-pagos	7.928.701	8.423.515	9.290.549	9.770.831	10.319.843	11.046.628
<b>Taxa de penetração do serviço</b>	<b>95,5</b>	<b>100,4</b>	<b>108,3</b>	<b>115,4</b>	<b>126,7</b>	<b>140,4</b>

Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

Unidade: 1 assinante no final do período

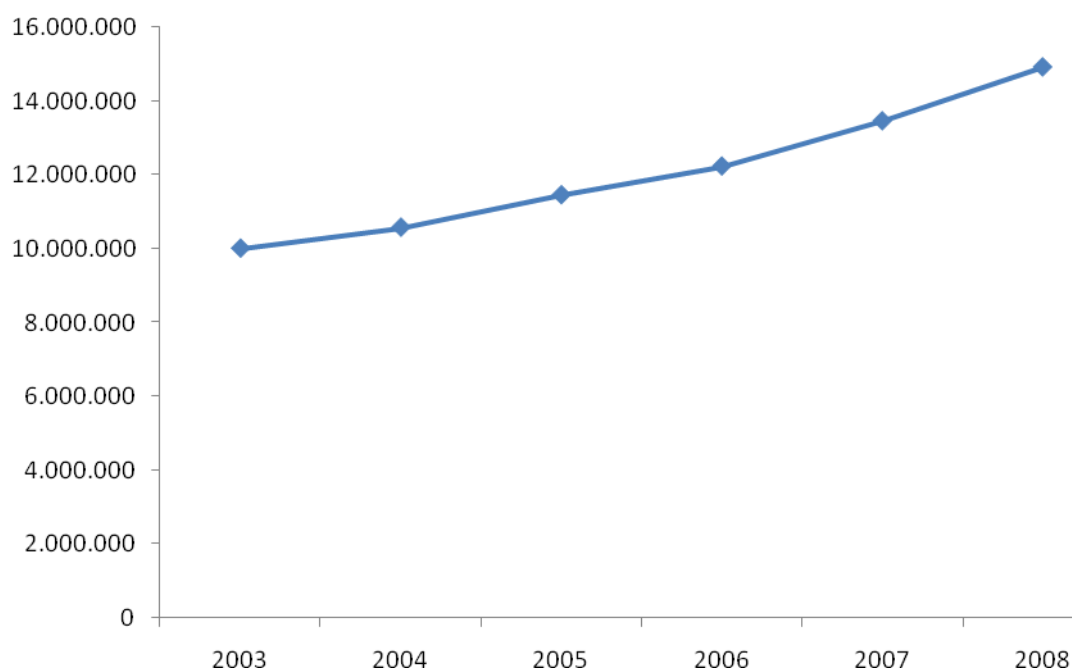
Unidade: 1 assinante por 100 habitantes.

(1) Entende-se por assinante todo o utilizador abrangido por uma relação contratual estabelecida com um operador nacional do Serviço Móvel Terrestre, nomeadamente nas modalidades de assinatura ou de cartão pré-pago activado (considera-se que o cartão é activado após realizada ou recebida a primeira chamada), a quem tenha sido conferido o direito de originar ou receber tráfego, através da respectiva rede.

Nota: Em 9.07.2007 o INE publicou uma estimativa da população residente em Portugal para 31.12.2006, o que alterou os valores de penetração no 4T06 e trimestres seguintes.

É tido em conta o 4º trimestre de cada ano, exceptuando o ano de 2008 em que apresentam-se valores apenas até ao 3º trimestre.

Figura 3 - Evolução do número de assinantes<sup>1</sup> móvel terrestre, 2003 a 2008



Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

Unidade: 1 assinante no final do período

Unidade: 1 assinante por 100 habitantes.

(1) Entende-se por assinante todo o utilizador abrangido por uma relação contratual estabelecida com um operador nacional do Serviço Móvel Terrestre, nomeadamente nas modalidades de assinatura ou de cartão pré-pago activado (considera-se que o cartão é activado após realizada ou recebida a primeira chamada), a quem tenha sido conferido o direito de originar ou receber tráfego, através da respectiva rede.

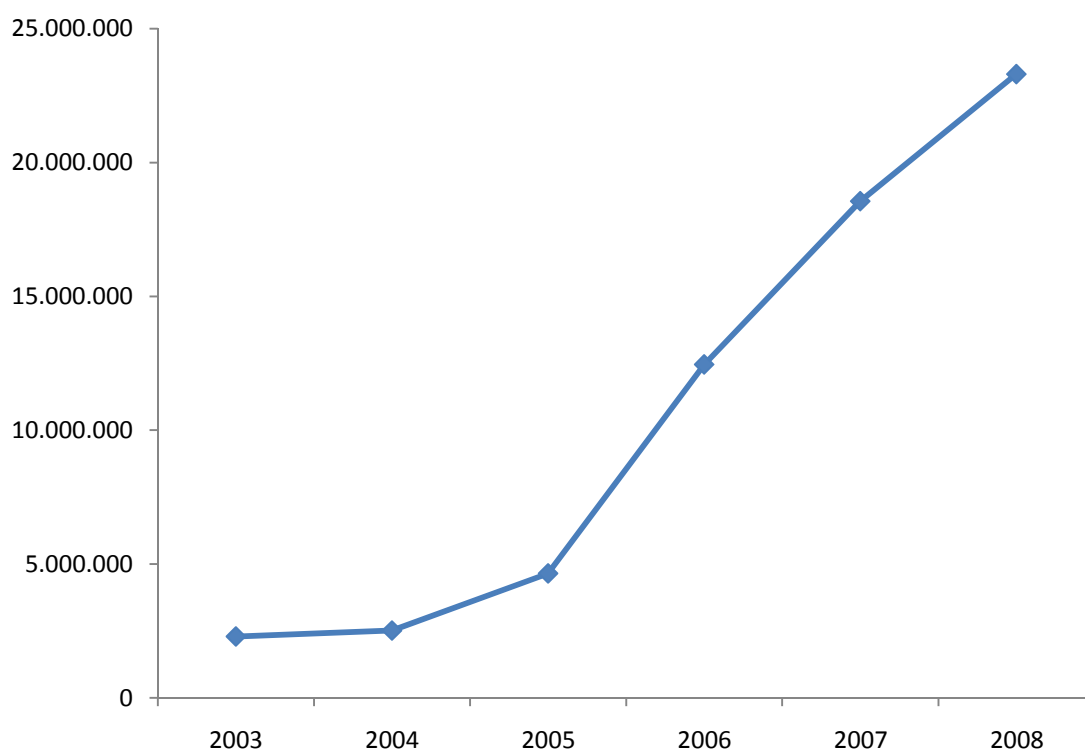
Nota: Em 9.07.2007 o INE publicou uma estimativa da população residente em Portugal para 31.12.2006, o que alterou os valores de penetração no 4T06 e trimestres seguintes. É tido em conta o 4º trimestre de cada ano, exceptuando o ano de 2008 em que se apresentam valores apenas até ao 3º trimestre.

Quadro 13 - Evolução do tráfego de mensagens escritas (milhares), 2004 a 2008

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Mensagens escritas enviadas (SMS)	2.296.159	2.518.156	4.652.031	12.457.856	18.554.867	23.302.099
Taxa de crescimento anual	—	9,7	84,7	167,8	48,9	25,6
Mensagens multimédia enviadas (MMS)	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	46.140	76.846
Taxa de crescimento anual	—	—	—	—	—	66,5

Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

Figura 4 - Evolução do tráfego de mensagens escritas (milhares), 2004 a 2008



Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

Quadro 14 - Evolução do Tráfego Móvel Internacional (milhares), 2003 a 2008

<b>Tráfego de roaming in <sup>(1)</sup></b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Chamadas	119.983	110.929	110.441	126.077	138.772	147.120
Minutos	185.162	216.701	216.706	248.368	283.593	309.275
Mensagens escritas	n.d.	139.014	153.732	192.438	242.019	289.187
<b>Tráfego de roaming out <sup>(2)</sup></b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Chamadas	72.329	75.252	78.377	88.434	99.140	107.508
Minutos	137.622	142.568	154.728	203.864	248.917	276.775
Mensagens escritas	58.962	74.998	118.424	139.665	193.441	241.881

Fonte: ANACOM

Unidade: milhares.

Nota: (1) Tráfego cursado (originado e terminado) nas redes nacionais por assinantes de redes estrangeiras.

(2) Tráfego originado e terminado por assinantes dos operadores nacionais enquanto utilizadores de redes de outros operadores no estrangeiro.



## 9. Tecnologias de Informação e Comunicação

Tecnologias de Informação e Comunicação. Colectânea Estatística .....	211
As Tecnologias de Informação e Comunicação em Portugal.....	211
Quadro 1 - Agregados domésticos* com TIC (%), 2002 a 2008 .....	211
Quadro 2 - Agregados domésticos* com ligação à Internet (%), 2002 a 2008 ....	212
Quadro 3 - Evolução dos prestadores do serviço de acesso à Internet – Fixo, 2000 a 2008 .....	212
Quadro 4 - Agregados domésticos* com ligação à Internet por banda larga (%), 2003 a 2008 .....	213
Quadro 5 - Utilizadores* de computador (%), 2002 a 2008.....	214
Quadro 6 - Actividades realizadas na Internet* (%), 2003 a 2008.....	215
Posse e modos de acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação.....	217
Quadro 8 - Agregados domésticos* com computador (%), por regiões (NUTS II), 2002 a 2008 .....	217
Quadro 9 - Taxa de Crescimento dos Agregados domésticos* com computador por regiões (NUTS II), 2002 a 2008 .....	217
Quadro 10 - Agregados domésticos* com computador (%) (Benchmarking Internacional), 2002 a 2008 .....	218
Quadro 11 - Agregados domésticos com ligação à Internet (%), por regiões (NUTS II), 2002 a 2008 .....	218
Quadro 12 - Taxa de Crescimento dos Agregados domésticos* com Ligação à Internet por regiões (NUTS II), 2002 a 2008 .....	219
Quadro 13 - Agregados domésticos* com ligação à Internet (%) (Benchmark internacional), 2002 a 2008 .....	219
Quadro 14 - Agregados domésticos com ligação à Internet por tipo de ligação (%), 2003 a 2008 .....	220
Quadro 15 - Agregados domésticos* com ligação à Internet por banda larga, por regiões – NUTS II (%), 2003 a 2008.....	220
Quadro 16 - Taxa de Crescimento dos Agregados domésticos* com Ligação à Internet por Banda Larga por regiões (NUTS II), 2003 a 2008 .....	220
Quadro 17 - Agregados domésticos* com ligação à Internet de banda larga (Benchmarking Internacional), 2003 a 2008 .....	221
Quadro 18 - Meios de acesso à Internet no agregado doméstico* (%), 2002 a 2008 .....	221
Quadro 19 - Razões para não ter acesso à Internet em casa* (%), 2005 a 2008 ..	222
Utilizações das Tecnologias de Informação e Comunicação .....	223
O Computador .....	223
Quadro 20 - Utilizadores* de computador, por género (%), 2002 a 2008 .....	223
Quadro 21 - Utilizadores* de computador, por escalão etário (%), 2002 a 2008 .....	223
Quadro 22 - Utilizadores* de computador, por nível de escolaridade (%), 2002 a 2008 .....	224
Quadro 23 - Utilizadores* de computador, por condição perante o trabalho (%), 2002 a 2008 .....	225
Quadro 24 - Utilizadores* de computador, por regiões – NUTS II (%), 2002 a 2008 .....	226
Quadro 25 - Utilizadores de computador*, na União Europeia (%), 2002 a 2008.....	227
Quadro 26 - Frequência de utilização de computador* (%), 2002 a 2008 .....	227
Quadro 27 - Locais de utilização de computador* (%), 2002 a 2008 .....	228
A Internet.....	228
Quadro 28 - Utilizadores* de Internet, por género (%), 2002 a 2008 .....	228

Quadro 29 - Utilizadores* de Internet, por escalão etário (%), 2002 a 2008 .....	229
Quadro 30 - Utilizadores* de Internet, por nível de escolaridade (%), 2002 a 2008 .....	229
Quadro 31 - Utilizadores* de Internet, por condição perante o trabalho (%), 2002 a 2008 .....	230
Quadro 32 - Utilizadores* de Internet, por regiões – NUTS II (%), 2002 a 2008	231
Quadro 33 - Utilizadores* de Internet, na União Europeia (%), 2002 a 2008 .....	232
Quadro 34 - Taxa de Crescimento dos Utilizadores* de Internet na União Europeia (%), 2002/2008 .....	233
Quadro 35 - Frequência de utilização de Internet* (%), 2002 a 2008.....	233
Quadro 36 - Locais de utilização de Internet* (%), 2002 a 2008.....	234
Quadro 37 - Horas dispendidas na Internet* (%), 2004 a 2008 .....	235
Quadro 38 - Número de Clientes do Serviço de Acesso à Internet, 2000 a 2008	235
Quadro 39 - Número de Clientes do Serviço de Banda Larga – acesso móvel, 2000 a 2008 .....	235
Quadro 40 - Evolução da Taxa de Penetração da Banda Larga (%), 2001 a 2007	236
Competências e Precauções na Utilização de Computador e Internet.....	237
Quadro 41 - Frequência do último curso/acção de formação relacionado com computadores/informática* (%), 2006 e 2008 .....	237
Quadro 42 - Indivíduos* que realizaram actividades relacionadas com computador (%), 2005 a 2008 .....	237
Quadro 43 - Indivíduos* que realizaram actividades relacionadas com Internet (%), 2005 a 2008 .....	237
Quadro 44 - Utilização de precauções de segurança* (%), 2004 a 2008 .....	237
Comércio Electrónico .....	238
Quadro 50 - Utilizadores* de comércio electrónico (%), 2002 a 2008.....	238
Quadro 51 - Utilizadores* de comércio electrónico, na União Europeia (%), 2002 a 2008 .....	238
Quadro 52 - Número de compras realizadas através da Internet* (%), 2005 a 2008 .....	238
Quadro 53 - Valor das aquisições realizadas através da Internet* (%), 2005 a 2008 .....	239
Quadro 54 - Modos de pagamento utilizados em comércio electrónico *, 2004 a 2008 .....	239
Quadro 55 - Produtos encomendados através da Internet *, 2004 a 2008.....	239
Quadro 56 - Razões para utilizar comércio electrónico* (%), 2005 a 2006.....	240
Quadro 57 - Barreiras à utilização de comércio electrónico* (%), 2005 a 2008..	240
Serviços de Informática .....	241
Quadro 58 - Distribuição do volume de negócios de Informática, por actividade económica do cliente, segundo a região, 2004 a 2007 .....	241
Quadro 59 - Repartição da prestação de serviços de informática, por área de negócios, segundo a actividade principal da empresa, 2004 e 2005 .....	242
Quadro 60 - Repartição da prestação de serviços de informática, por área de negócios, segundo a actividade principal da empresa, 2006 e 2007 .....	243
Quadro 61 - Número médio de clientes de informática e distribuição do volume de negócios por proveniência e residência do cliente, segundo a região e a actividade principal da empresa, 2005 a 2007 .....	245
Quadro 62 - Pessoal ao serviço na área da informática, por características dos recursos humanos, segundo a actividade principal da empresa, 2004 a 2007.....	246

Figura 1 - Agregados domésticos* com TIC (%), 2002 a 2008 .....	211
Figura 2 - Agregados domésticos* com ligação à Internet (%), 2002 a 2008.....	212
Figura 3 – Evolução dos prestadores do serviço de acesso à Internet – Fixo, 2000 a 2008 .....	213
Figura 4 - Agregados domésticos* com ligação à Internet por banda larga (%), 2003 a 2008 .....	214
Figura 5 - Utilizadores* de computador (%), 2002 a 2008 .....	215
Figura 6 - Utilizadores de computador, por género, 2002 a 2008 .....	223
Figura 7 - Utilizadores* de computador, por escalão etário (%), 2002 a 2008 .....	224
Figura 8 - Utilizadores* de computador, por nível de escolaridade (%), 2002 a 2008 .....	225
Figura 9 - Utilizadores* de computador, por condição perante o trabalho (%), 2002 a 2008 .....	226
Figura 10 - Utilizadores* de Internet, por género (%), 2002 a 2008.....	228
Figura 11 - Utilizadores* de Internet, por escalão etário (%), 2002 a 2008.....	229
Figura 12 - Utilizadores* de Internet, por nível de escolaridade (%), 2002 a 2008.....	230
Figura 13 - Utilizadores* de Internet, por condição perante o trabalho (%), 2002 a 2008 .....	231
Figura 14 - Ano em que começou a utilizar a Internet (%), 2008 .....	234



# Tecnologias de Informação e Comunicação. Colectânea Estatística.

## As Tecnologias de Informação e Comunicação em Portugal

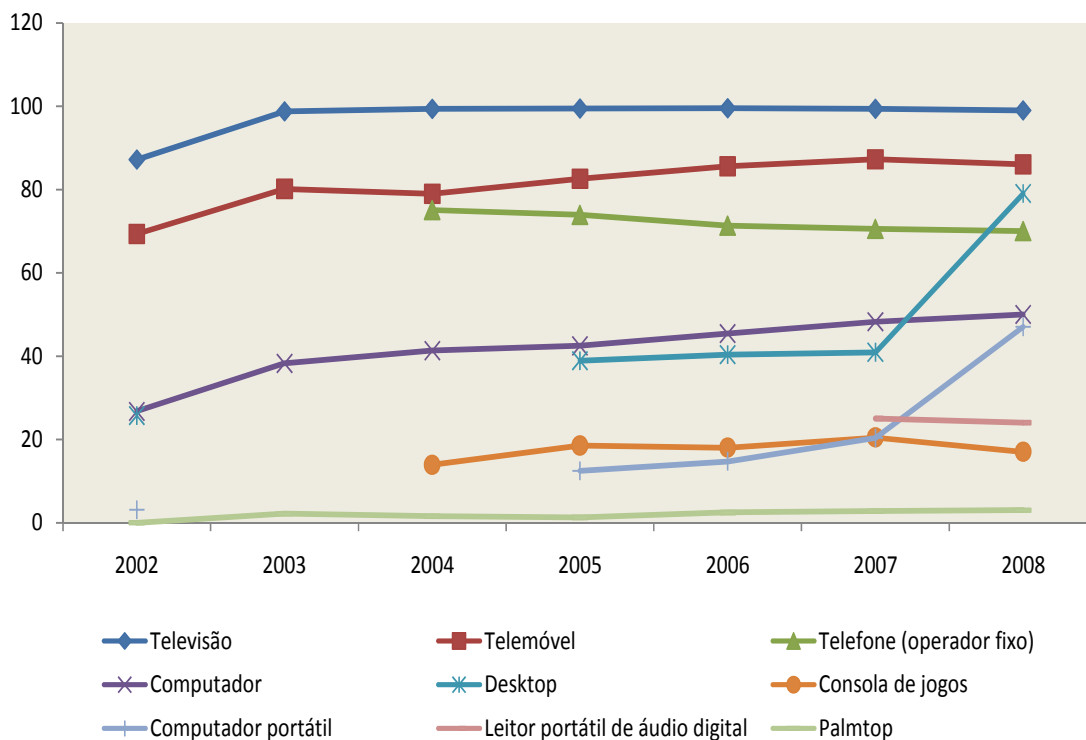
Quadro 1 - Agregados domésticos\* com TIC (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Televisão	87	99	99	99	100	99	99
Telemóvel	69	80	79	83	86	87	86
Telefone (operador fixo)			75	74	71	71	70
Computador	27	38	41	42	45	48	50
Desktop	26			39	40	41	79
Consola de jogos			14	19	18	20	17
Computador portátil	3			12	15	20	47
Leitor portátil de áudio digital						25	24
Palmtop	0	2	2	1	2	3	3

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 - 2008.

\* Agregados domésticos com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos

Figura 1 - Agregados domésticos\* com TIC (%), 2002 a 2008



Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 - 2008. Edição Obercom.

\* Agregados domésticos com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos

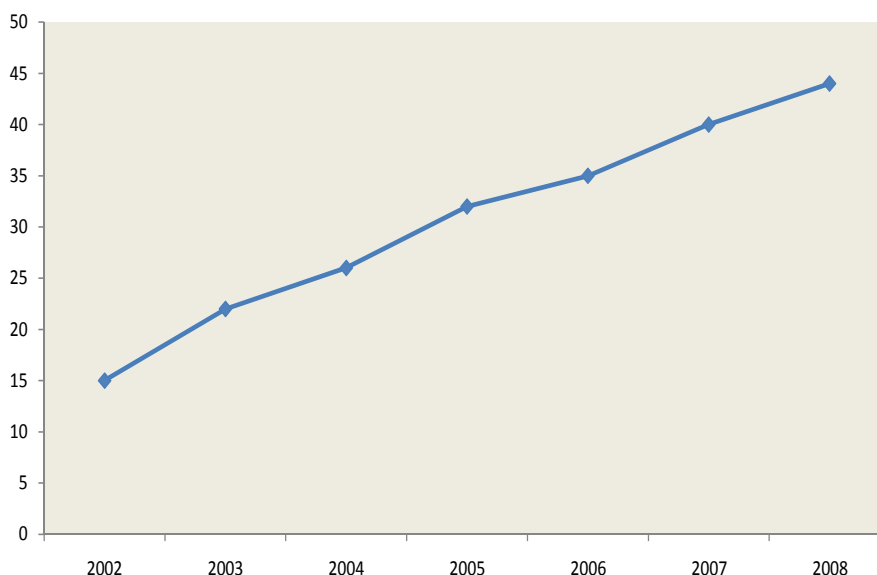
**Quadro 2 - Agregados domésticos\* com ligação à Internet (%), 2002 a 2008**

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Agregados com ligação à Internet	15	22	26	32	35	40	44

Fonte: INE/Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, 2003 – 2008.

Universo: Agregados domésticos residentes no território nacional e em alojamentos não colectivos, com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos.

**Figura 2 - Agregados domésticos\* com ligação à Internet (%), 2002 a 2008**



Fonte: INE/Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, 2003 – 2008. Edição OberCom.

Universo: Agregados domésticos residentes no território nacional e em alojamentos não colectivos, com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos.

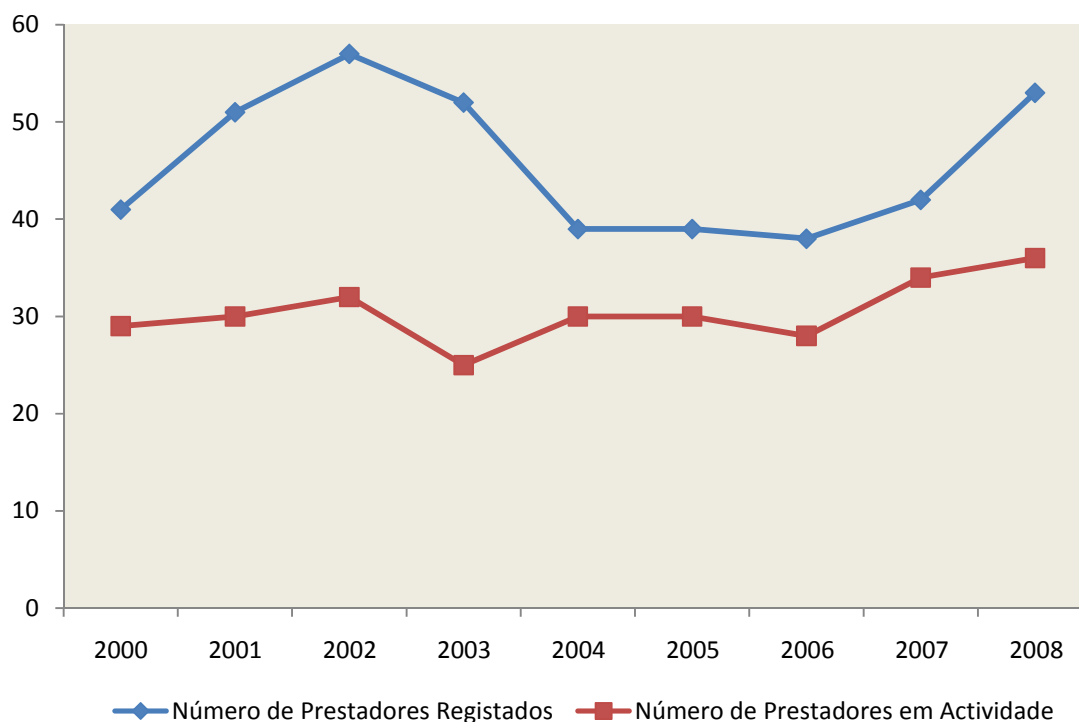
**Quadro 3 - Evolução dos prestadores do serviço de acesso à Internet – Fixo, 2000 a 2008**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Número de Prestadores Registados	41	51	57	52	39	39	38	42	53
Número de Prestadores em Actividade <sup>1</sup>	29	30	32	25	30	30	28	34	36

<sup>[1]</sup> Entidades que, de acordo com a informação estatística disponível, registaram tráfego no período em análise.

Fonte: ANACOM

Figura 3 – Evolução dos prestadores do serviço de acesso à Internet – Fixo, 2000 a 2008



Fonte: ANACOM. Edição OberCom.

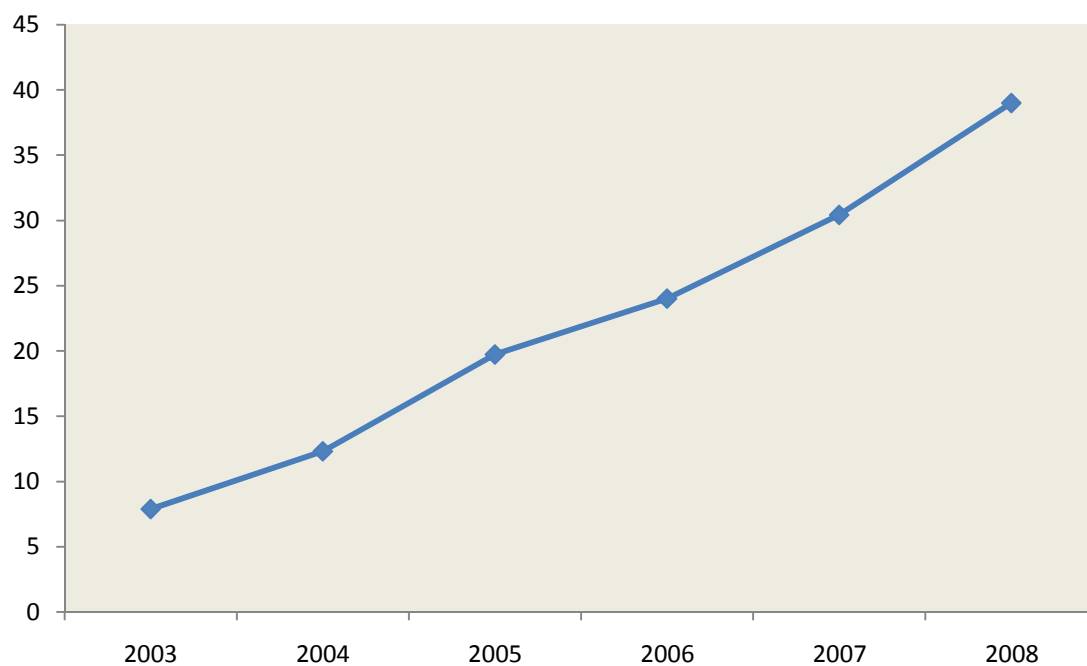
Quadro 4 - Agregados domésticos\* com ligação à Internet por banda larga (%), 2003 a 2008

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Agregados domésticos com ligação à Internet por banda larga	8	12	20	24	30	39

Fonte: INE/Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, 2003 – 2008.

\* Agregados domésticos residentes no território nacional e em alojamentos não colectivos, com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos.

Figura 4 - Agregados domésticos\* com ligação à Internet por banda larga (%), 2003 a 2008



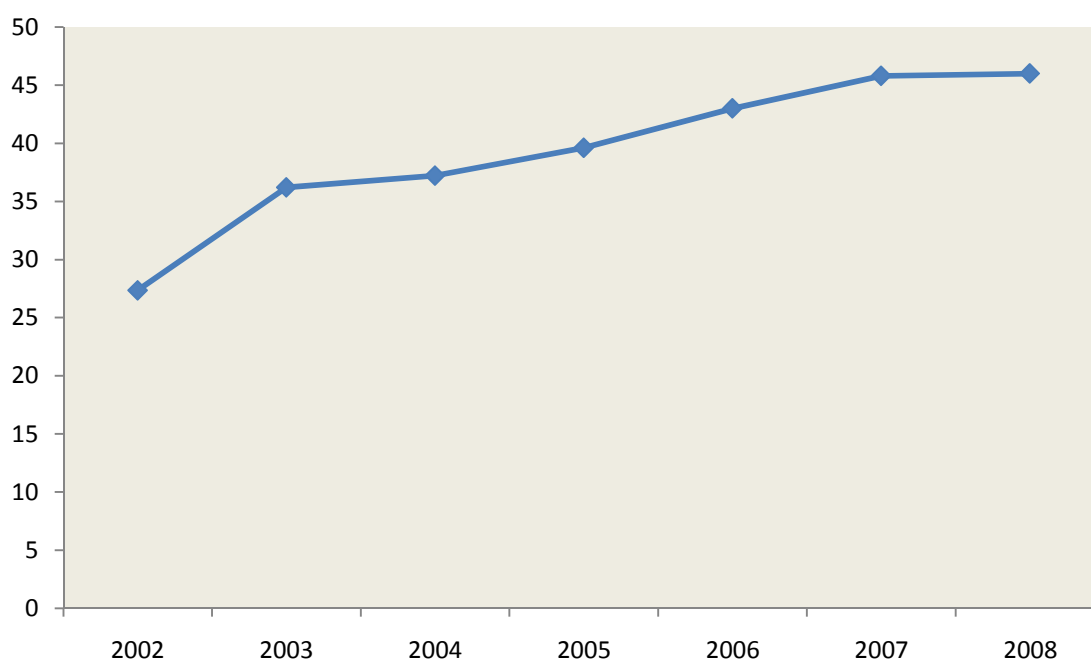
Fonte: INE/Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, 2003 – 2008.  
 \* Agregados domésticos residentes no território nacional e em alojamentos não colectivos, com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos.

Quadro 5 - Utilizadores\* de computador (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Utilizadores de computador	27	36	37	40	43	46	46

Fonte: INE/Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, 2002 – 2008.  
 \*Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

Figura 5 - Utilizadores\* de computador (%), 2002 a 2008



Fonte: INE/Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, 2002 – 2008.  
\*Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

Quadro 6 - Actividades realizadas na Internet\* (%), 2003 a 2008

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Comunicação</b>						
Enviar/receber e-mails	78	81	81	81	84	85
Comunicar através de mensagens escritas	x	x	x	x	x	64
Colocar mensagens em chats, newsgroups, etc	x	x	x	x	x	26
Telefonar	x	x	x	x	x	18
Fazer chamadas de vídeo (via webcam)	x	x	x	x	x	23
Colocar conteúdo pessoal num website	x	x	x	x	x	17
Acesso a chats, messenger, etc.	x	x	x	x	57	x
Acesso a sites como: hi5, Myspace, youtube ou Sapo Vídeo	x	x	x	x	53	x
Colocar conteúdo em sites como: hi5, Myspace, youtube ou Sapo Vídeo	x	x	x	x	54	x
Telefonar via Internet/videoconferência	10	11	10	16	22	x
Ler blogs	x	x	x	x	x	50
Desenvolver blogs	x	x	7	10	14	11
Outras actividades de comunicação	40	37	37	39	x	x
<b>Pesquisa de informação e utilização de serviços online</b>						
Pesquisa de informação de bens e serviços	82	79	81	84	83	81
Jogar/download jogos, imagens, música	43	45	44	46	53	x
Jogar em rede com outras pessoas	x	x	x	x	x	17
Fazer downloads ou ver filmes ou vídeo	x	x	x	x	x	28
Fazer download ou ouvir música (excepto através da rádio online)	x	x	x	x	x	42
Ler/download jornais/revistas online	49	50	51	45	38	48

Pesquisa de informação sobre saúde	25	19	31	39	45	52
Utilização de serviços relativos a viagens e alojamentos	27	31	33	35	34	29
Ouvir rádio/ver TV	23	27	28	30	36	41
Pesquisa de informação traduzida em compras offline	x	x	25	29	31	36
Download de software	27	28	28	26	23	34
Utilizar programas de partilha de ficheiros	x	x	x	x	x	23
Fazer download de jogos	x	x	x	x	x	17
Utilizar programas para gerir informação (ex:RSS)	X	X	X	X	X	8
Utilizar serviços de podcast	x	x	x	x	x	5
Procurar emprego/envio de candidaturas	x	11	12	14	16	19
<b>Compra e venda de bens e serviços, serviços bancários</b>						
Internet <i>banking</i>	24	26	26	27	29	32
Compra/encomenda de bens e serviços	12	10	12	12	x	x
Vender bens e serviços	2	2	2	2	x	x
<b>Ligação a organismos/serviços públicos</b>						
Obter informação de sítios da Internet de organismos da Administração Pública	38	35	37	39	42	36
Portais da Administração Pública com serviços administrativos integrados	x	19	30	35	37	23
Download de impressos/formulários oficiais	21	26	26	30	32	28
Preencher/enviar online impressos/formulários oficiais	20	26	28	32	33	31
Envio sugestões/reclamações/pedidos a organismos públicos	x	6	8	9	11	10
Participação em consulta pública online	x	4	5	5	3	5
Participação em fóruns de discussão de assuntos de interesse público	x	5	5	4	5	4
<b>Educação/formação</b>						
Consultar a Internet com o propósito de aprender	x	x	x	x	67	78
Procurar Informação sobre educação ou formação ou oferta de cursos	x	x	x	x	37	55
Frequentar cursos online de educação/formação (qualquer temática)	x	x	x	x	3	5
Actividades de educação formal	23	20	19	18	x	x
Actividades de educação pós-formal	4	4	4	3	x	x
Cursos relacionados com oportunidades de emprego	4	4	2	2	x	x

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2003 - 2008.

\* Indivíduos entre os 16 e os 74 anos que utilizaram Internet no primeiro trimestre do ano

(1) Este valor é relativo aos indivíduos que responderam sim quanto a utilizarem a Internet para aceder a sites como: hi5, Myspace, youtube ou Sapo Vídeo.

## Posse e modos de acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação

Quadro 7 - Agregados domésticos\* com computador (%), por regiões (NUTS II), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Norte	24	35	37	40	42	45	48
Centro	24	36	39	41	45	47	44
Lisboa	35	47	50	49	53	56	58
Alentejo	21	32	37	35	35	39	43
Algarve	22	37	42	44	42	48	54
R.A. Açores	24	32	36	41	45	50	52
R.A. Madeira	17	33	38	42	47	49	53

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008.

\* Agregados domésticos residentes no território nacional e em alojamentos não colectivos, com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos.

Quadro 8 - Taxa de Crescimento dos Agregados domésticos\* com computador por regiões (NUTS II), 2002 a 2008

	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08
Norte	46,9	4,4	7,2	6,1	7,1	5,8
Centro	46,2	8,8	7,1	9,1	3,5	-6,5
Lisboa	33,9	7,6	-3,1	8,6	5,6	3,8
Alentejo	51,7	16,0	-6,4	0,4	10,1	12,0
Algarve	64,7	13,1	5,9	-5,5	14,6	13,9
R.A. Açores	33,4	13,7	14,4	10,9	9,5	3,6
R.A. Madeira	91,2	16,2	8,8	12,0	4,6	8,1

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008. Edição OberCom.

\* Agregados domésticos residentes no território nacional e em alojamentos não colectivos, com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos.

Quadro 9 - Agregados domésticos\* com computador (%) (Benchmarking Internacional), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Dinamarca	72	79	79	84	85	83	85
Suécia	x	x	x	80	82	83	87
Países Baixos	69	71	x	78	80	86	88
Alemanha	61	65	69	70	77	79	82
Luxemburgo	53	58	67	75	77	80	83
Finlândia	55	57	57	64	71	74	76
Reino Unido	58	63	65	70	71	74	76
Áustria	49	51	59	63	67	71	76
Eslovénia	x	x	58	61	65	66	65
Irlanda	x	42	46	55	59	65	x
Bélgica	x	x	x	x	57	67	x
Espanha	x	47	52	55	57	60	64
Malta	x	x	x	x	x	63	63
França	37	46	50	x	56	62	68
Chipre	x	x	47	46	52	53	56
Estónia	x	x	36	43	52	57	60
Hungria	x	x	32	42	50	54	x
Eslováquia	x	x	39	47	50	55	63
Itália	40	48	47	46	48	53	52
Polónia	x	x	36	40	45	54	59
<b>Portugal</b>	<b>27</b>	<b>38</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>45</b>	48	50
Letónia	x	x	26	32	41	49	57
Lituânia	12	20	27	32	40	46	52
Grécia	25	29	29	33	37	40	44
República Checa	x	24	30	30	39	43	52
Roménia	x	x	12	x	26	34	38
Bulgária	x	x	15	x	21	23	29
<b>UE27</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>51</b>	<b>58</b>	<b>60</b>	<b>64</b>	<b>67</b>
<b>UE25</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>54</b>	<b>58</b>	<b>62</b>	x	x
<b>UE15</b>	<b>50</b>	<b>56</b>	<b>58</b>	<b>63</b>	<b>64</b>	x	x

Fonte: EUROSTAT - Survey on ICT Usage in Households and by Individuals 2002 - 2008.

Nota: Dados não disponíveis para Malta

\* Agregados domésticos com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos

(\*) Posição relativa no ranking

Quadro 10 - Agregados domésticos com ligação à Internet (%), por regiões (NUTS II), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Norte	12	19	22	28	31	33	45
Centro	12	19	26	30	36	42	40
Lisboa	22	29	33	37	41	46	54
Alentejo	12	16	21	26	27	37	38
Algarve	16	20	23	33	34	42	46
R.A. Açores	17	22	31	37	38	40	41
R.A. Madeira	9	18	22	28	37	41	45

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 - 2008.

\* Agregados domésticos residentes no território nacional e em alojamentos não colectivos, com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos.



Quadro 11 - Taxa de Crescimento dos Agregados domésticos\* com Ligação à Internet por regiões (NUTS II), 2002 a 2008

	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08
Norte	56,6	13,6	30,6	11,2	4,4	39,2
Centro	55,4	34,5	16,3	19,5	15,3	-5,3
Lisboa	32,4	16,6	11,9	8,8	14,0	16,6
Alentejo	30,1	28,6	23,8	6,5	35,5	2,5
Algarve	24,8	17,6	39,6	5,5	22,4	10,3
R.A. Açores	27,7	40,3	19,4	0,9	5,7	2,9
R.A. Madeira	109,8	22,6	26,7	30,3	10,2	9,3

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008.

\* Agregados domésticos residentes no território nacional e em alojamentos não colectivos, com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos.

Quadro 12 - Agregados domésticos\* com ligação à Internet (%) (Benchmark internacional), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Países Baixos	58	61	x	78	80	83	86
Suécia	x	x	x	73	77	79	84
Dinamarca	56	64	69	75	79	78	82
Luxemburgo	40	45	59	65	70	75	80
Alemanha	46	54	60	62	67	71	75
Finlândia	44	47	51	54	65	69	72
Reino Unido	50	55	56	60	63	67	71
Bélgica	x	x	x	50	54	60	x
Áustria	33	37	45	47	52	60	69
Eslovénia	x	x	47	48	54	58	59
Irlanda	x	36	40	47	50	57	63
Malta	x	x	x	41	x	54	59
Estónia	x	x	31	39	46	53	58
Letónia	x	5	14	31	42	51	53
França	23	31	34	x	41	49	62
Eslováquia	x	x	23	23	27	46	58
Espanha	x	28	34	36	39	45	51
Lituânia	4	6	12	16	35	44	51
Itália	34	32	34	39	40	43	42
Polónia	x	x	26	30	36	41	48
<b>Portugal</b>	<b>15</b>	<b>22</b>	<b>26</b>	<b>31</b>	<b>35</b>	<b>40</b>	<b>46</b>
Chipre	x	x	53	32	37	39	43
Hungria	x	x	14	22	32	38	48
República Checa	x	15	19	19	29	35	46
Grécia	12	16	17	22	23	25	31
Roménia	x	x	6	x	14	22	30
Bulgária	x	x	10	x	17	19	25
<b>UE27</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>40</b>	<b>48</b>	<b>49</b>	<b>54</b>	<b>60</b>
<b>UE25</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>42</b>	<b>48</b>	<b>51</b>	<b>56</b>	<b>x</b>
<b>UE15</b>	<b>39</b>	<b>43</b>	<b>45</b>	<b>53</b>	<b>54</b>	<b>59</b>	<b>x</b>

Fonte: EUROSTAT - Survey on ICT Usage in Households and by Individuals 2002 - 2008.

Nota: dados não disponíveis para Malta

\* Agregados domésticos com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos

(\*) Posição relativa no ranking

Quadro 13 - Agregados domésticos com ligação à Internet por tipo de ligação (%), 2003 a 2008

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ADSL	9	15	29	35	38	34
Telemóvel banda estreita	x	x	27	33	26	32
Cabo	28	x	33	31	31	31
Modem ( linha telefónica analógica) ou RDIS	70	55	39	29	24	14
Telemóvel/PDA banda larga	x	x	5	5	8	15
Ligação sem fios - <i>wireless</i> -de banda larga	x	x	4	7	14	27
Outra ligação à Internet banda larga	x	x	x	x	4	6

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2003 – 2008.  
\* Agregados domésticos residentes no território nacional e em alojamentos não colectivos, com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos.

Quadro 14 - Agregados domésticos\* com ligação à Internet por banda larga, por regiões – NUTS II (%), 2003 a 2008

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Norte	6	8	14	19	23	36
Centro	4	8	17	21	27	31
Lisboa	14	22	29	34	42	50
Alentejo	3	6	14	16	28	34
Algarve	5	10	24	22	34	44
R.A. Açores	3	9	18	27	33	39
R.A. Madeira	9	15	25	33	34	41

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2003 – 2008.  
\* Agregados domésticos residentes no território nacional e em alojamentos não colectivos, com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos.

Quadro 15 - Taxa de Crescimento dos Agregados domésticos\* com Ligação à Internet por Banda Larga por regiões (NUTS II), 2003 a 2008

	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08
Norte	30	69	34	20	57
Centro	105	106	23	28	16
Lisboa	53	33	16	24	20
Alentejo	94	120	18	77	22
Algarve	96	135	-8	57	28
R.A. Açores	159	104	53	18	19
R.A. Madeira	57	66	36	0	23

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2003 – 2008.  
\* Agregados domésticos residentes no território nacional e em alojamentos não colectivos, com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos.

Quadro 16 - Agregados domésticos\* com ligação à Internet de banda larga (Benchmarking Internacional), 2003 a 2008

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Países Baixos	20	x	54	66	74	74
Dinamarca	25	36	51	63	70	74
Suécia	x	x	40	51	67	71
Finlândia	12	21	36	53	63	66
Luxemburgo	7	16	33	44	58	61
Reino Unido	11	16	32	44	57	62
Bélgica	x	x	41	48	56	x
Alemanha	9	18	23	34	50	55
Estónia	x	20	30	37	48	54
Malta	x	x	23	x	44	55
Áustria	10	16	23	33	46	54
Eslovénia	x	10	19	34	44	50
França	x	x	x	30	43	57
Espanha	x	15	21	29	39	45
Lituânia	2	4	12	19	34	43
Hungria	x	6	11	22	33	42
Letónia	x	5	14	23	32	40
Irlanda	1	3	7	13	31	43
<b>Portugal</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>20</b>	<b>24</b>	<b>30</b>	<b>39</b>
Polónia	x	8	16	22	30	38
República Checa	1	4	5	17	28	36
Eslováquia	x	4	7	11	27	35
Itália	x	x	13	16	25	31
Chipre	x	2	4	12	20	33
Bulgária	x	4	x	10	15	21
Roménia	x	x	x	5	8	13
Grécia	1	-	1	4	7	22
<b>UE27</b>	<b>x</b>	<b>14</b>	<b>23</b>	<b>30</b>	<b>42</b>	<b>48</b>
<b>UE25</b>	<b>x</b>	<b>14</b>	<b>23</b>	<b>32</b>	<b>43</b>	<b>x</b>
<b>UE15</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>25</b>	<b>34</b>	<b>46</b>	<b>x</b>

Fonte: EUROSTAT - Survey on ICT Usage in Households and by Individuals 2002 - 2008.

Nota: dados não disponíveis para Malta

\* Agregados domésticos com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos

Quadro 17 - Meios de acesso à Internet no agregado doméstico\* (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Computador	95	97	90	83	82	85	86,6
Computador de secretária (desktop)							63,4
Computador portátil							44,6
Computador "de bolso" (palmtop ou PDA)							2,9
Telemóvel	8	19	21	34	42	37	48,1
Consola de jogos	1§	x	6	6	5	5	4,9
Outros	1§	5	6	4	2	2	2,7

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 - 2008

\* Agregados domésticos residentes no território nacional e em alojamentos não colectivos, com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos e com ligação à Internet em casa.

Nota: Um mesmo agregado doméstico pode ser contabilizado em mais de um meio de acesso.

Quadro 18 - Razões para não ter acesso à Internet em casa\* (%), 2005 a 2008

	2005	2006	2007	2008
Não sabe utilizar	52	54	57	62
Não precisa; sem utilidade/interesse	58	56	54	70
Custo do equipamento elevado	53	54	49	50
Custo do acesso elevado	49	51	46	47
Barreiras linguísticas	33	33	36	33
Tem acesso noutra local	20	20	20	7
Não quer; conteúdo perigoso/prejudicial	23	16	18	42
Preocupações com privacidade/segurança	12	9	10	9
Incapacidade física	2	2	2	3

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2005 - 2008.

\* Agregados domésticos com ligação à Internet

## Utilizações das Tecnologias de Informação e Comunicação

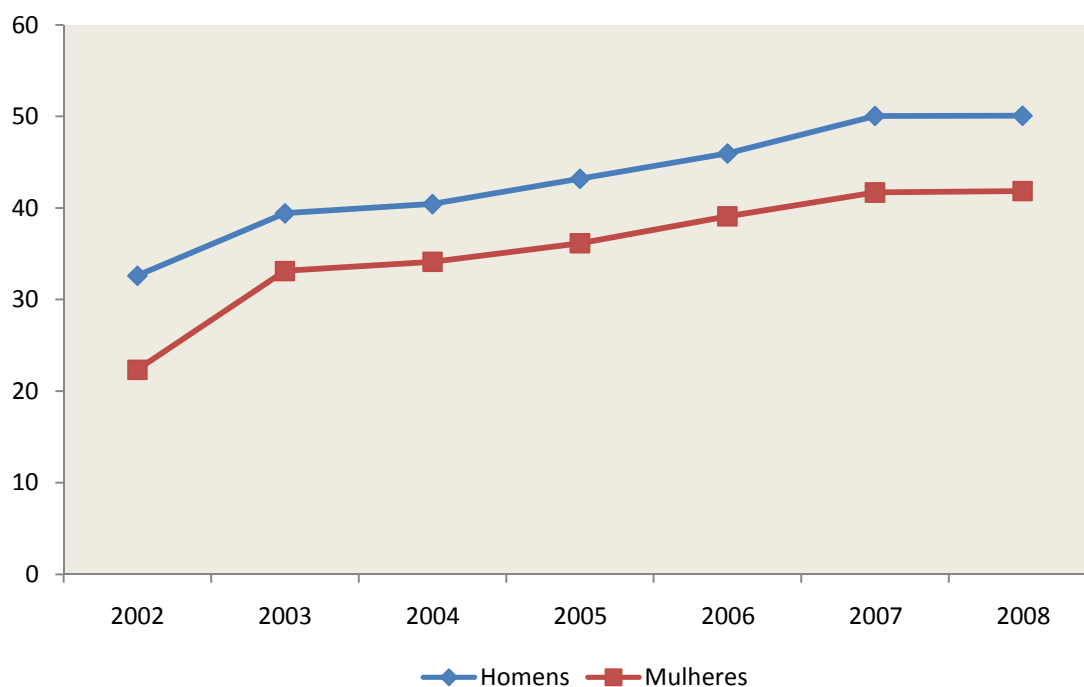
### O Computador

Quadro 19 - Utilizadores\* de computador, por género (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Homens	33	39	40	43	46	50	50
Mulheres	22	33	34	36	39	42	42

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008  
\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

Figura 6 - Utilizadores de computador, por género, 2002 a 2008



Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008. Edição OberCom.

\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

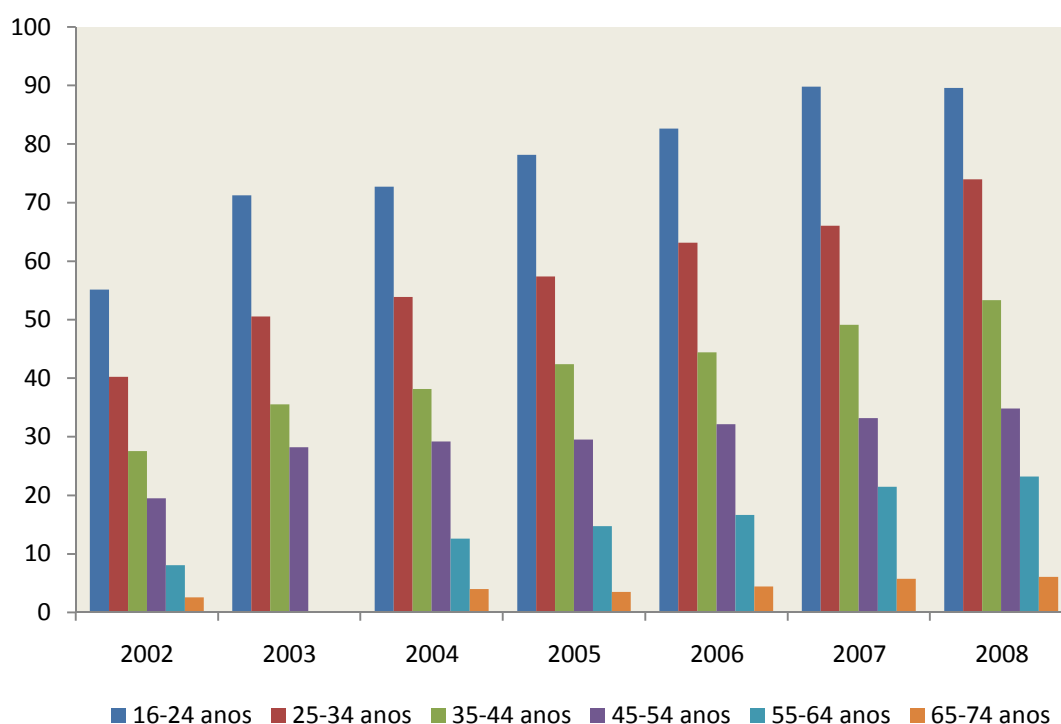
Quadro 20 - Utilizadores\* de computador, por escalão etário (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
16-24 anos	55	71	73	78	83	90	90
25-34 anos	40	51	54	57	63	66	74
35-44 anos	28	36	38	42	44	49	53
45-54 anos	19	28	29	30	32	33	35
55-64 anos	8	13§	13	15	17	21	23
65-74 anos	3	4§	4	3	4	6	6

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008.

\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

Figura 7 - Utilizadores\* de computador, por escalão etário (%), 2002 a 2008



Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008. Edição OberCom.

\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

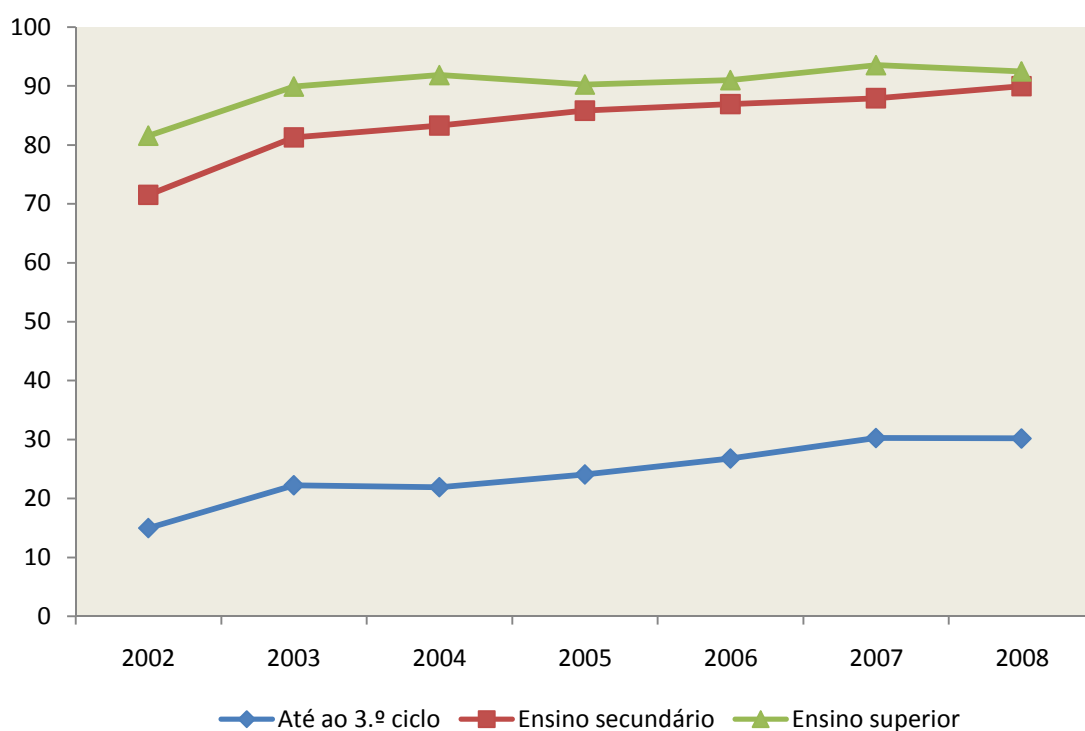
Quadro 21 - Utilizadores\* de computador, por nível de escolaridade (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Até ao 3.º ciclo	15	22	22	24	27	30	30,2
Ensino secundário	72	81	83	86	87	88	90,0
Ensino superior	82	90	92	90	91	94	92,5

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008.

\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

Figura 8 - Utilizadores\* de computador, por nível de escolaridade (%), 2002 a 2008



Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008. Edição OberCom.

\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

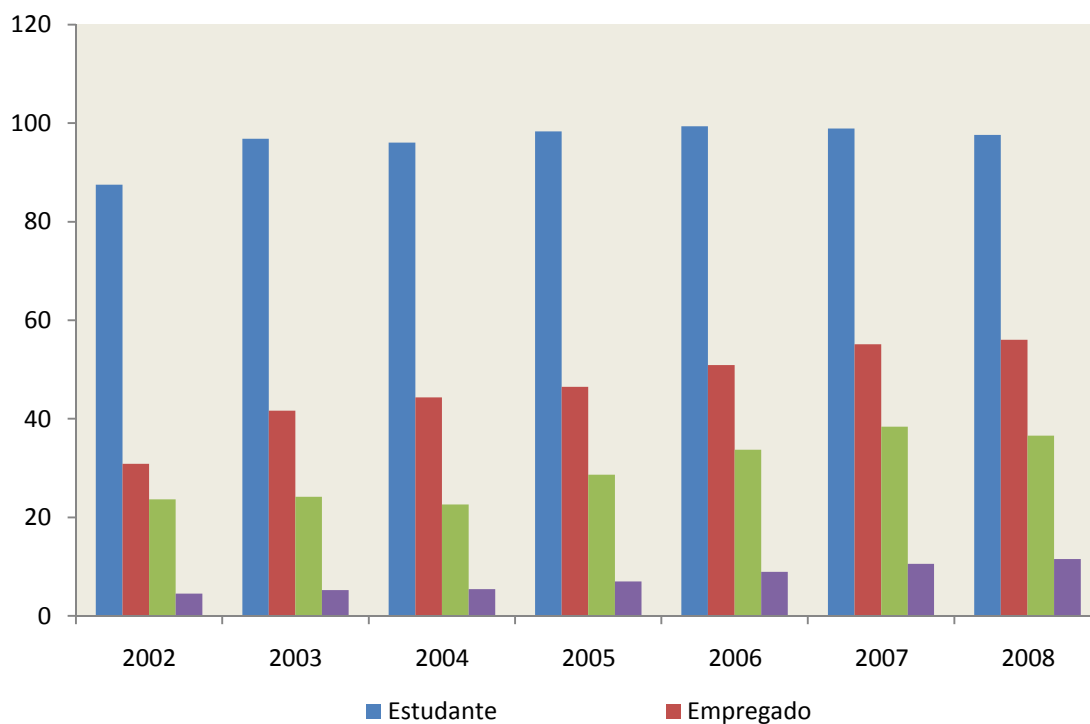
Quadro 22 - Utilizadores\* de computador, por condição perante o trabalho (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Estudante	88	97	96	98	99	99	97,6
Empregado	31	42	44	47	51	55	56,0
Desempregado	24	24	23	29	34	38	36,6
Reformados e outros inactivos	5	5	5	7	9	11	11,6

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008.

\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

Figura 9 - Utilizadores\* de computador, por condição perante o trabalho (%), 2002 a 2008



Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008. Edição OberCom.

\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

Quadro 23 - Utilizadores\* de computador, por regiões – NUTS II (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Norte	22	33	32	35	37	41	40
Centro	27	35	35	39	44	45	43
Lisboa	36	45	48	48	51	55	58
Alentejo	23	30	35	37	40	41	40
Algarve	24	36	39	40	37	45	48
R.A. Açores	26	29	31	33	35	37	40
R.A. Madeira	23	30	34	36	39	42	43

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008.

\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.



Quadro 24 - Utilizadores de computador\*, na União Europeia (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>UE27</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>52</b>	<b>58</b>	<b>59</b>	<b>63</b>	<b>66</b>
<b>UE25</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>55</b>	<b>58</b>	<b>61</b>	<b>65</b>	<b>x</b>
<b>UE15</b>	<b>51</b>	<b>56</b>	<b>58</b>	<b>62</b>	<b>63</b>	<b>67</b>	<b>x</b>
Suécia	76	81	86	84	87	88	89
Países Baixos	73	x	x	83	84	87	88
Dinamarca	72	78	81	83	86	84	86
Finlândia	74	73	75	76	80	81	84
Luxemburgo	50	61	74	77	76	80	83
Alemanha	63	66	70	73	76	78	80
Reino Unido	67	68	69	72	73	78	80
Áustria	48	56	60	63	68	73	76
Bélgica	x	x	x	x	67	70	x
França	x	x	x	x	55	69	71
Estónia	x	x	53	60	62	65	66
Eslováquia	x	x	58	63	61	64	72
Irlanda	x	40	41	44	58	62	x
Eslovénia	x	x	48	52	57	58	60
Hungria	x	x	41	42	54	58	x
Letónia	x	x	41	47	53	58	63
Espanha	20	46	49	52	54	57	61
República Checa	x	38	42	42	52	55	63
Polónia	x	x	40	45	48	52	55
Lituânia	28	36	37	42	47	52	55
Chipre	x	x	42	41	44	47	47
<b>Portugal</b>	<b>27</b>	<b>36</b>	<b>37</b>	<b>40</b>	<b>42</b>	<b>46</b>	<b>46</b>
Itália	37	40	39	41	43	43	46
Grécia	24	26	26	29	38	40	44
Bulgária	x	x	23	x	30	35	37
Roménia	x	x	16	x	30	34	35

Fonte: EUROSTAT - Survey on ICT Usage in Households and by Individuals 2002 - 2008.

Nota: dados não disponíveis para Malta

\* Agregados domésticos com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos

Quadro 25 - Frequência de utilização de computador\* (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Todos ou quase todos os dias	65	68	69	73	72	75	76
Pelo menos uma vez por semana (mas não todos os dias)	12	23	21	18	18	16	16
Pelo menos uma vez por mês (mas não todas as semanas)	2	5	7	7	7	6	5
Menos de uma vez por mês	0§	4	3	3	3	3	3

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008.

\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional que utilizaram computador nos três primeiros meses do ano.

Quadro 26 - Locais de utilização de computador\* (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Casa	70	71	70	73	76	79	85,3
Trabalho	56	54	54	54	51	48	46,4
Casa de familiares/vizinhos/amigos	x	21	21	25	28	33	31,8
Escola/universidade	23	23	21	21	20	20	19,2
Outros	14	28	13	12	15	19	18,0

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008.  
\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional que utilizaram computador nos três primeiros meses do ano.

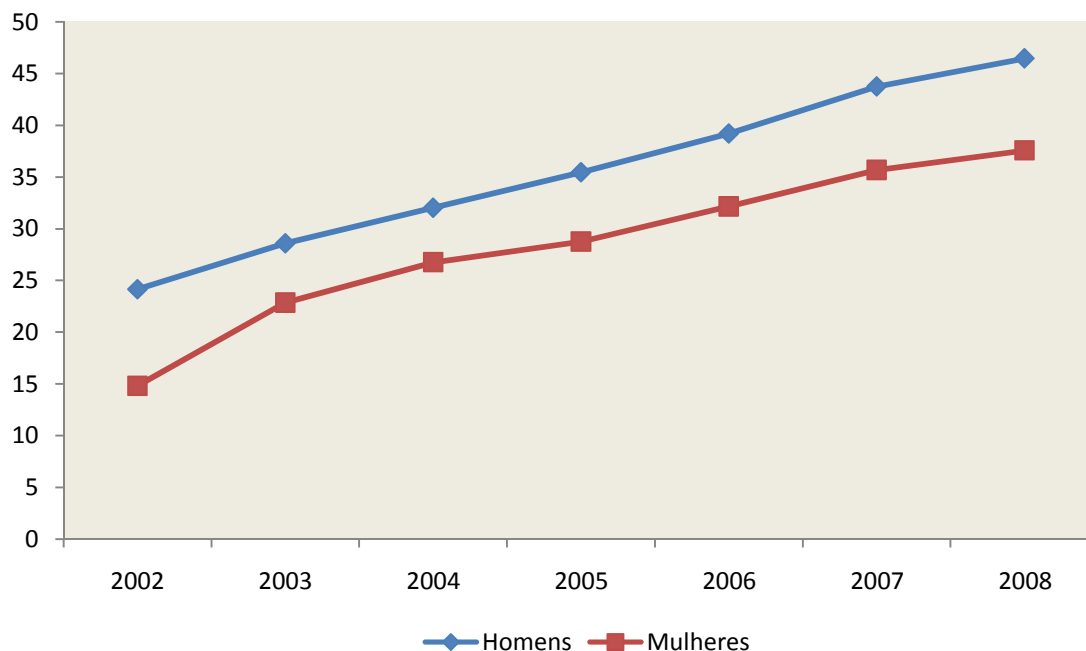
## A Internet

Quadro 27 - Utilizadores\* de Internet, por género (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Homens	24	29	32	35	39	44	46
Mulheres	15	23	27	29	32	36	38

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008  
\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

Figura 10 - Utilizadores\* de Internet, por género (%), 2002 a 2008



Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008. Edição OberCom.

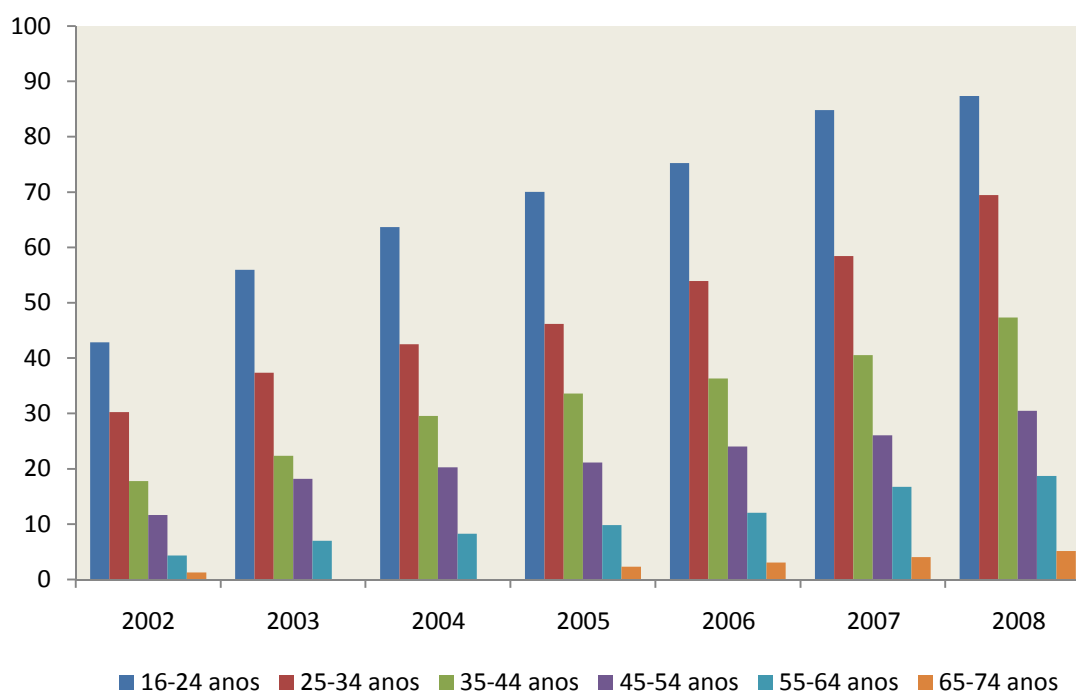
\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

Quadro 28 - Utilizadores\* de Internet, por escalão etário (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
16-24 anos	43	56	64	70	75	85	87
25-34 anos	30	37	43	46	54	58	69
35-44 anos	18	22	30	34	36	41	47
45-54 anos	12	18	20	21	24	26	30
55-64 anos	4	7	8	10	12	17	19
65-74 anos	1	1§	2§	2	3	4	5

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008.  
\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

Figura 11 - Utilizadores\* de Internet, por escalão etário (%), 2002 a 2008



Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008. Edição OberCom.

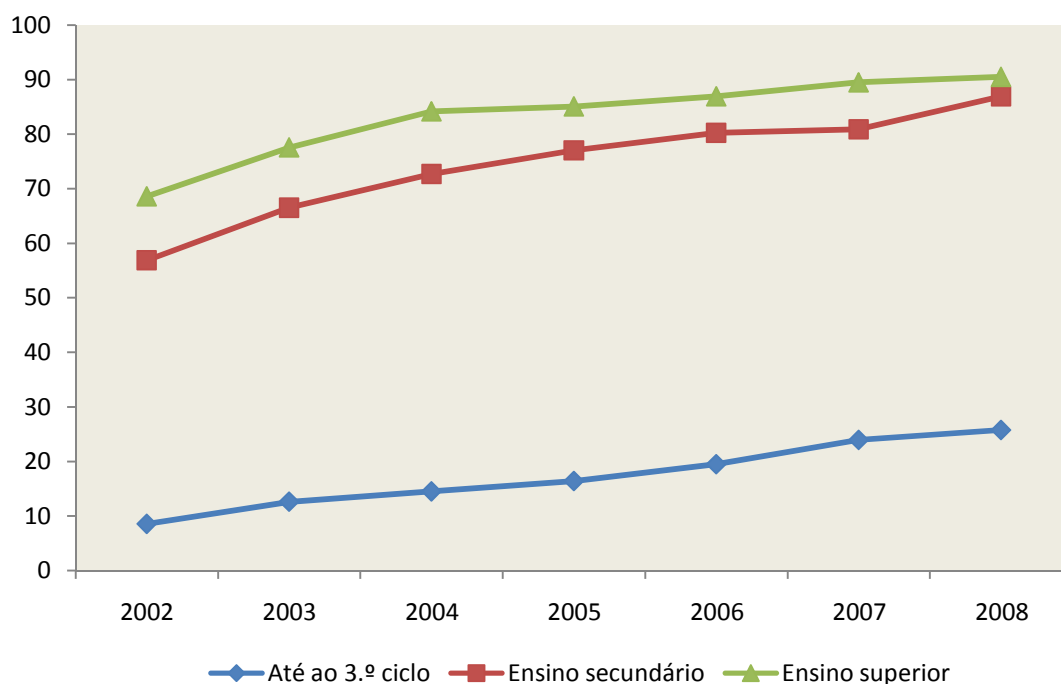
\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

Quadro 29 - Utilizadores\* de Internet, por nível de escolaridade (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Até ao 3.º ciclo	9	13	14	16	19	24	25,7
Ensino secundário	57	67	73	77	80	81	86,9
Ensino superior	69	78	84	85	87	90	90,5

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008.  
\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

Figura 12 - Utilizadores\* de Internet, por nível de escolaridade (%), 2002 a 2008



Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008. Edição OberCom.

\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

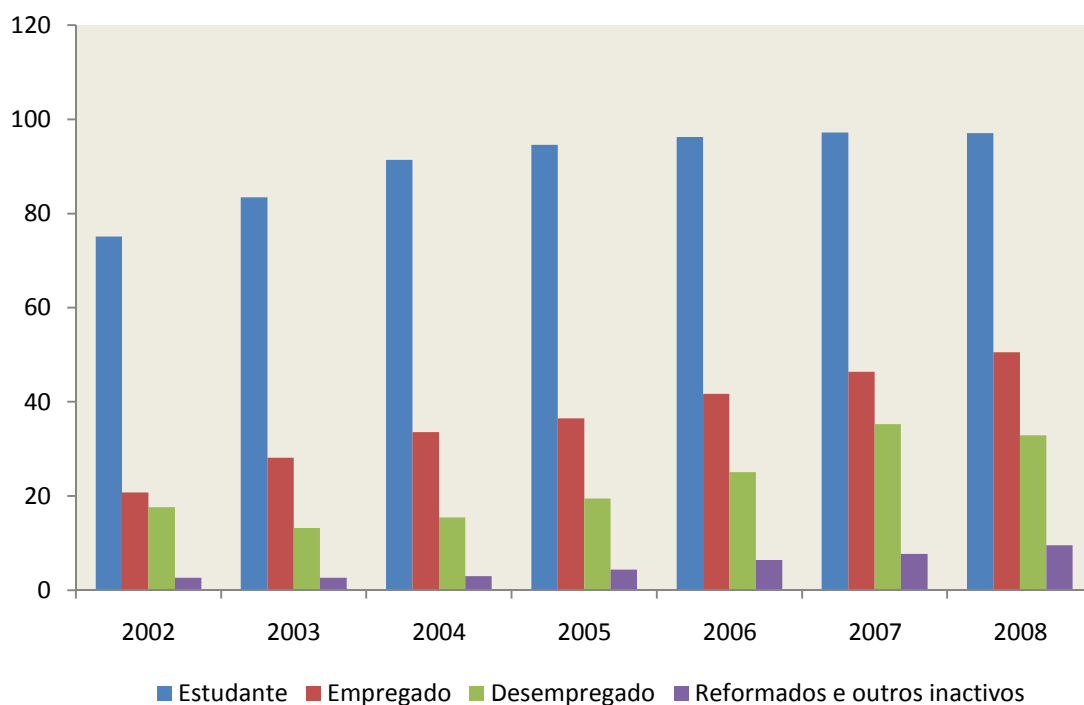
Quadro 30 - Utilizadores\* de Internet, por condição perante o trabalho (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Estudante	75	83	91	95	96	97	97,1
Empregado	21	28	34	36	42	46	50,5
Desempregado	18	13	15	19	25	35	32,9
Reformados e outros inactivos	3	3	3	4	6	8	9,6

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008.

\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

Figura 13 - Utilizadores\* de Internet, por condição perante o trabalho (%), 2002 a 2008



Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008. Edição OberCom.

\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

Quadro 31 - Utilizadores\* de Internet, por regiões – NUTS II (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Norte	16	23	24	27	30	34	36
Centro	18	23	28	31	37	39	38
Lisboa	26	35	39	41	45	50	55
Alentejo	17	20	26	27	34	37	38
Algarve	17	23	28	31	29	39	44
R.A. Açores	21	20	23	26	28	30	35
R.A. Madeira	13	21	26	29	33	37	41

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008.

\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional.

Quadro 32 - Utilizadores\* de Internet, na União Europeia (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>UE27</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>44</b>	<b>51</b>	<b>52</b>	<b>57</b>	<b>61</b>
<b>UE25</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>46</b>	<b>51</b>	<b>54</b>	<b>59</b>	<b>x</b>
<b>UE15</b>	<b>41</b>	<b>47</b>	<b>50</b>	<b>55</b>	<b>56</b>	<b>62</b>	<b>x</b>
Países Baixos	61	64	x	79	81	84	87
Dinamarca	64	71	76	77	83	81	84
Suécia	71	77	82	81	86	80	88
Finlândia	62	66	70	73	77	79	83
Luxemburgo	40	53	65	69	71	78	81
Alemanha	49	54	61	65	69	72	75
Reino Unido	56	61	63	66	66	72	76
Bélgica	x	x	x	58	62	67	x
Áustria	37	41	52	55	61	67	71
Estónia	x	x	50	59	61	64	66
França	x	x	x	x	47	64	68
Irlanda	x	31	34	37	51	57	x
Eslováquia	x	x	46	50	50	56	66
Letónia	x	x	33	42	50	55	61
Eslovénia	x	x	37	47	51	53	56
Espanha	20	37	40	44	48	52	57
Hungria	x	x	28	37	45	52	x
República Checa	x	28	32	32	44	49	58
Lituânia	18	24	29	34	42	49	53
Polónia	x	x	29	35	40	44	49
Malta	x	x	x	38	x	45	49
<b>Portugal</b>	<b>19</b>	<b>26</b>	<b>29</b>	<b>32</b>	<b>36</b>	<b>40</b>	<b>42</b>
Itália	28	29	31	34	36	38	42
Chipre	x	x	32	31	34	38	39
Grécia	15	16	20	22	29	33	38
Bulgária	x	x	16	x	24	31	32
Roménia	x	x	12	x	21	24	29

Fonte: EUROSTAT - Survey on ICT Usage in Households and by Individuals 2002 - 2008.

Nota: dados não disponíveis para Malta

\* Agregados domésticos com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos

Quadro 33 - Taxa de Crescimento dos Utilizadores\* de Internet na União Europeia (%), 2002/2008

	2002-08
Países Baixos	43
Dinamarca	31
Suécia	24
Finlândia	34
Luxemburgo	103
Alemanha	53
Reino Unido	36
Bélgica	16
Áustria	92
Estónia	32
França	45
Irlanda	84
Eslováquia	43
Letónia	85
Eslovénia	51
Espanha	185
Hungria	86
República Checa	107
Lituânia	194
Polónia	69
Malta	29
<b>Portugal</b>	121
Itália	50
Chipre	22
Grécia	153
Bulgária	100
Roménia	142

Fonte: EUROSTAT - Survey on ICT Usage in Households and by Individuals 2002 - 2008. Edição Obercom.

Nota: dados não disponíveis para Malta

\* Agregados domésticos com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos

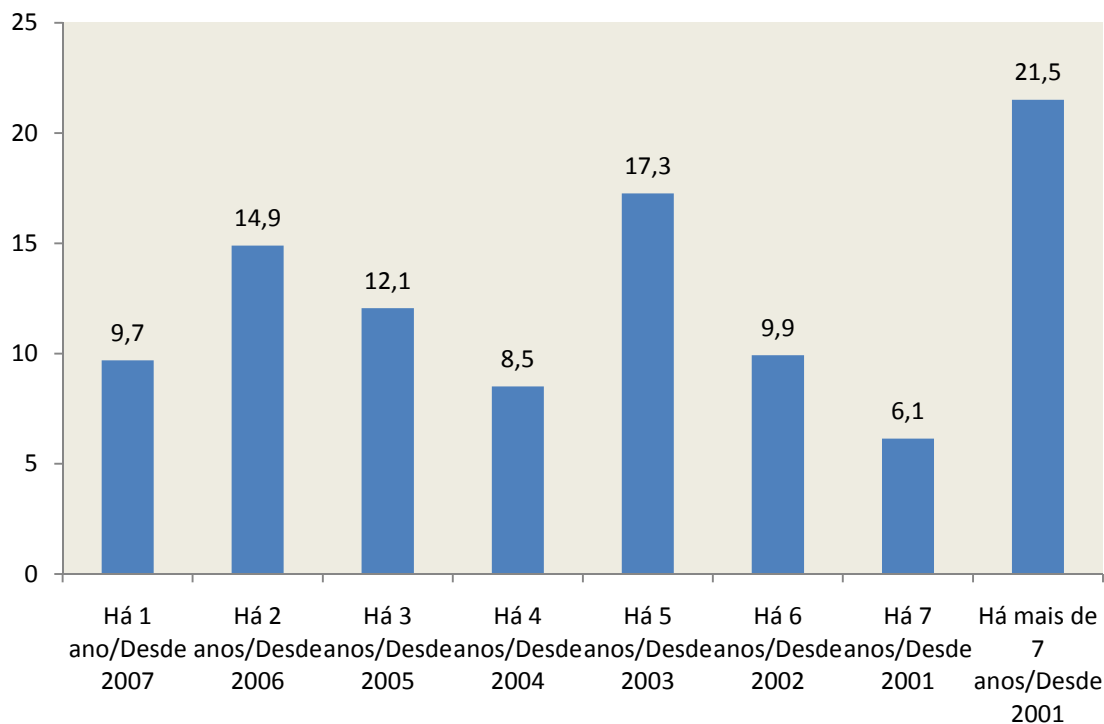
Quadro 34 - Frequência de utilização de Internet\* (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Todos ou quase todos os dias	41	50	53	59	62	67	70
Pelo menos uma vez por semana (mas não todos os dias)	19	35	32	28	26	21	21
Pelo menos uma vez por mês (mas não todas as semanas)	5	8	11	10	8	9	6
Menos de uma vez por mês	1§	6	3	3	3	3	3

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008.

\* Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional que utilizaram computador nos três primeiros meses do ano.

Figura 14 - Ano em que começou a utilizar a Internet (%), 2008



Fonte: CIES, Inquérito *Sociedade em Rede em Portugal*, 2008

Quadro 35 - Locais de utilização de Internet\* (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Casa	60	57	58	61	65	69	80
Trabalho	47	49	50	48	46	43	41
Casa de familiares/vizinhos/amigos	9	22	20	24	28	32	31
Escola/universidade	25	26	25	24	22	21	20
Bibliotecas públicas	3	4	9	9	8	11	9
Cibercafés	2	3	3	4	5	9	7
Hotspot	x	x	x	x	x	3	5
Outros serviços públicos, Câmaras Municipais	x	2	4	4	5	5	3
CTT	x	x	x	x	x	0,8	
Centros comunitários, Centros de voluntariado	x	x	x	x	x	1,6	1,0
Outros locais	x	x	x	x	x	3,3	17,3

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 - 2008.

\* Indivíduos entre os 16 e os 74 anos que utilizaram Internet no primeiro trimestre do ano.



Quadro 36 - Horas dispendidas na Internet\* (%), 2004 a 2008

	2004	2005	2006	2007	2008
1 hora ou menos	32	22	22	26	20
Mais de 1 até 5 horas	34	40	36	27	33
Mais de 5 até 10 horas	14	16	17	20	22
Mais de 10 até 20 horas	8	10	10	15	13
Mais de 20 horas	12	12	14	15	13

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 - 2008.

\* Indivíduos entre os 16 e os 74 anos que utilizaram Internet no primeiro trimestre do ano

Quadro 37 - Número de Clientes do Serviço de Acesso à Internet, 2000 a 2008

	2000	4T01	4T02	4T03	4T04	4T05	4T06	4T07	4T08
<b>Total de clientes (acesso fixo)</b>	<b>338.201</b>	<b>466.813</b>	<b>664.678</b>	<b>903.948</b>	<b>1.233.309</b>	<b>1.436.486</b>	<b>1.580.050</b>	<b>1.611.695</b>	<b>1.675.335</b>
<b>Clientes de acesso por banda Larga</b>	27.215	99.316	260.591	502.030	828.623	1.165.440	1.423.687	1.512.394	1.634.360
Clientes de acesso ADSL	0	2.886	52.005	184.344	410.877	672.800	881.512	891.939	947.141
Clientes de acesso modem por cabo	25.154	93.721	205.288	314.479	414.916	489.892	537.552	605.799	661.413
Outros	2.061	2.709	3.298	3.207	2.830	2.748	4.623	14.656	25.806
<b>Clientes de acesso dial-up</b>	<b>310.986</b>	<b>367.497</b>	<b>404.087</b>	<b>401.918</b>	<b>394.943</b>	<b>271.046</b>	<b>156.403</b>	<b>99.326</b>	<b>40.975</b>

Fonte: ANACOM

Unidade: 1 cliente

Nota: Tem-se em conta o número total de clientes registado no 4º trimestre de cada ano.

Quadro 38 - Número de Clientes do Serviço de Banda Larga – acesso móvel, 2000 a 2008

<b>Total de clientes Banda Larga (acesso móvel)</b>	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Utilizadores com acesso à Internet em banda larga móvel <sup>1</sup>	-	-	-	-	-	-	-	1.454.574	2.378.800
Utilizadores activos no período de reporte <sup>2</sup>	-	-	-	-	-	-	-	659.812	1.160.767

Fonte: ANACOM

<sup>1</sup> Trata-se dos clientes dos operadores móveis que podem aceder à Internet em banda larga móvel, e que o fizeram pelo menos uma vez desde o lançamento do serviço.

<sup>2</sup> Trata-se dos clientes dos operadores móveis que podem aceder à Internet em banda larga móvel, e que o fizeram pelo menos uma vez no trimestre em questão.

Nota: Tem-se em conta o número total de clientes registado no 4º trimestre de cada ano.

Quadro 39 - Evolução da Taxa de Penetração da Banda Larga (%), 2001 a 2007

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
N.º de Clientes de Banda Larga Fixa/ 100 Hab.	0,3	1,0	2,5	4,8	8,0	11,2	13,4	14,2	15,4
N.º de Clientes ADSL/100 Hab.	0,0	0,0	0,5	1,8	4,0	6,6	8,3	8,4	8,9
N.º de Clientes Modem por cabo/100 Hab.	0,2	0,9	2,0	3,0	3,9	4,6	5,1	5,7	6,2
N.º de Clientes Outros Acessos/100 Hab.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2
N.º de Clientes de Banda Larga Móvel/ 100 Hab.							1,6 a)	13,7	22,4
N.º de Clientes BL móvel Activos no período de reporte/100 Hab.							n.d.	6,2	10,9
N.º de Clientes de Banda Larga (Fixa+Móvel)/ 100 Hab.							15,5	27,9	37,8
N.º de Clientes de Banda Larga (Fixa+Móvel) Activos no período de reporte/ 100 Hab.								20,5	26,3

Fonte: ANACOM

Unidade: Clientes por 100 habitantes

a) Este valor corresponde a uma estimativa do valor da banda larga móvel referente ao 2T06

Nota: Tem-se em conta o número total de clientes registado no 4º trimestre de cada ano.

## Competências e Precauções na Utilização de Computador e Internet

Quadro 40 - Frequência do último curso/acção de formação relacionado com computadores/informática\* (%), 2006 e 2008

	2006	2007	2008
No primeiro trimestre do ano	4	3	2
No ano anterior	4	6	5
Entre 1 e 3 anos	7	8	6
Há mais de 3 anos	10	11	12
Nunca frequentou	24	23	27
Nunca utilizou computador	51	48	48

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2006 - 2008.

\* Indivíduos entre os 16 e os 74 anos

Quadro 41 - Indivíduos\* que realizaram actividades relacionadas com computador (%), 2005 a 2008

	2005	2006	2007	2008
Copiar/mover um ficheiro ou pasta	39	41	46	47
Utilizar as ferramentas de copiar/colar num documento	37	38	43	43
Utilizar as fórmulas básicas de aritmética numa folha de cálculo	30	32	35	35
Zipar ficheiros	23	26	29	30
Instalar e ligar hardware	x	25	29	30
Detectar e resolver problemas no computador	x	x	18	19
Efectuar a ligação de computadores a uma LAN	x	x	10	10
Criar um programa informático	7	6	7	7
Abrir/aceder a programas	45	47	x	x

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2005-2008.

\* Indivíduos entre os 16 e os 74 anos

Quadro 42 - Indivíduos\* que realizaram actividades relacionadas com Internet (%), 2005 a 2008

	2005	2006	2007	2008
Utilizar um motor de busca	34	38	42	44
Enviar um e-mail com ficheiros em anexo	31	33	37	38
Colocar mensagens em chats	14	11	24	18
Proteger o computador de vírus, <i>spyware</i> e <i>adware</i>	x	x	22	24
Pesquisar, fazer download e instalar software	x	x	21	21
Programa de partilha de ficheiros	8	9	11	14
Chamadas telefónicas	5	8	12	16
Criar uma página web	5	5	8	8

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2005 - 2008.

\* Indivíduos entre os 16 e os 74 anos

Quadro 43 - Utilização de precauções de segurança\* (%), 2004 a 2008

	2004	2005	2006	2007	2008
Instalação/actualização de anti-vírus/firewall	50	49	46	47	53
Autenticação online	30	28	37	37	40

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2004 - 2008.

\* Indivíduos entre os 16 e os 74 anos que utilizaram Internet no primeiro trimestre do ano

## Comércio Electrónico

Quadro 44 - Utilizadores\* de comércio electrónico (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Utilizadores de comércio electrónico	2	2	3	4	5	6	6

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2002 – 2008.

\* Indivíduos com idade entre os 16 e os 74 anos, residentes em território nacional.

Quadro 45 - Utilizadores\* de comércio electrónico, na União Europeia (%), 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>UE27</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>23</b>	<b>25</b>
<b>UE25</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>21</b>	<b>24</b>	<b>x</b>
<b>UE15</b>	<b>13</b>	<b>15</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>23</b>	<b>27</b>	<b>x</b>
Reino Unido	25	24	28	36	38	44	49
Países Baixos	15	18	x	31	36	43	43
Dinamarca	24	16	22	26	31	43	47
Alemanha	17	24	29	32	38	41	42
Suécia	24	21	30	36	39	39	38
Luxemburgo	13	18	32	31	35	37	36
Finlândia	11	14	24	25	29	33	33
Áustria	8	8	13	19	23	26	28
Irlanda	x	5	10	14	21	26	x
França	x	x	x	x	19	26	28
Bélgica	x	x	x	11	14	15	x
Espanha	2	5	5	8	10	13	13
Polónia	x	x	3	5	9	11	12
Eslováquia	x	x	6	6	7	10	13
Eslovénia	x	x	4	8	8	9	12
República Checa	x	3	3	3	7	8	13
Chipre	x	x	3	4	5	8	7
Hungria	x	x	2	5	5	7	x
Itália	3	4	x	4	5	7	7
<b>Portugal</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
Letónia	x	x	2	3	5	6	10
Estónia	x	x	4	4	4	6	7
Grécia	1	1	1	2	3	5	6
Lituânia	x	1	1	1	2	4	4
Bulgária	x	x	1	x	2	2	1
Roménia	x	x	-	x	1	2	3

Fonte: EUROSTAT - Survey on ICT Usage in Households and by Individuals 2002 - 2008.

Nota: Dados não disponíveis para Malta.

\* Indivíduos entre os 16 e os 74 anos

Quadro 46 - Número de compras realizadas através da Internet\* (%), 2005 a 2008

	2005	2006	2007	2008
1 compra	39	39	39	29
2 compras	22	21	24	20
3 e mais compras	37	39	36	51

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2006 - 2008.

\* Indivíduos entre os 16 e os 74 anos que realizaram comércio electrónico no primeiro trimestre do ano.

Quadro 47 - Valor das aquisições realizadas através da Internet\* (%), 2005 a 2008

	2005	2006	2007	2008
Até 30 €	14	14	17	13
Mais de 30 € até 100€	38	39	34	29
Mais de 100 € até 200€	19	17	18	20
Mais de 200 € até 300€	5§	9	9	10
Mais de 300 €	24	21	22	26

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2005 - 2008.

\* Indivíduos entre os 16 e os 74 anos que realizaram comércio electrónico no primeiro trimestre do ano.

Quadro 48 - Modos de pagamento utilizados em comércio electrónico \*, 2004 a 2008

	2004	2005	2006	2007	2008
Comida/artigos de mercearia				7	18
Artigos para a casa (ex. Móveis, brinquedos, etc)				9	14
Livros/revistas/jornais/material de <i>e-Learning</i>	37	32	36	30	34
Viagens e alojamento	18	16	24	28	39
Filmes/música	21	25	23	18	18
Bilhetes para espectáculos/eventos	18	24	20	16	21
Roupas/equipamentos desportivos	13	19	19	23	26
Equipamento electrónico	16	18	16	19	23
Software informático	20	19	14	20	21
Hardware informático	14	16	13	13	14
Aquisição de acções na bolsa/serviços financeiros/seguros	13	13	5§	6	9
Lotarias e apostas				9	8
Outros				13	

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2004 - 2008.

\*Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional que realizaram comércio electrónico nos três primeiros meses do ano.

Quadro 49 - Produtos encomendados através da Internet \*, 2004 a 2008

	2004	2005	2006	2007	2008
Comida/artigos de mercearia				7	18
Artigos para a casa (ex. Móveis, brinquedos, etc)				9	14
Livros/revistas/jornais/material de <i>e-Learning</i>	37	32	36	30	34
Viagens e alojamento	18	16	24	28	39
Filmes/música	21	25	23	18	18
Bilhetes para espectáculos/eventos	18	24	20	16	21
Roupas/equipamentos desportivos	13	19	19	23	26
Equipamento electrónico	16	18	16	19	23
Software informático	20	19	14	20	21
Hardware informático	14	16	13	13	14
Aquisição de acções na bolsa/serviços financeiros/seguros	13	13	5§	6	9
Lotarias e apostas				9	8
Outros				13	

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2004 - 2008.

\*Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos, residentes em território nacional que realizaram comércio electrónico em 2007 ou no primeiro trimestre de 2008.

Quadro 50 - Razões para utilizar comércio electrónico\* (%), 2005 a 2006

	2005	2006
Comodidade	77	81
Rapidez na compra	60	70
Variedade de produtos	59	61
Informação detalhada e actual de preços	58	59
Disponível 24h/dia	57	59
Facilidade em comparar produtos	52	58
Preços mais acessíveis	41	53
	42	47
Oferta de produtos de acordo com o pedido do comprador		
Acesso a produtos raros/indisponíveis	55	46
Rapidez na entrega	40	43
Privacidade na compra	21	24

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2005 - 2006.

Nota: Dados não recolhidos em 2007.

\* Indivíduos entre os 16 e os 74 anos que realizaram comércio electrónico no primeiro trimestre do ano ou no ano anterior.

Quadro 51 - Barreiras à utilização de comércio electrónico\* (%), 2005 a 2008

	2005	2006	2007	2008
Preferência pelo contacto pessoal	84	81	87	85
Não teve necessidade	71	71	75	71
Força de hábito/fidelidade ao comerciante	67	60	66	63
Problemas de confiança com recepção/devolução/reclamação/queixas	29	30	31	20
Falta de competências	14	13	17	17
Não tem cartão de crédito/débito para pagamentos na Internet	16	13	9	8
Produtos de que necessita indisponíveis	6	8	6	10
Velocidade de ligação à Internet lenta	4	5	4	4

Fonte: INE/UMIC, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2005 - 2008.

\* Indivíduos entre os 16 e os 74 anos que não realizaram comércio electrónico no ano anterior ou que nunca realizaram.

## Serviços de Informática

Quadro 52 - Distribuição do volume de negócios de Informática, por actividade económica do cliente, segundo a região, 2004 a 2007

Actividade económica do cliente		Continente	Região NUTS II				
			Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
<b>Total do volume de negócios (10<sup>3</sup>€)</b>	<b>2004</b>	<b>2 113 205</b>	<b>254 188</b>	<b>82 165</b>	<b>1 744 775</b>	<b>17 333</b>	<b>14 744</b>
	<b>2005</b>	<b>2 300 336</b>	<b>240 488</b>	<b>88 120</b>	<b>1 939 614</b>	<b>17 984</b>	<b>14 130</b>
	<b>2006</b>	<b>2 792 427</b>	<b>289 771</b>	<b>101 041</b>	<b>2 371 212</b>	<b>16 840</b>	<b>13 564</b>
	<b>2007</b>	<b>3 028 660</b>	<b>447 724</b>	<b>167 554</b>	<b>2 379 478</b>	<b>17 586</b>	<b>16 318</b>
Agricultura, produção animal, caça, silvicultura e pesca <sup>1</sup>	2004	0,5	1,0	1,4	0,4	6,7	0,2
	2005	0,9	0,6	3,6	0,7	7,2	0
	2006	0,7	0,2	1,4	0,7	6,0	0,6
	2007	0,7	0,5	2,3	0,5	9,4	4,1
Indústrias transformadoras e extractivas, construção e energia	2004	13,7	23,3	24,4	11,8	17,0	6,7
	2005	13,6	25,0	17,2	12,0	18,8	4,8
	2006	13,2	18,0	19,1	12,4	13,4	6,1
	2007	12,1	13,6	13,8	11,9	4,3	4,3
Comércio por grosso, a retalho e reparação de veículos automóveis, motociclos, bens de uso pessoal e doméstico	2004	10,0	20,4	14,9	7,9	22,7	42,5
	2005	5,8	20,3	8,1	3,8	10,3	16,7
	2006	7,6	21,4	9,5	5,8	7,7	9,0
	2007	5,0	14,4	7,3	3,0	14,0	11,6
Alojamento e restauração	2004	0,6	1,1	3,2	0,3	5,6	10,9
	2005	1,7	0,4	2,2	1,7	2,9	15,5
	2006	1,0	0,9	3,4	0,8	1,8	8,1
	2007	3,8	1,7	7,4	3,8	3,3	17,4
Transportes, armazenagem e comunicações	2004	12,2	3,3	7,9	13,9	2,2	1,2
	2005	12,2	0,9	7,9	13,9	1,1	5,2
	2006	14,1	3,2	6,0	15,9	2,2	0,8
	2007	10,1	2,9	5,7	11,8	2,5	1,5
Actividades financeiras (inclui banca e seguros)	2004	21,3	11,3	3,6	24,0	4,2	2,2
	2005	18,8	11,2	3,1	20,8	3,7	0,5
	2006	23,5	9,6	3,4	26,3	0,8	0,4
	2007	20,8	9,4	4,4	24,3	3,7	1,6
Actividades imobiliárias, alugueres e serviços prestados às empresas	2004	27,1	34,5	36,1	25,6	28,8	22,1
	2005	29,0	30,2	48,9	27,6	49,0	39,5
	2006	28,3	34,2	40,6	26,9	39,0	52,4
	2007	25,6	25,0	36,8	24,9	32,2	22,0
Outras actividades <sup>2</sup>	2004	14,6	5,1	8,5	16,1	12,8	14,2
	2005	18,0	11,4	9,0	19,5	7,0	17,8
	2006	11,6	12,5	16,6	11,2	29,1	22,6
	2007	21,9	32,5	22,3	19,8	30,6	37,5

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços Prestados às Empresas

Quadro 53 - Repartição da prestação de serviços de informática, por área de negócios, segundo a actividade principal da empresa, 2004 e 2005

Serviços prestados		Total	Consultoria em equipamento informático	Edição de programas informáticos	Outras actividades de consultoria em programação informática	Processamento de dados	Actividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	Manutenção e reparação de máquinas de escritório, de contabilidade e de material informático	Outras actividades conexas à informática
<b>Total de Prestação de Serviços</b>	2004	1 758 380	240 701	27 578	1 058 154	198 499	46 973	40 083	146 393
	2005	1 805 201	274 135	54 155	1 027 399	230 084	27 314	45 851	146 265
	2006	2 374 107	526 087	107 842	1 392 702	77 929	27 185	74 483	167 878
	2007	2 349 486	476 043	121 099	1 289 514	92 436	45 709	98 424	226 262
Consultoria em config. Informática (Hardware)	2004	52 209	16 270	680	24 291	4 716	3	2 740	3 509
	2005	122 140	41 579	24 199	43 685	2 015	475	8 068	2 119
Consultoria em config. Informática (Software)	2004	702 762	119 998	25 504	456 577	34 068	3 472	4 097	59 046
	2005	838 815	116 006	20 329	599 826	33 030	860	6 809	61 954
Desenvolvimento e venda de software em packages	2004	90 704	37 034	3 740	39 814	4 378	653	385	4 700
	2005	153 424	28 132	13 413	93 452	11 366	504	1 061	5 497
Desenvolvimento e venda de software personalizado	2004	230 665	37 595	15 847	140 620	27 445	2 393	1 649	5 114
	2005	340 367	48 595	3 528	268 333	11 422	344	1 549	6 596
Outros serviços de consultoria em configuração informática (Software)	2004	381 394	45 368	5 918	276 143	2 245	426	2 062	49 231
	2005	345 024	39 279	3 388	238 042	10 242	13	4 199	49 862
<b>Outros serviços informáticos</b>	2004	687 162	95 290	32	422 402	74 213	14 252	30 632	50 340
	2005	642 245	96 478	5 672	334 320	90 633	24 664	26 336	64 142
Gestão de equipamento informático e processamento de dados	2004	155 070	1 403	4	104 462	41 627	52	1 103	6 418
	2005	180 913	430	4 503	112 899	53 146	6 092	732	3 110
Serviço de banco de dados	2004	40 776	2 021	0	19 031	5 787	12 935	ə	1 002
	2005	68 778	8 399	292	21 903	18 302	16 438	106	3 337
Serviço de manutenção de sistemas	2004	144 628	33 263	11	73 135	11 689	890	6 697	18 942
	2005	194 172	82 004	565	87 692	10 542	277	6 523	6 569
Reparação e manutenção de material e equipamento informático	2004	58 703	12 043	16	19 808	492	18	22 298	4 027
	2005	36 789	2 013	124	8 215	2 976	16	17 927	5 518
Outros serviços de informática software editado	2004	287 985	46 561	0	205 966	14 618	357	534	19 951
	2005	161 595	3 632	188	103 611	5 667	1 841	1 048	45 608
<b>Serviços de rede</b>	2004	113 994	4 056	3	74 952	703	25 491	631	8 159



e telecomunicações	2005	18 687	1 864	47	7 915	66	8	2 671	6 116
Serviços de aluguer de equipamento informático, sem operador	2004	4 114	1 034	0	2 736	5	0	155	184
	2005	5 167	2 068	34	2 599	12	0	303	151
Serviços de formação	2004	15 860	2 370	93	4 377	1 514	145	3	7 358
	2005	14 839	2 808	3 737	4 580	243	76	716	2 679
Serviços de consultoria de negócios e de gestão	2004	96 873	358	1 266	11 277	78 897	0	0	5 075
	2005	124 886	2 924	129	13 342	99 318	370	73	8 731
Outros serviços	2004	85 405	1 325	0	61 542	4 383	3 609	1 824	12 721
	2005	38 422	10 407	8	21 131	4 767	861	874	373

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços Prestados às Empresas

Quadro 54 - Repartição da prestação de serviços de informática, por área de negócios, segundo a actividade principal da empresa, 2006 e 2007

Serviços prestados		Total	Consultoria em equipamento informático	Edição de programas informáticos	Outras actividades de consultoria em programação informática	Processamento de dados	Actividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	Manutenção e reparação de máquinas de escritório, de contabilidade e de material informático	Outras actividades conexas à informática
Total de Prestação de Serviços	2004	1 758 380	240 701	27 578	1 058 154	198 499	46 973	40 083	146 393
	2005	1 805 201	274 135	54 155	1 027 399	230 084	27 314	45 851	146 265
	2006	2 374 107	526 087	107 842	1 392 702	77 929	27 185	74 483	167 878
	2007	2 349 486	476 043	121 099	1 289 514	92 436	45 709	98 424	226 262
Serviços de programação informática	2006	588 512	17 211	13 917	530 357	12 276	583	2 916	11 251
	2007	447 470	65 772	62 172	285 861	7 619	1 017	918	24 111
Programação para aplicações informáticas	2006	375 096	12 004	7 673	338 363	8 019	548	2 303	6 186
	2007	292 963	39 787	24 628	215 647	5 069	771	339	6 721
Programação para redes e sistemas de rede	2006	51 243	2 901	695	43 028	3 313	34	417	855
	2007	28 044	2 456	4 128	16 122	123	70	360	4 784
Produção de software original	2006	162 173	2 306	5 550	148 967	944	1	196	4 210
	2007	126 463	23 529	33 417	54 092	2 427	175	218	12 606
Consultoria em tecnologias de informação	2006	600 322	55 465	82 290	431 535	10 531	2 401	5 961	12 138
	2007	620 954	87 844	29 141	427 657	19 036	2 300	8 415	46 560
Consultoria em hardware	2006	54 979	4 673	896	44 302	431	21	518	4 138
	2007	24 851	8 625	578	11 263	550	101	659	3 074
Consultoria de sistemas e software	2006	419 946	23 375	77 044	303 889	8 531	889	3 953	2 265
	2007	438 088	60 663	15 794	324 218	5 225	2 050	3 559	26 579
Apoio	2006	125 398	27 418	4 350	83 345	1 569	1 491	1 490	5 735

técnico em tecnologias de informação	2007	158 015	18 556	12 768	92 177	13 260	150	4 197	16 907
<b>Serviços de gestão de redes e sistemas</b>	<b>2006</b>	<b>429 071</b>	<b>301 471</b>	<b>4 126</b>	<b>100 078</b>	<b>1 898</b>	<b>3 622</b>	<b>5 588</b>	<b>12 290</b>
	2007	286 382	158 740	3 072	49 734	21 907	1 300	1 810	49 818
<b>Outros serviços de tecnologias de informação</b>	<b>2006</b>	<b>320 624</b>	<b>21 988</b>	<b>152</b>	<b>198 640</b>	<b>324</b>	<b>9 857</b>	<b>0</b>	<b>89 663</b>
	2007	405 366	35 005	5 859	305 034	11 346	6 354	906	40 862
<b>Proc.dados, domic. de web. e serv. relacionados</b>	<b>2006</b>	<b>86 999</b>	<b>719</b>	<b>556</b>	<b>37 683</b>	<b>30 146</b>	<b>6 873</b>	<b>66</b>	<b>10 957</b>
	2007	95 004	5 455	4 547	34 520	16 103	30 598	58	3 723
<b>Fornecimento de conteúdos de portais web</b>	<b>2006</b>	<b>6 266</b>	<b>52</b>	<b>72</b>	<b>2 187</b>	<b>1</b>	<b>3 497</b>	<b>18</b>	<b>439</b>
	2007	22 926	925	867	18 782	601	224	22	1 506
<b>Edição de jogos de computador</b>	<b>2006</b>	<b>159</b>	<b>146</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>13</b>
	2007	26	6	20	0	0	0	0	0
<b>Outro software editado</b>	<b>2006</b>	<b>86 342</b>	<b>34 855</b>	<b>3 378</b>	<b>36 769</b>	<b>8 930</b>	<b>240</b>	<b>106</b>	<b>2 064</b>
	2007	77 967	34 741	2 731	39 253	621	7	257	358
Disponib. de sist.operat. e aplic. de soft. em package	2006	53 869	34 703	2 625	14 340	1 471	181	39	510
	2007	25 340	20 042	1 744	2 648	566	7	91	244
Disponibil. de soft. Online e downloads de software	2006	3 761	8	3	3 531	1	59	14	144
	2007	3 319	12	519	2 773	15	0	0	0
Licenciam sobre direitos de utilização de software	2006	28 713	145	750	18 897	7 458	0	53	1 410
	2007	49 308	14 687	469	33 832	40	0	166	114
<b>Repar. e manutenção de equipamento informático</b>	<b>2006</b>	<b>110 135</b>	<b>14 169</b>	<b>1 743</b>	<b>25 985</b>	<b>6 552</b>	<b>6</b>	<b>58 972</b>	<b>2 707</b>
	2007	181 837	16 814	5 201	59 054	4 917	51	84 060	11 740
Reparação de equipamento de escritório	2006	11 312	439	189	653	94	0	9 675	261
	2007	9 680	174	294	503	63	e	8 492	155
Reparação de comp. e de equipamento periférico	2006	98 823	13 730	1 554	25 332	6 458	6	49 297	2 447
	2007	172 157	16 640	4 907	58 552	4 854	50	75 568	11 585
<b>Serviços de aluguer de equipamento informático</b>	<b>2006</b>	<b>45 767</b>	<b>43 819</b>	<b>103</b>	<b>1 187</b>	<b>496</b>	<b>0</b>	<b>19</b>	<b>142</b>
	2007	53 818	36 150	27	9 456	24	0	83	8 078
<b>Serviços de formação</b>	<b>2006</b>	<b>26 587</b>	<b>876</b>	<b>814</b>	<b>8 097</b>	<b>1 059</b>	<b>106</b>	<b>639</b>	<b>14 997</b>
	2007	43 030	3 500	2 358	6 709	667	249	400	29 147
<b>Serviços de consultoria de negócios e de gestão</b>	<b>2006</b>	<b>15 289</b>	<b>280</b>	<b>691</b>	<b>14 032</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>193</b>	<b>84</b>
	2007	42 044	9 281	4 556	23 115	2 514	1 727	301	549
<b>Outros serviços</b>	<b>2006</b>	<b>58 034</b>	<b>35 037</b>	<b>0</b>	<b>6 155</b>	<b>5 707</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>11 131</b>
	2007	72 663	21 810	547	30 337	7 081	1 881	1 195	9 812

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços Prestados às Empresas.

Quadro 55 - Número médio de clientes de informática e distribuição do volume de negócios por proveniência e residência do cliente, segundo a região e a actividade principal da empresa, 2005 a 2007

Região NUTS II e CAE (Rev 2.1)		Número médio de clientes	Por proveniência			Por residência		
			Empresas privadas	Empresas públicas	Consumidores finais	Clientes residentes	Clientes não residentes -	
							União Europeia	Mercado extra-comunitário
Continente	2005	352	78,2	12,4	9,4	93,7	4,5	1,8
	2006	418	81,6	13,9	4,5	92,5	4,4	3,1
	2007	409	82,3	15,2	2,5	90,0	6,1	3,9
Região NUTS II								
Norte	2005	422	90,0	8,2	1,8	91,3	5,2	3,5
	2006	559	78,2	13,6	8,2	91,2	7,3	1,5
	2007	691	81,7	15,7	2,6	87,1	8,1	4,8
Centro	2005	353	87,9	6,2	5,9	95,7	2,8	1,5
	2006	393	74,5	11,4	14,1	92,5	6,0	1,5
	2007	330	79,0	10,1	10,9	92,2	6,1	1,7
Lisboa	2005	394	76,1	13,3	10,6	94,1	4,4	1,5
	2006	424	82,3	14,2	3,5	92,6	4,0	3,4
	2007	383	82,9	15,5	1,6	90,3	5,7	4,0
Alentejo	2005	151	88,0	5,9	6,1	84,6	15,3	0,1
	2006	152	67,3	9,2	23,5	96,0	1,5	2,5
	2007	157	73,5	7,9	18,6	99,4	0,1	0,5
Algarve	2005	149	81,4	11,8	6,8	85,5	7,8	6,7
	2006	291	76,1	8,8	15,1	90,6	3,8	5,6
	2007	335	76,1	9,1	14,8	89,4	7,5	3,1
<b>Distribuição por actividade económica (CAE Rev. 2.1)</b>								
72100 - Consultoria em equipamento informático	2005	176	90,6	9,1	0,3	93,6	4,8	1,6
	2006	166	86,9	10,5	2,6	97,0	1,6	1,4
	2007	130	83,0	15,9	1,1	93,2	4,0	2,8
72210 - Edição de programas informáticos	2005	1.035	96,8	2,9	0,3	98,7	0,1	1,2
	2006	912	88,3	9,2	2,5	97,5	1,2	1,3
	2007	914	85,0	13,8	1,2	89,0	5,4	5,6
72220 - Outras actividades de consultoria em programação informática	2005	259	69,9	15,9	14,2	93,4	4,6	2,0
	2006	247	79,0	16,4	4,6	90,4	5,9	3,7
	2007	396	81,2	17,0	1,8	86,8	8,2	5,0
72300 - Processamento de dados	2005	658	85,3	5,8	8,9	96,5	1,8	1,7
	2006	1.031	75,6	22,2	2,2	82,2	4,2	13,6
	2007	855	80,0	12,4	7,6	83,8	7,4	8,8
72400 - Actividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	2005	53	93,7	6,2	0,1	78,4	21,6	0
	2006	124	94,9	4,1	1,0	95,8	4,0	0,2
	2007	443	94,6	4,0	1,4	96,7	3,1	0,2

72500 - Manutenção e reparação de máquinas de escritório, de contabilidade e de material informático	2005	576	84,4	8,4	7,2	97,1	1,5	1,4
	2006	681	77,0	11,0	12,0	96,9	1,1	2,0
	2007	604	88,3	2,7	9,0	98,8	0,9	0,3
72600 - Outras actividades conexas à informática	2005	189	87,8	10,2	2,0	91,8	6,7	1,5
	2006	319	84,2	6,8	9,0	94,8	4,5	0,7
	2007	259	82,1	14,2	3,7	94,8	3,4	1,8

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços Prestados às Empresas.

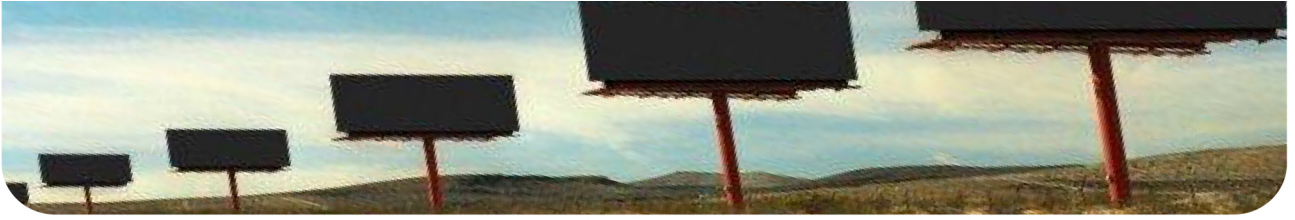
Quadro 56 - Pessoal ao serviço na área da informática, por características dos recursos humanos, segundo a actividade principal da empresa, 2004 a 2007

Pessoal ao Serviço		Total	Consul- toria em equipa- mento informá- tico	Edição de pro- gramas informá- ticos	Outras activida- des de consul- toria em progra- mação informá- tica	Proces- samento de dados	Activa- des de bancos de disponi- bilização de informa- ção em contínuo	Manuten- ção e re- paração de máqui- nas de es- critório, de conta- bilidade e de material informá- tico	Outras activida- des conexas à informá- tica
Total	2004	27 932	3 613	716	15 360	2 939	365	2 063	2 876
	2005	29 353	4 011	1 387	15 851	2 873	315	1 947	2 969
	2006	33 127	4 028	1 904	18 890	2 587	332	2 109	3 277
	2007	35 405	4 819	2 284	18 707	1 955	569	2 272	4 799
Pessoal ao serviço, por sexo									
Mulheres	2004	8 257	1 130	131	4 367	1 150	187	476	817
	2005	8 331	1 094	346	4 888	848	149	280	727
	2006	9 983	1 250	544	5 497	1 102	173	478	939
	2007	11 256	1 727	757	5 848	1 017	291	305	1 312
Homens	2004	19 676	2 483	585	10 993	1 789	178	1 587	2 059
	2005	21 022	2 917	1 041	10 963	2 025	166	1 667	2 242
	2006	23 143	2 778	1 360	13 393	1 485	158	1 631	2 338
	2007	24 149	3 092	1 527	12 859	938	278	1 967	3 487
Pessoal ao serviço, por horário de trabalho									
Tempo parcial	2004	570	73	15	248	9	35	108	81
	2005	867	112	76	464	41	12	40	122
	2006	893	173	19	353	53	34	66	195
	2007	1 089	125	48	554	65	16	93	189
Tempo completo	2004	27 362	3 540	701	15 112	2 930	330	1 955	2 795
	2005	28 486	3 899	1 311	15 387	2 832	303	1 907	2 847
	2006	32 233	3 855	1 885	18 537	2 534	298	2 043	3 082

	2007	34 316	4 694	2 236	18 153	1 890	553	2 179	4 610
<b>Total de Pessoal Remunerado</b>	<b>2004</b>	<b>26 833</b>	<b>3 540</b>	<b>682</b>	<b>14 841</b>	<b>2 820</b>	<b>349</b>	<b>1 849</b>	<b>2 752</b>
	<b>2005</b>	<b>28 238</b>	<b>3 926</b>	<b>1 330</b>	<b>15 219</b>	<b>2 778</b>	<b>296</b>	<b>1 852</b>	<b>2 837</b>
	<b>2006</b>	<b>28 161</b>	<b>3 693</b>	<b>1 792</b>	<b>16 338</b>	<b>2 319</b>	<b>325</b>	<b>1 453</b>	<b>2 242</b>
	<b>2007</b>	<b>34 056</b>	<b>4 663</b>	<b>2 184</b>	<b>18 056</b>	<b>1 872</b>	<b>539</b>	<b>2 182</b>	<b>4 560</b>
<b>Prestadores de serviços<sup>1</sup></b>	<b>2004</b>	<b>2 661</b>	<b>261</b>	<b>132</b>	<b>1 550</b>	<b>331</b>	<b>30</b>	<b>132</b>	<b>226</b>
	<b>2005</b>	<b>3 094</b>	<b>245</b>	<b>160</b>	<b>2 005</b>	<b>214</b>	<b>47</b>	<b>100</b>	<b>323</b>
	<b>2006</b>	<b>2 279</b>	<b>151</b>	<b>119</b>	<b>1 302</b>	<b>57</b>	<b>2</b>	<b>48</b>	<b>600</b>
	<b>2007</b>	<b>2 552</b>	<b>264</b>	<b>304</b>	<b>1 240</b>	<b>16</b>	<b>50</b>	<b>44</b>	<b>635</b>

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços Prestados às Empresas

1 - O número de prestadores de serviços não está incluído no total de pessoal ao serviço.



## 10. Publicidade

<b>Publicidade. Colectânea Estatística. ....</b>	<b>250</b>
Quadro 1 - Resumo Anual do Investimento e Inserções Publicitárias por Meio, 2002 a 2008 .....	250
Quadro 2 - Taxa de Variação Percentual Anual dos Investimentos por Meio de 2002 a 2008 .....	251
Quadro 3 - Distribuição Percentual Dos Investimentos Mensais Por Meios, 2008 ..	253
Quadro 4 - Investimento publicitário por sector de actividade (Top 15), 2008 .....	255
Quadro 5 - Ranking de Anunciantes em Televisão (Top 15), 2008 .....	255
Quadro 6 - Ranking de Anunciantes em Rádio (Top 15), 2008 .....	256
Quadro 7 - Ranking de Anunciantes em Publicidade Exterior (Top 15), 2008.....	256
Quadro 8 - Ranking de Anunciantes em Cinema (Top 15), 2008 .....	257
Quadro 9 - Ranking de Anunciantes em Imprensa (excluindo Imprensa Regional) (Top 15), 2008 .....	257
Quadro 10 - Investimento em Imprensa por Género, 2008 .....	258
Quadro 11 - Investimento por Agência Criativa E Meio (Top 15), 2008 .....	258
Quadro 12 - Peso Percentual Do Investimento Por Agência Criativa E Meio (Top 15), 2008 .....	259
Quadro 13 - Investimento por Agência de Meios por Meios (Top 15), 2008 .....	259
Quadro 14 - Peso Percentual do Investimento por Agência de Meios por Meios (Top 15), 2008.....	260
Quadro 15 - Evolução Mensal do Investimento por Meio, 2006 .....	260
Quadro 16 - Evolução Mensal do Investimento por Meio, 2006 (cont...).....	261
Quadro 17 - Repartição do Investimento por Meio e Sector de Actividade, 2006... ..	262
Quadro 18 - Evolução Mensal do Investimento por Agência (Top 10), 2006 .....	265
Quadro 19 - Evolução Mensal do Investimento por Agência de Meios, 2006.....	265
Quadro 20 - Repartição do Investimento por Meio e Agência de Meios, 2006 .....	266
Quadro 21 - Repartição do Investimento por Meio e Anunciante (Top 10), 2006... ..	267
Quadro 22 - Ranking de Anunciantes na Imprensa Nacional (Top 10), 2006 .....	267
Quadro 23 - Ranking de Anunciantes na Rádio (Top 10), 2006 .....	268
Quadro 24 - Investimento em Imprensa por Tipo de Publicações, 2006 .....	268
Quadro 25 - Distribuição da Prestação de serviços por Suporte Publicitário, 2004 a 2007 .....	269
Quadro 26 - Distribuição do volume de negócios, por actividade económica do cliente, segundo a região – Publicidade, 2004 a 2007.....	272
Quadro 27 - Número médio de clientes e distribuição do volume de negócios por proveniência e residência do cliente, segundo a região – Publicidade, 2005 a 2007.....	273
Quadro 28 - Pessoal ao serviço, por características dos recursos humanos, segundo a actividade principal da empresa – Publicidade, 2004 a 2007.....	274
Figura 1 - Investimento Publicitário, 2002 a 2008 .....	250
Figura 2 - Taxa de Variação Percentual dos Investimentos por Meio, 2002 a 2008....	251
Figura 3 - Taxa de Variação Percentual de Investimento por Meio, de 2002 para 2008 .....	252
Figura 4 - Taxa de Variação Percentual do Investimentos em Cinema de 2003 para 2008 .....	252

Figura 5 - Investimento Publicitário Mensal por Meios, 2008.....	253
Figura 6 - Inserções Publicitárias mensais por Meios, 2008 .....	254
Figura 7 - Inserções Publicitárias por Meios (%), 2002 a 2008 .....	254
Figura 8 - Distribuição da Prestação de serviços por Suporte Publicitário (%), 2004 .	270
Figura 9 - Distribuição da Prestação de serviços por Suporte Publicitário (%), 2005 .	270
Figura 10 - Distribuição da Prestação de serviços por Suporte Publicitário (%), 2006.....	271
Figura 11 - Distribuição da Prestação de serviços por Suporte Publicitário (%), 2007 .....	271



## Publicidade. Colectânea Estatística.

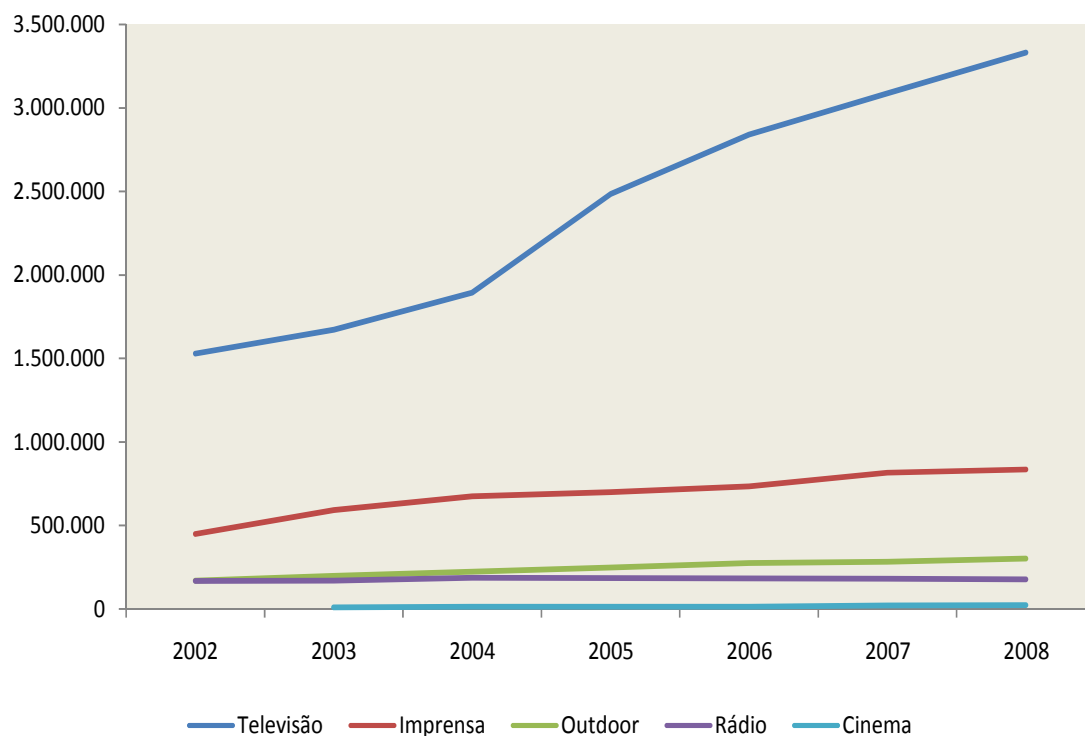
Quadro 1 - Resumo Anual do Investimento e Inserções Publicitárias por Meio, 2002 a 2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Televisão</b>							
Investimento	1.528.408	1.672.374	1.892.813	2.483.635	2.840.206	3.085.780	3.330.911
Inserções	811.761	912.170	998.630	1.101.548	1.252.580	1.332.361	1.305.996
<b>Imprensa</b>							
Investimento	449.815	592.549	675.473	700.606	733.912	816.546	835.223
Inserções	253.104	280.443	284.737	281.406	280.442	297.244	292.088
<b>Outdoor</b>							
Investimento	170.871	200.145	224.770	250.590	276.730	284.357	303.504
Inserções (000)	15.645	48.081	37.417	50.436	45.984	26.371	24.160
<b>Rádio</b>							
Investimento	169.880	172.080	189.031	187.322	184.883	183.458	178.760
Inserções	755.347	758.985	787.146	754.015	707.445	649.029	639.599
<b>Cinema</b>							
Investimento	-	9.903	13.392	13.596	14.491	21.976	23.427
Inserções	-	1.426.613	1.917.128	2.083.250	2.816.520	3.929.550	4.250.485
<b>Total</b>	<b>2.318.975</b>	<b>2.647.051</b>	<b>2.995.480</b>	<b>3.635.750</b>	<b>4.050.223</b>	<b>4.392.117</b>	<b>4.671.825</b>

Fonte: Marktest.

Nota: Investimento em Milhares de Euros e a Preços de Tabela. Inserções em Outdoor em Milhares.

Figura 1 - Investimento Publicitário, 2002 a 2008



Fonte: Marktest, MediaMonitor. Edição OberCom.

Nota: Investimento em milhares de Euros e a Preços de Tabela.

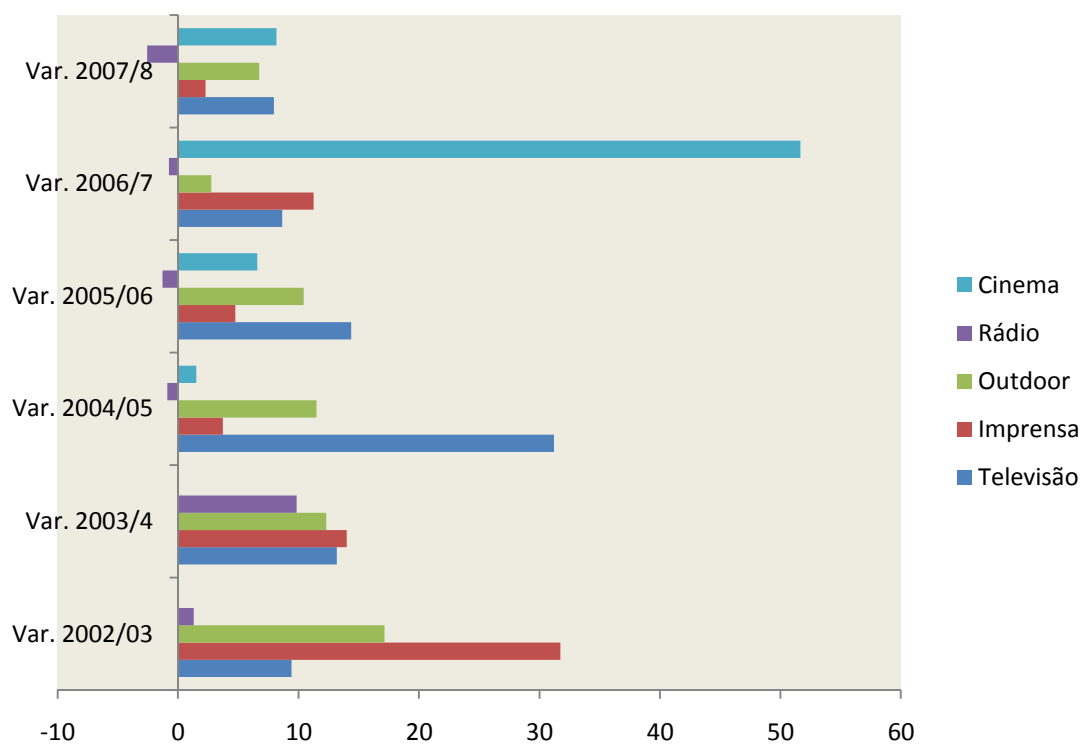
Quadro 2 - Taxa de Variação Percentual Anual dos Investimentos por Meio de 2002 a 2008

	Var. 2002/03	Var. 2003/4	Var. 2004/05	Var. 2005/06	Var. 2006/7	Var. 2007/8
<b>Televisão</b>	9,42	13,18	31,21	14,36	8,65	7,9
<b>Imprensa</b>	31,73	13,99	3,72	4,75	11,26	2,3
<b>Outdoor</b>	17,13	12,3	11,49	10,43	2,76	6,7
<b>Rádio</b>	1,29	9,85	-0,9	-1,3	-0,77	-2,6
<b>Cinema</b>	-	-	1,52	6,58	51,65	8,2

Fonte: Marktest, MediaMonitor.

Nota: Investimento a Preços de Tabela.

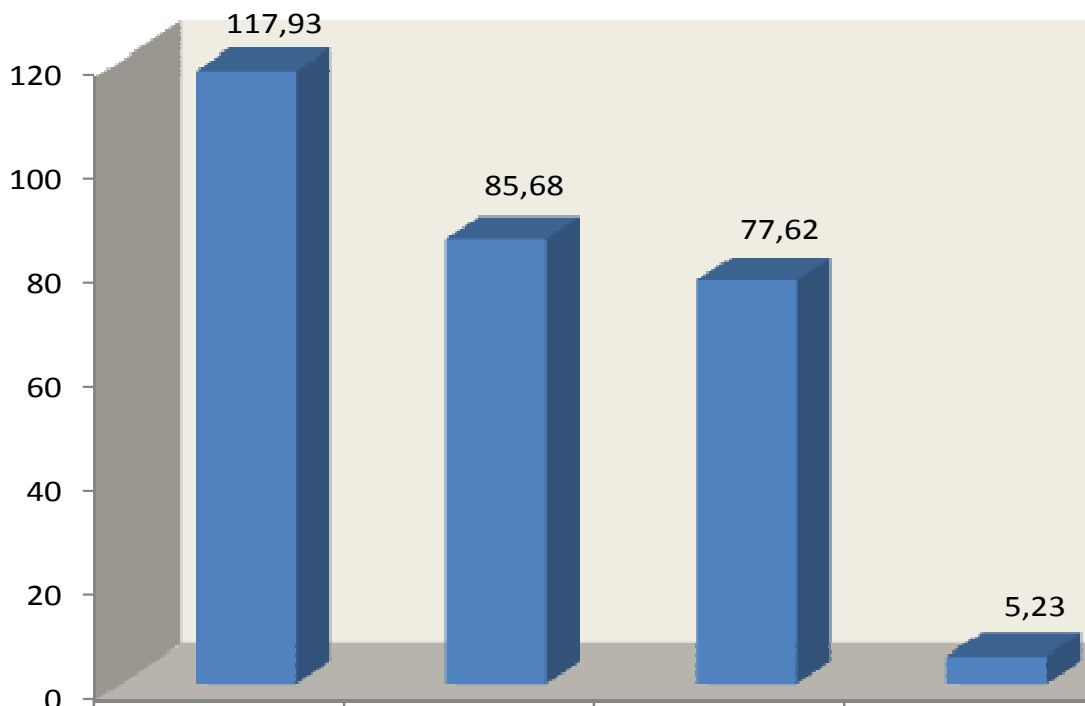
Figura 2 - Taxa de Variação Percentual dos Investimentos por Meio, 2002 a 2008



Fonte: Marktest. Edição OberCom.

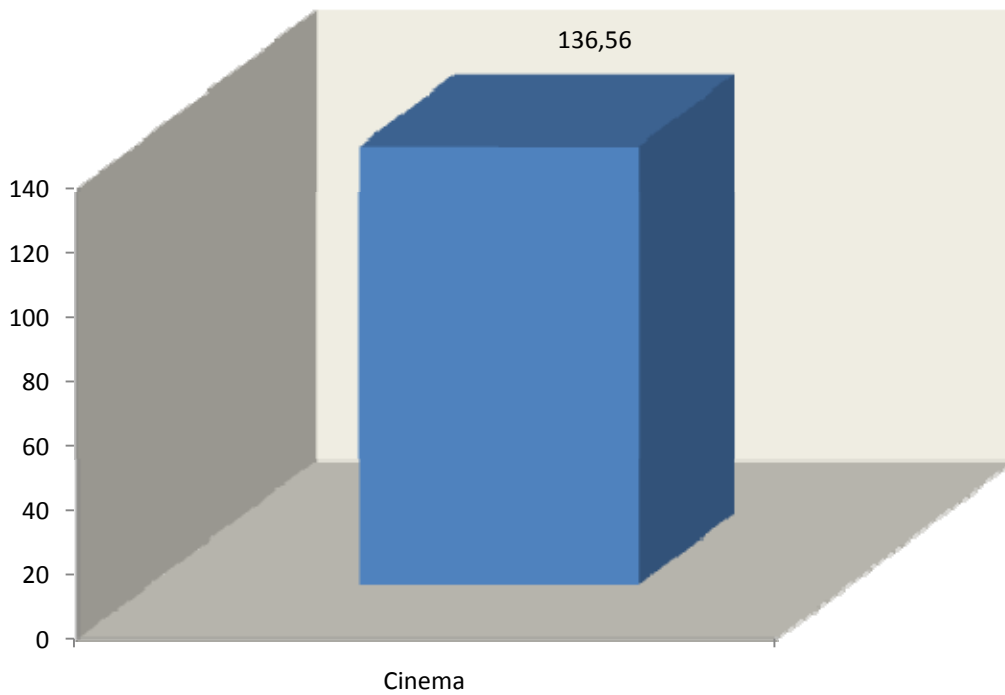
Nota: Investimentos a preços de tabela.

Figura 3 - Taxa de Variação Percentual de Investimento por Meio, de 2002 para 2008



Fonte: Marktest, MediaMonitor. Edição OberCom.

Figura 4 - Taxa de Variação Percentual do Investimentos em Cinema de 2003 para 2008



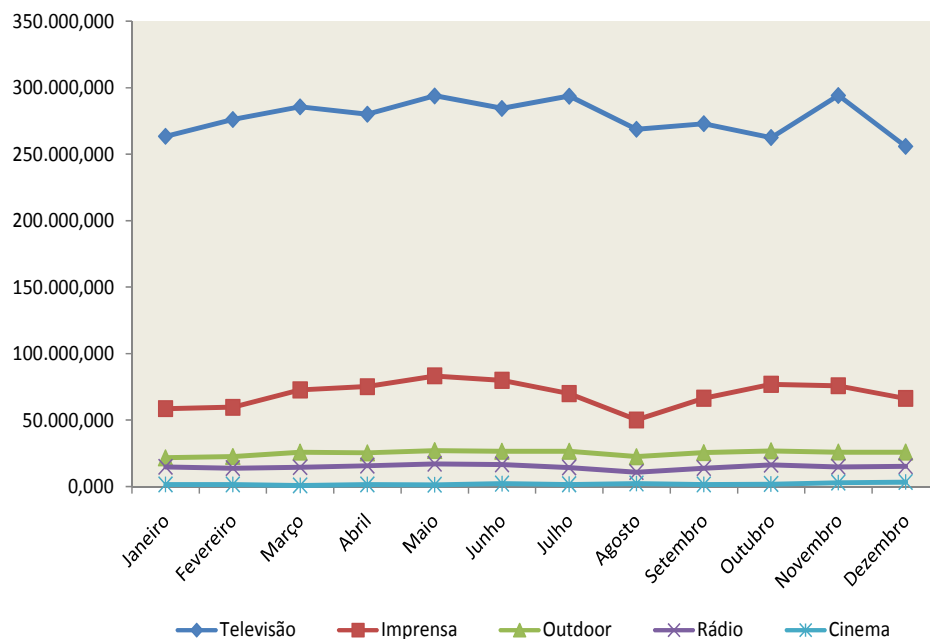
Fonte: Marktest, MediaMonitor. Edição OberCom.

Quadro 3 - Distribuição Percentual Dos Investimentos Mensais Por Meios, 2008

	Jan.	Fev.	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Set.	Out.	Nov.	Dez.
<b>Televisão</b>	73,1	73,8	71,4	70,4	69,5	69,4	72,3	75,8	71,7	68,2	71,1	69,7
<b>Imprensa</b>	16,3	16,0	18,2	18,9	19,7	19,5	17,2	14,2	17,5	20,0	18,3	18,1
<b>Outdoor</b>	72,3	72,8	78,0	76,7	77,0	78,0	78,6	76,4	80,8	84,2	75,6	85,1
<b>Rádio</b>	4,1	3,7	3,6	3,9	4,1	4,1	3,5	3,1	3,7	4,3	3,6	4,2
<b>Cinema</b>	0,4	0,4	0,2	0,4	0,3	0,5	0,4	0,7	0,4	0,5	0,7	0,9

Fonte: Marktest, MediaMonitor.

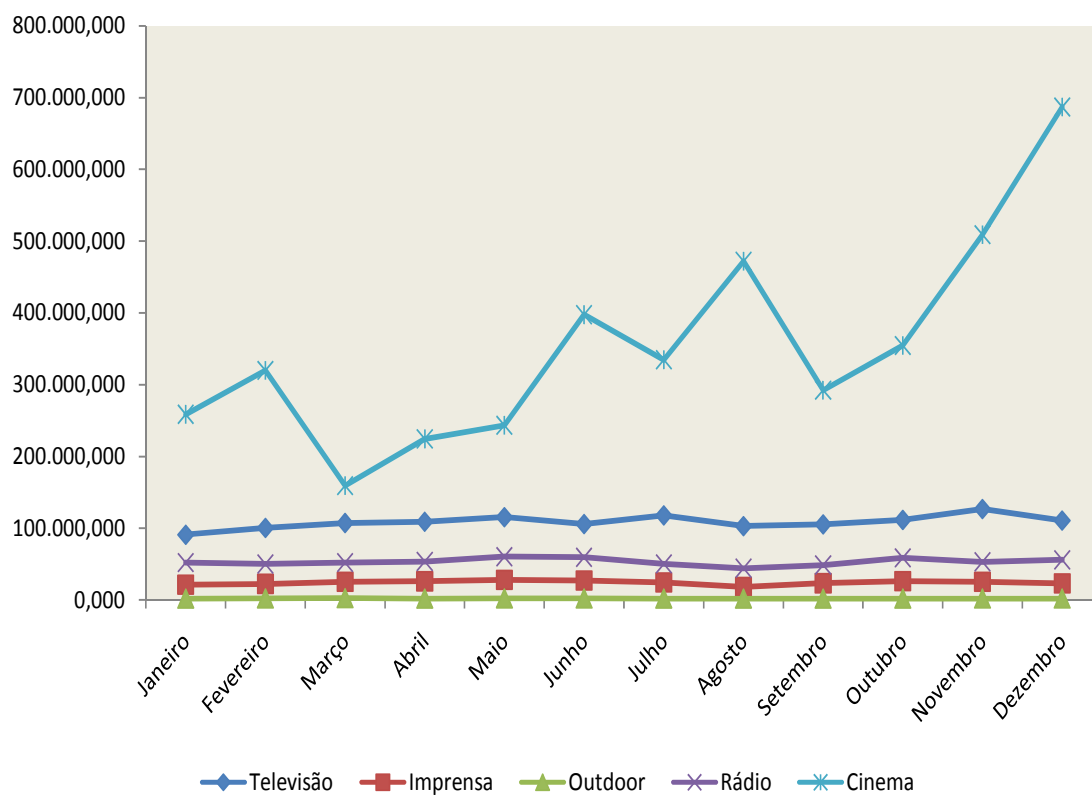
Figura 5 - Investimento Publicitário Mensal por Meios, 2008



Fonte: Marktest, MediaMonitor. Edição OberCom.

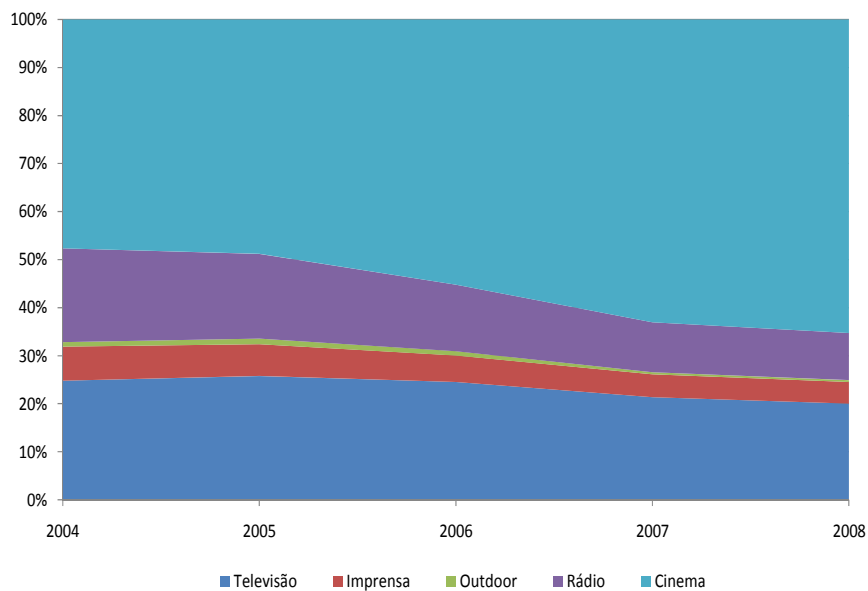
Nota: Investimento em milhares de Euros e a Preços de Tabela

Figura 6 - Inserções Publicitárias mensais por Meios, 2008



Fonte: Marktest. MediaMonitor. Edição OberCom.

Figura 7 - Inserções Publicitárias por Meios (%), 2002 a 2008



Fonte: Marktest, MediaMonitor. Edição OberCom.

Quadro 4 - Investimento publicitário por sector de actividade (Top 15), 2008

		Investimento 2008	Perc. Sobre Total
1	Industria Alimentação	529.763	13,5
2	Higiene Pessoal	470.953	12,0
3	Serviços E Equipamento De Comunicação	401.595	10,2
4	Comercio	388.762	9,9
5	Industria Automóvel	387.213	9,9
6	Bancos e outras inst.mon.e financ.	334.297	8,5
7	Bebidas	276.102	7,0
8	Artigos E Serviços Recreativos E Culturais	186.950	4,8
9	Higiene do lar	182.155	4,6
10	Industria Farmacêutica	173.144	4,4
11	Ind. Do Papel, Artes Gráficas E Edição De Publicações	128.582	3,3
12	Audio-Visual, Fotografia E Cinema	122.694	3,1
13	Serviços Pessoais	121.172	3,1
14	Serviços Prestados A Colectividade	118.139	3,0
15	Seguros	107.885	2,7
	<b>Total</b>	<b>3.929.406</b>	<b>100</b>

Fonte: Marktest.

Nota: A Preços de Tabela.

Quadro 5 - Ranking de Anunciantes em Televisão (Top 15), 2008

		Investimento 2008 TV	Perc. Sobre o Total
1	Modelo Continente Hipermercados Sa	129.342	10,3
2	L'Oreal - Portugal Lda	127.600	10,1
3	Procter & Gamble	121.539	9,7
4	Reckitt Benckiser	112.121	8,9
5	Unilever - JM	111.813	8,9
6	Optimus Telecomunicações SA	96.333	7,7
7	Vodafone Telecel-Comun. Pessoais SA	79.912	6,4
8	Telecomunicações Móveis Nacionais	79.429	6,3
9	Danone Portugal SA	70.221	5,6
10	Lactogal-Prod. Alimentares SA	68.265	5,4
11	Portugal Telecom	58.914	4,7
12	Zon Multimédia	54.267	4,3
13	ITMI Norte Sul Portugal	51.465	4,1
14	Pingo Doce - Distrib.Alimentar SA	49.036	3,9
15	Grupo Caixa Geral de Depósitos	48.159	3,8
		<b>1.258.416</b>	<b>100</b>

Fonte: Marktest.

Nota: A Preços de Tabela.

Quadro 6 - Ranking de Anunciantes em Rádio (Top 15), 2008

		Investimento 2008 Rádio	Perc. Sobre Total
1	Grupo Banco Espírito Santo	8.957	16,1
2	Santa Casa Da Misericórdia De Lisboa	5.496	9,9
3	Global Noticias Publicacoes Sa	4.380	7,9
4	Modelo Continente Hipermercados Sa	4.280	7,7
5	Vodafone Telecel-Comun.Pessoais Sa	3.905	7,0
6	Edimpresa - Editora Lda	3.838	6,9
7	Automoveis Citroen Sa	3.177	5,7
8	Telecomunicacoes Moveis Nacionais	3.135	5,6
9	Renault Portuguesa	2.931	5,3
10	Grupo Banco Comercial Portugues	2.884	5,2
11	Montepio Geral	2.744	4,9
12	Grupo Caixa Geral de Depósitos	2.682	4,8
13	Staples	2.519	4,5
14	Optimus Telecomunicacoes Sa	2.448	4,4
15	Honda Automóvel de Portugal Sa	2.294	4,1
	<b>Total</b>	<b>55.670</b>	<b>100</b>

Fonte: Marktest.

Nota: A Preços de Tabela.

Quadro 7 - Ranking de Anunciantes em Publicidade Exterior (Top 15), 2008

		Investimento 2008 Outdoor	Perc. Sobre Total
1	Unilever-JM	12.477	13,1
2	Santa Casa Da Misericórdia De Lisboa	8.836	9,3
3	Unicer - Bebidas de Portugal SA	8.045	8,4
4	Vodafone Telecel-Comun. Pessoais SA	7.899	8,3
5	Optimus Telecomunicações SA	7.332	7,7
6	Modelo Continente Hipermercados SA	6.144	6,4
7	Tempus Internacional Lda	6.122	6,4
8	Coca Cola (Portugal) Refrigerantes	5.836	6,1
9	Compal-Comp. Prod. Conservas Alimentares	5.625	5,9
10	Telecomunicações Moveis Nacionais	5.406	5,7
11	Ford Lusitana SA	5.063	5,3
12	SIVA - Soc. Import. Veículos Automóveis	4.887	5,1
13	El Corte Inglês	3.994	4,2
14	Portugal Telecom	3.954	4,2
15	Beiersdorf Portuguesa Lda	3.656	3,8
	<b>Total</b>	<b>95.276</b>	<b>100</b>

Fonte: Marktest

Nota: A Preços de Tabela.

Quadro 8 - Ranking de Anunciantes em Cinema (Top 15), 2008

		<b>Investimento 2008 Cinema</b>	<b>Perc. Sobre Total</b>
1	Unicer-Bebidas De Portugal Sa	3.565	21,4
2	Zon Multimédia	3.080	18,5
3	Vodafone Telecel - Comum. Pessoais Sa	1.550	9,3
4	Pepsi-Cola International Portugal	1.481	8,9
5	Soc. Ponto Verde	1.087	6,5
6	Compal - Comp.Prod.Conservas Alimentares	1.019	6,1
7	Telecomunicações Moveis Nacionais	803	4,8
8	Edp-Electricidade De Portugal Sa	734	4,4
9	Grupo Caixa Geral de Depósitos	628	3,8
10	Red Bull Portugal	569	3,4
11	Sumolis - Gestão de Marcas	528	3,2
12	Companhia Port. de Hipermercados	455	2,7
13	Unilever-JM	407	2,4
14	Fiat Auto Portuguesa Sa	403	2,4
15	Banco Popular	355	2,1
	<b>Total</b>	<b>16.664</b>	<b>100</b>

Fonte: Marktest

Nota: A Preços de Tabela.

Quadro 9 - Ranking de Anunciantes em Imprensa (excluindo Imprensa Regional) (Top 15), 2008

		<b>Investimento 2008 Imprensa (excluindo Imprensa Regional)</b>	<b>Perc. Sobre Total</b>
1	Impala-Soc. Editorial Lda	15.938	12,3
2	L'oreal-Portugal Lda	15.276	11,8
3	Cofidis SA	12.397	9,5
4	Grupo Caixa Geral De Depósitos	9.905	7,6
5	Grupo Banco Espírito Santo	9.192	7,1
6	Global Noticias Publicações SA	8.578	6,6
7	Vodafone Telecel-Comun.Pessoais SA	7.784	6,0
8	Telecomunicações Moveis Nacionais	7.452	5,7
9	SIVA-Soc. Importadora Veículos Automóveis	7.081	5,4
10	Modelo Continente Hipermercados SA	6.919	5,3
11	Tempus Internacional Lda	6.598	5,1
12	Banco Cetelem SA	5.937	4,6
13	Mercedes Benz Portugal	5.927	4,6
14	Santa Casa Da Misericórdia De Lisboa	5.570	4,3
15	Unilever-JM	5.445	4,2
	<b>Total</b>	<b>129.999</b>	<b>100</b>

Fonte: Marktest

Nota: A Preços de Tabela.



Quadro 10 - Investimento em Imprensa por Género, 2008

	Investimento 2008 Imprensa	Perc. Sobre Total
Informação Geral	79.522	27,2
Imprensa Regional	117.523	40,2
Femininas/Moda	11.603	4,0
Economia Negócios E Gestão	17.429	6,0
Desporto/Veículos	23.050	7,9
Sociedade	9.583	3,3
Televisão E Jogos	4.097	1,4
Saúde/Educação	3.405	1,2
Decoração	2.995	1,0
Tecnologias De Informação	3.383	1,2
Lazer	3.766	1,3
Sectorial	6.943	2,4
Masculinas	1.560	0,5
Viagens E Turismo	1.565	0,5
Interesse Geral	1.693	0,6
Culinária	1.448	0,5
Juvenis	761	0,3
Cultura/Espectáculo	808	0,3
Ambiente/Divulgação Científica	134	0,0
Para Crianças	69	0,0
Outras	751	0,3
<b>Total</b>	<b>292.088</b>	<b>100</b>

Fonte: Marktest

Nota: A Preços de Tabela.

Quadro 11 - Investimento por Agência Criativa E Meio (Top 15), 2008

		Televisão	Imprensa	Outdoor	Rádio	Cinema	Total
1	Euro Rscg Lisboa	380.386	23.035	23.529	14.736	786	442.472
2	Y&R Red Cell	225.535	24.382	14.088	6.192	1.195	271.392
3	Mccann Erickson Portugal Publicidade	209.476	21.769	22.137	3.815	939	258.136
4	Tbwa\Lisboa	203.425	22.834	13.534	5.889	1.950	247.632
5	Bbdo Portugal-Agência De Publicidade	185.560	23.120	9.849	13.952	4.351	236.832
6	Publicis Publicidade Lda	184.859	16.028	10.793	5.396	216	217.292
7	J.Walter Thompson Publicidade	169.812	17.065	15.890	7.715	2.737	213.219
8	Ogilvy & Mather Portugal Publicidade	146.905	30.143	16.640	8.460	249	202.397
9	Partners	148.182	16.379	11.794	3.646	1.575	181.576
10	Grey Lisbon	131.745	7.198	5.402	3.171	97	147.613
11	Fuel	118.034	9.295	8.518	3.874	40	139.761
12	Leo Burnett Publicidade	79.081	8.252	5.942	4.245	169	97.689
13	Brandia Central	59.643	13.335	8.566	3.663	683	85.890
14	DDB Lisboa	56.436	8.842	5.338	1.483	118	72.217
15	Draffcb	44.214	14.456	8.681	4.435	39	71.825
	<b>Total (dos 50)</b>	<b>3.330.911</b>	<b>835.223</b>	<b>303.504</b>	<b>178.760</b>	<b>23.427</b>	<b>4.671.825</b>

Fonte: Marktest.

Nota: A Preços de Tabela.

Quadro 12 - Peso Percentual Do Investimento Por Agência Criativa E Meio (Top 15), 2008

		Televisão	Imprensa	Outdoor	Rádio	Cinema	Total
1	Euro Rscg Lisboa	16,23	8,99	13,02	16,25	5,19	15,33
2	Y&R Red Cell	9,62	9,52	7,80	6,83	7,89	9,40
3	Mccann Erickson Portugal Publicidade	8,94	8,50	12,25	4,21	6,20	8,94
4	Tbwa\Lisboa	8,68	8,91	7,49	6,49	12,88	8,58
5	Bbdo Portugal-Agencia De Publicidade	7,92	9,03	5,45	15,39	28,73	8,21
6	Publicis Publicidade Lda	7,89	6,26	5,97	5,95	1,43	7,53
7	J.Walter Thompson Publicidade	7,25	6,66	8,79	8,51	18,07	7,39
8	Ogilvy & Mather Portugal Publicidade	6,27	11,77	9,21	9,33	1,64	7,01
9	Partners	6,32	6,39	6,53	4,02	10,40	6,29
10	Grey Lisbon	5,62	2,81	2,99	3,50	0,64	5,11
11	Fuel	5,04	3,63	4,71	4,27	0,26	4,84
12	Leo Burnett Publicidade	3,37	3,22	3,29	4,68	1,12	3,38
13	Brandia Central	2,55	5,21	4,74	4,04	4,51	2,98
14	DDB Lisboa	2,41	3,45	2,95	1,64	0,78	2,50
15	Draffcb	1,89	5,64	4,80	4,89	0,26	2,49
	<b>Total (dos 50)</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: Marktest.

Nota: A Preços de Tabela.

Quadro 13 - Investimento por Agência de Meios por Meios (Top 15), 2008

		Televisão	Imprensa	Outdoor	Rádio	Cinema	Total
1	Mpg	567.468	50.347	30.692	23.959	1.362	673.828
2	Mediaedge:Cia	337.257	45.021	17.103	18.456	240	418.076
3	Initiative	346.730	28.539	27.208	9.305	4.052	415.833
4	Carat	311.386	28.852	27.316	16.596	1.896	386.046
5	Mediacom Portugal	276.096	31.337	14.230	6.149	371	328.184
6	Tempo Omd	210.093	28.292	22.709	9.293	5.571	275.956
7	Mindshare	227.036	16.079	14.410	5.782	307	263.614
8	Espaço OMD	159.033	26.362	12.726	6.192	463	204.777
9	Zenithoptimedia	172.730	24.039	6.662	499	628	204.559
10	Brandconnection	139.782	9.648	11.840	1.074	1.019	163.362
11	Arena	121.790	12.410	13.651	6.605	139	154.595
12	Starcom Mediavest Group	118.038	17.159	10.607	6.818	437	153.060
13	Nova Expressão - Agência de Meios Sa	36.225	47.008	9.452	12.225	618	105.529
14	Universal Maccann	56.065	6.121	7.931	2.055	360	72.531
15	Executive Media	20.650	27.749	11.203	6510	112	66.225
16	PublIMEIOS - Publicidade e Distrib. de Meios	16.916	4.770	3.038	3715	27	28.466
17	PHD	2.238	2.309	775	640	34	5.998
	Outras	211.377	429180	61951	42886	5.793	751.188
	<b>Total</b>	<b>3.330.910</b>	<b>835.223</b>	<b>303.504</b>	<b>178.760</b>	<b>23.427</b>	<b>4.671.825</b>

Nota: A Preços de Tabela.

Fonte: Marktest.

Quadro 14 - Peso Percentual do Investimento por Agência de Meios por Meios (Top 15), 2008

		Televisão	Imprensa	Outdoor	Rádio	Cinema	Total
1	Mpg	17,04	6,03	10,11	13,40	5,81	14,42
2	Mediaedge:Cia	10,13	5,39	5,64	10,32	1,02	8,95
3	Initiative	10,41	3,42	8,96	5,21	17,30	8,90
4	Carat	9,35	3,45	9,00	9,28	8,09	8,26
5	Mediacom Portugal	8,29	3,75	4,69	3,44	1,58	7,02
6	Tempo Omd	6,31	3,39	7,48	5,20	23,78	5,91
7	Mindshare	6,82	1,93	4,75	3,23	1,31	5,64
8	Espaço OMD	4,77	3,16	4,19	3,46	1,98	4,38
9	Zenithoptimedia	5,19	2,88	2,20	0,28	2,68	4,38
10	Brandconnection	4,20	1,16	3,90	0,60	4,35	3,50
11	Arena	3,66	1,49	4,50	3,69	0,59	3,31
12	Starcom Mediavest Group	3,54	2,05	3,49	3,81	1,87	3,28
13	Nova Expressão - Agência de Meios Sa	1,09	5,63	3,11	6,84	2,64	2,26
14	Universal Maccann	1,68	0,73	2,61	1,15	1,54	1,55
15	Executive Media	0,62	3,32	3,69	3,64	0,48	1,42
16	PublIMEIOS - Publicidade e Distrib. de Meios	0,51	0,57	1,00	2,08	0,12	0,61
17	PHD	0,07	0,28	0,26	0,36	0,15	0,13
	Outras	6,35	51,39	20,41	23,99	24,73	16,08
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: Marktest.

Nota: A Preços de Tabela.

Quadro 15 - Evolução Mensal do Investimento por Meio, 2006  
(Investimento em 000 euros)

	Total 2006	Jan	Fev	Mar	Abr	Maio
<b>Televisão</b>						
Investimento	2.840.206	184.529	210.535	238.568	252.216	257.292
Inserções	1.252.580	88.897	88.534	104.423	106.739	111.932
<b>Imprensa</b>						
Investimento	733.912	48.324	49.712	61.711	62.436	69.516
Inserções	280.442	19.548	19.922	24.409	23.489	25.928
<b>Outdoor</b>						
Investimento	276.730	19.361	19.141	23.471	23.108	24.212
Inserções (000)	45.984	2.972	2.958	4.637	2.866	3.416
<b>Rádio</b>						
Investimento	184.883	11.848	12.535	16.564	16.939	17.797

Inserções	707.445	47.321	47.610	62.230	68.718	68.901
<b>Cinema</b>						
Investimento	14.491	1.055	618	680	1.337	1.699
Inserções	2.816.520	210.920	122.430	129.355	252.105	316.335
<b>Total</b>	<b>4.050.223</b>	<b>265.116</b>	<b>292.542</b>	<b>340.994</b>	<b>356.035</b>	<b>370.516</b>

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Markttest.

Nota: Investimento em Milhares de Euros e a Preços de Tabela  
Inserções em Outdoor em Milhares de Euros

#### Quadro 16 - Evolução Mensal do Investimento por Meio, 2006 (cont...)

	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
<b>Televisão</b>							
Investimento	242.171	253.797	208.064	234.368	269.628	264.925	224.115
Inserções	103.081	97.304	87.531	100.046	116.046	129.206	118.841
<b>Imprensa</b>							
Investimento	67.020	62.392	44.777	61.244	70.386	72.490	63.904
Inserções	26.600	23.957	18.122	22.707	25.797	25.779	24.184
<b>Outdoor</b>							
Investimento	24.185	24.913	20.624	23.380	25.216	24.537	24.582
Inserções (000)	4.775	4.150	3.362	4.275	3.988	4.044	4.543
<b>Rádio</b>							
Investimento	15.830	13.087	10.094	15.333	19.994	19.613	15.249
Inserções	59.753	49.327	39.399	55.351	76.221	72.564	60.050
<b>Cinema</b>							
Investimento	896	1.857	1.178	1.043	1.058	1.383	1.686
Inserções	193.185	420.120	261.500	223.270	181.305	246.970	259.025
<b>Total</b>	<b>350.101</b>	<b>356.046</b>	<b>284.738</b>	<b>335.367</b>	<b>386.282</b>	<b>382.947</b>	<b>329.537</b>

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Markttest

Nota: Investimento a Preços de Tabela

Quadro 17 - Repartição do Investimento por Meio e Sector de Actividade, 2006

	Total 2006	TV	Imprensa	Outdoor	Rádio	Cinema
Indústria Alimentação	467.617	428.216	13.227	22.261	3.307	605
Bancos E Outras Inst. Monet. E Financeiras	418.890	287.093	70.767	17.759	42.694	578
Higiene Pessoal	393.959	339.732	39.200	14.395	403	229
Serviços E Equipamento De Comunicação	364.941	296.270	25.728	22.694	18.912	1.338
Industria Automóvel	328.812	200.473	60.172	36.832	30.058	1.277
Comercio	274.823	221.769	19.287	18.949	14.501	317
Bebidas	265.132	206.669	13.241	38.086	1.923	5.213
Higiene Do Lar	157.833	153.933	1.029	2.454	416	0
Serviços Pessoais	147.535	116.990	18.813	3.134	8.421	177
Artigos E Serviços Recreativos E Culturais	136.622	56.422	49.483	15.888	13.773	1.056
Industria Farmacêutica	112.960	86.076	19.472	4.951	2.416	45
Ind. Do Papel, Artes Gráficas E Edição De Publicações	112.169	38.066	48.760	14.904	10.179	259
Informática	89.626	60.971	18.078	3.960	6.206	411
Serviços Prestados A Colectividade	73.387	33.844	26.150	7.802	4.210	1.382
Audiovisual, Fotografia E Cinema	71.598	54.839	8.597	5.783	2.281	97
Seguros	58.900	49.731	4.521	1.608	2.869	171
Indústria Dos Brinquedos/Equipamento P\ Bebê	58.661	52.794	4.399	1.363	73	33
Comunicação Social	45.553	24.410	11.018	6.757	2.612	756
Electrodomésticos E Outros	40.110	25.429	7.846	2.228	4.605	2
Joalharia, Ourivesaria, Relojoaria E Medalhística	34.666	8.702	18.719	7.148	97	0

Turismo	34.040	12.579	16.261	4.348	850	1
Industria Têxtil	34.036	6.929	17.662	8.906	315	225
Indústria Do Mobiliário E Decoração	26.050	9.738	13.585	783	1.857	86
Óptica	23.576	16.421	2.138	2.843	2.007	167
Operações Sobre Imóveis	21.556	5.661	13.383	1.830	673	9
Electricidade, Gás E Água	18.445	12.458	3.014	1.547	1.426	0
Calçado E Artigos De Couro	10.029	5.451	3.431	921	226	0
Serviços Prestados As Empresas	9.093	540	6.242	650	1.662	0
Transportes	8.522	1.010	3.907	2.179	1.373	54
Construção E Obras Publicas	7.481	2.219	4.340	535	387	0
Bolsa	6.839	3.916	1.182	1.328	414	0
Vernizes, Tintas, Lacas E Colas	4.941	3.339	581	7	1.014	0
Serviços Diversos As Empresas E Pessoais	4.138	320	3.603	116	97	3
Equipamento De Escritório/Papelaria	2.551	1.100	731	325	395	0
Industria Química Industrial	1.900	1.612	228	0	61	0
Produtos Metálicos	1.860	1.520	340	0	0	0
Vidro, Cristais E Porcelanas	1.481	604	832	5	40	0
Equipamentos E Materiais De Segurança	1.448	0	1.440	4	4	0
Equipamento/Material Comercial, Industrial E Agrícola	1.322	12	1.215	95	0	0

Ind. Metalúrgica E Siderúrgica	912	87	824	1	0	0
Industria Naval	821	0	791	0	30	0
Agro-pecuária E Pesca	798	62	576	68	91	0
Ind. Da Madeira E Cortiça	342	0	342	0	0	0
Industria Aeronáutica E Espacial	313	0	313	0	0	0
Serviços Diversos As Empresas E Colectividade	93	0	38	55	0	0
Instrumentos Musicais	43	0	35	8	0	0
Indústria De Moldes	5	0	3	2	0	0
Tabaco	4	0	4	0	0	0
Indústria De Armamento, Explosivos E Pirotecnia	2	0	2	0	0	0
Instrumentação, Controlo E Automação	1	0	1	0	0	0
Outros	173.784	12.203	158.357	1.216	2.008	0
<b>Total</b>	<b>4.050.223</b>	<b>2.840.206</b>	<b>733.912</b>	<b>276.730</b>	<b>184.883</b>	<b>14.491</b>

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Marktest

Nota: Investimento a Preços de Tabela

Quadro 18 - Evolução Mensal do Investimento por Agência (Top 10), 2006

		<b>Total 2006</b>
1	Euro Rscg Lisboa	346.513
2	Y&R Red Cell	244.451
3	Publicis Publicidade Lda.	237.458
4	Bbdo Portugal	214.848
5	J.Walter Thompson	212.393
6	Mccann Erickson Portugal	208.750
7	Tbwa/Epg-Publicidade	176.191
8	Ogilvy & Mather Portugal	168.406
9	Partners	139.953
10	Greyhome	109.139

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Marktest

Nota: Investimento a Preços de Tabela

Quadro 19 - Evolução Mensal do Investimento por Agência de Meios, 2006

		<b>Total 2006</b>
1	Media Planning	599.738
2	Initiative	444.957
3	Mediaedge:Cia	329.159
4	Tempo Omd	283.912
5	Mindshare	256.227
6	Espaco Omd	234.894
7	Mediacom Iberia	234.884
8	Zenithoptimedia	217.263
9	Brandconnection	149.230
10	Carat Portugal	139.005
11	Universal Mccann	129.224
12	Starcom Worldwide	93.410
13	Arena	91.439
14	Media Insight	87.990
15	Executive Media	63.482



16	Nova Expressão	52.546
17	Global	19.879
18	PublIMEIOS	12.288
19	Phd	115
	Outras	610.583
	<b>Total</b>	<b>4.050.223</b>

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Marktest

Nota: Investimento a Preços de Tabela

#### Quadro 20 - Repartição do Investimento por Meio e Agência de Meios, 2006

		Total 2006	TV	Press	Outdoor	Rádio	Cinema
1	Media Planning	599.738	495.736	37.169	34.449	30.958	1.427
2	Initiative	444.957	349.703	41.815	31.233	20.821	1.385
3	Mediaedge:Cia	329.159	255.176	38.465	18.507	16.837	174
4	Tempo Omd	283.912	215.581	21.437	29.974	13.062	3.858
5	Mindshare	256.227	207.094	21.245	12.815	14.455	618
6	Espaco Omd	234.894	187.822	22.039	13.817	10.870	346
7	Mediacom Ibéria	234.884	215.404	11.479	4.950	2.696	356
8	Zenithoptimedia	217.263	172.572	32.354	9.566	2.610	160
9	Brandconnection	149.230	131.757	7.080	7.963	2.076	354
10	Carat Portugal Comunicação	139.005	88.554	22.250	14.921	12.757	523
11	Universal Mccann	129.224	103.912	11.610	9.755	2.919	1.028
12	Starcom Worldwide Media Estrategia SI	93.410	58.673	19.365	7.752	7.273	347
13	Arena	91.439	69.530	8.019	10.025	3.845	20
14	Media Insight	87.990	71.154	9.857	4.178	2.721	80
15	Executive Media	63.482	20.166	25.352	11.809	6.063	92
16	Nova Expressao-Agencia De Meios SA	52.546	25.890	17.972	3.717	4.966	0
17	Global	19.879	14.541	1.806	751	2.781	0
18	PublIMEIOS-Publicidade E Distrib.De Meios	12.288	6.040	2.742	64	3.404	37
19	Phd	115	0	0	115	0	0

	Outras	610.583	150.901	381.855	50.369	23.770	3.688
	<b>Total</b>	<b>4.050.223</b>	<b>2.840.206</b>	<b>733.912</b>	<b>276.730</b>	<b>184.883</b>	<b>14.491</b>

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Marktest  
Nota: Investimento a Preços de Tabela

#### Quadro 21 - Repartição do Investimento por Meio e Anunciante (Top 10), 2006

		Total 2006	TV	Press	Outdoor	Rádio	Cinema
1	Reckitt Benckiser	102.757	101.821	423	357	156	0
2	Vodafone Telecel-Comun.Pessoais SA	97.747	80.564	4.948	6.345	5.528	361
3	Modelo Continente Hipermercados SA	91.043	81.513	1.038	4.172	4.073	248
4	Procter & Gamble	90.498	87.784	1.965	532	216	0
5	L'oreal-Portugal Lda.	89.711	82.763	5.526	1.266	157	0
6	Telecomunicacoes Moveis Nacionais	77.234	65.492	4.564	2.837	4.159	183
7	Danone Portugal SA	69.884	65.853	677	3.168	186	0
8	Unicer-Bebidas De Portugal SA	64.375	46.702	833	12.950	504	3.387
9	Optimus Telecomunicações SA	63.167	54.632	1.882	4.210	2.383	60
10	Portugal Telecom	61.052	48.079	3.540	3.970	5.060	403

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Marktest  
Nota: Investimento a Preços de Tabela

#### Quadro 22 - Ranking de Anunciantes na Imprensa Nacional (Top 10), 2006

		Total Imprensa
1	Cofidis SA	13.359
2	Impala-Soc.Editorial Lda.	10.547
3	Grupo Caixa Geral De Depósitos	8.555
4	Cosmética Activa	8.443
5	Grupo Banco Comercial Português	7.393
6	Siva-Soc. Importadora Veículos Automóveis	7.380
7	Grupo Banco Espírito Santo	7.109
8	Santa Casa Da Misericórdia De Lisboa	6.634
9	Banco Cetelem SA	6.437
10	Global Noticias Publicações SA	6.042

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Marktest  
Nota: Investimento a Preços de Tabela (Em Milhares de euros)

Quadro 23 - Ranking de Anunciantes na Rádio (Top 10), 2006

		<b>Total Rádio</b>
1	Banco Português De Investimento	7.780
2	Grupo Banco Espírito Santo	7.318
3	Santa Casa Da Misericórdia De Lisboa	6.776
4	Vodafone Telecel – Comun. Pessoais SA	5.528
5	Grupo Banco Comercial Português	5.373
6	Portugal Telecom	5.060
7	Telecomunicações Moveis Nacionais	4.159
8	Modelo Continente Hipermercados SA	4.031
9	Global Noticias Publicações SA	3.836
10	Montepio Geral	3.700

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Marktest

Nota: Investimento a Preços de Tabela

Quadro 24 - Investimento em Imprensa por Tipo de Publicações, 2006

<b>Tipo de Publicação</b>	<b>Total 2006</b>
Informação Geral	332.766
Imprensa Regional	80.909
Desporto/Veículos	57.439
Femininas/Moda	56.032
Economia Negócios E Gestão	49.019
Sociedade	47.894
Televisão E Jogos	17.063
Sectorial	12.865
Saúde/Educação	12.750
Decoração	12.597
Tecnologias De Informação	11.671
Masculinas	9.432
Viagens E Turismo	9.189
Lazer	9.029
Interesse Geral	4.031

Culinária	3.566
Juvenis	2.348
Ambiente/Divulgação Científica	1.684
Cultura/Espectáculo	1.655
Para Crianças	391
Outras	1.582
<b>Total</b>	<b>733.912</b>

Fonte: Anuário de Media e Publicidade 2006, Marktest

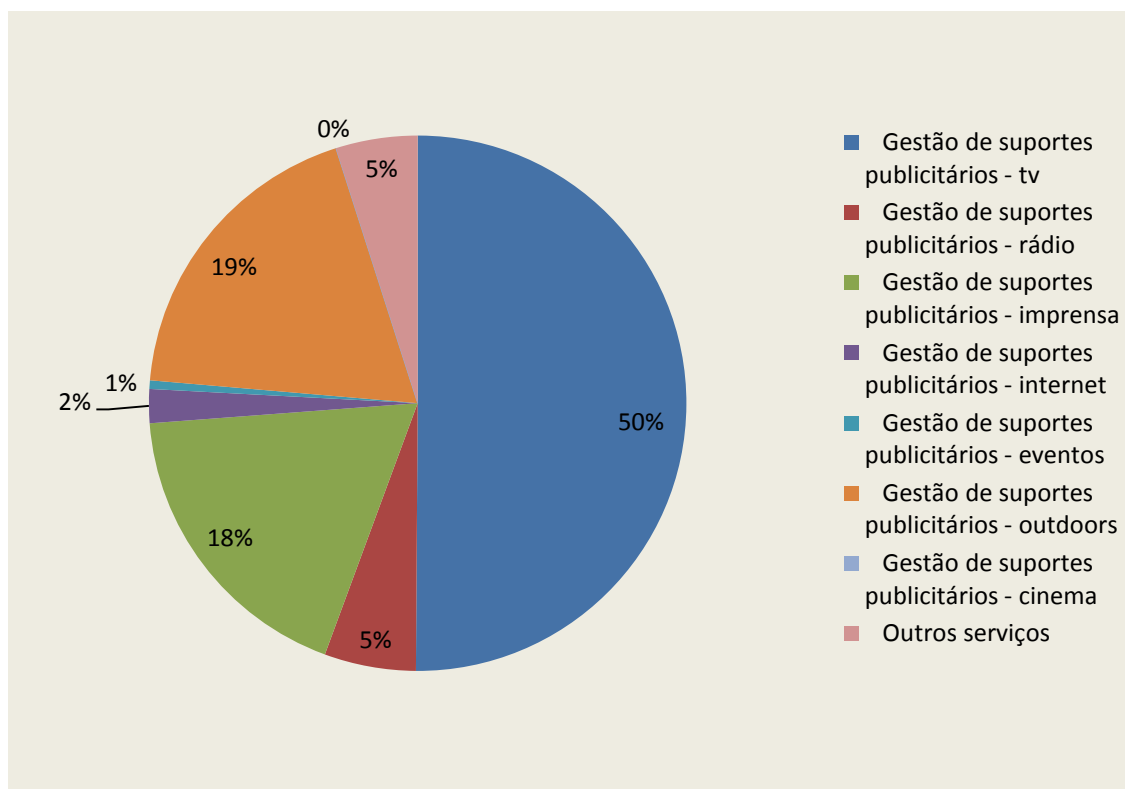
Nota: Investimento a Preços de Tabela

Quadro 25 - Distribuição da Prestação de serviços por Suporte Publicitário, 2004 a 2007

	2004	2005	2006	2007
<b>Gestão de suportes publicitários na televisão</b>	409 062	313 680	354 900	470 371
<b>Gestão de suportes publicitários na rádio</b>	44 938	32 310	79 989	76 269
<b>Gestão de suportes publicitários na imprensa</b>	148 561	113 389	179 982	206 602
<b>Gestão de suportes publicitários na internet</b>	16 730	5 045	28 032	30 135
<b>Gestão de suportes publicitários em eventos</b>	4 153		44 666	17 460
<b>Gestão de suportes publicitários em outdoors</b>	152 804	97 330	236 783	281 837
<b>Gestão de suportes publicitários em cinema</b>		4 305	12 463	30 084
<b>Outros serviços</b>	40 172	20 870	108 736	68 690

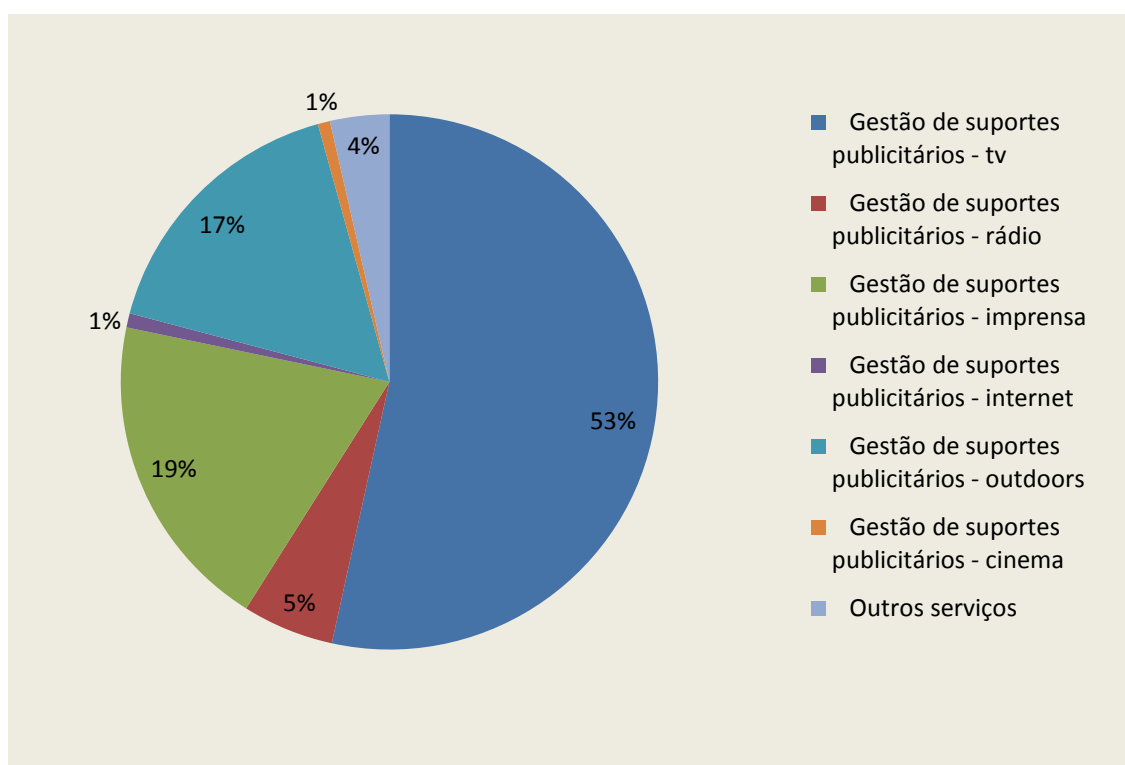
Fonte: INE, Inquérito aos Serviços prestados às empresas 2007.

Figura 8 - Distribuição da Prestação de serviços por Suporte Publicitário (%), 2004



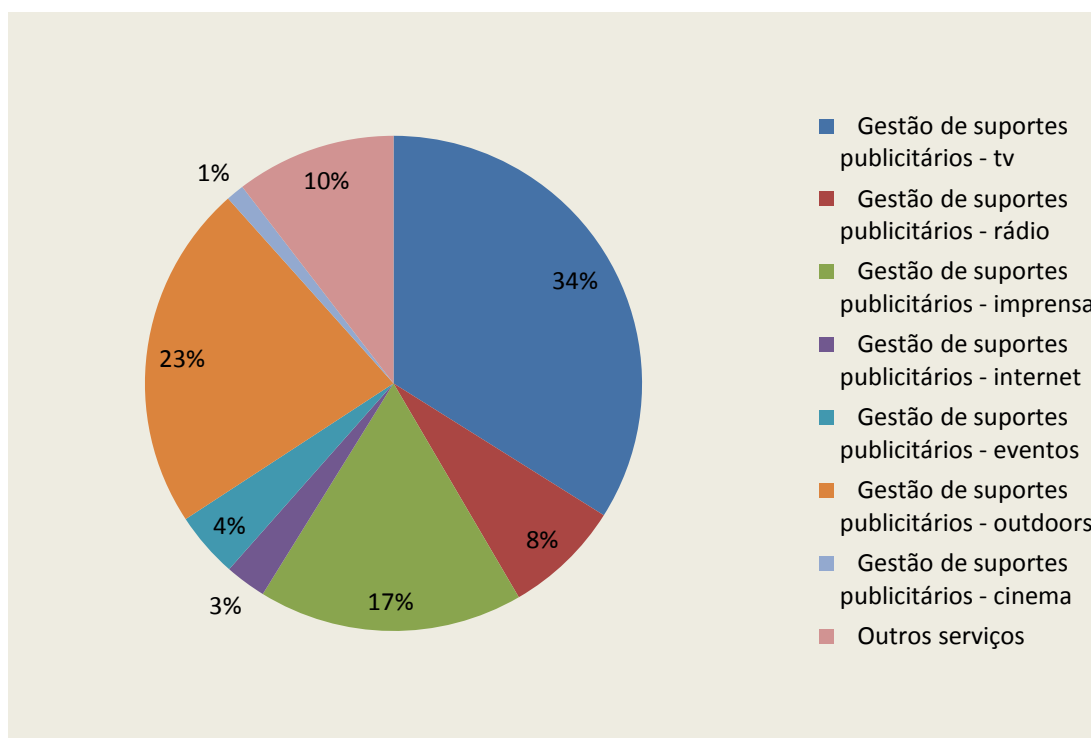
Fonte: INE, Inquérito aos Serviços prestados às empresas 2007

Figura 9 - Distribuição da Prestação de serviços por Suporte Publicitário (%), 2005



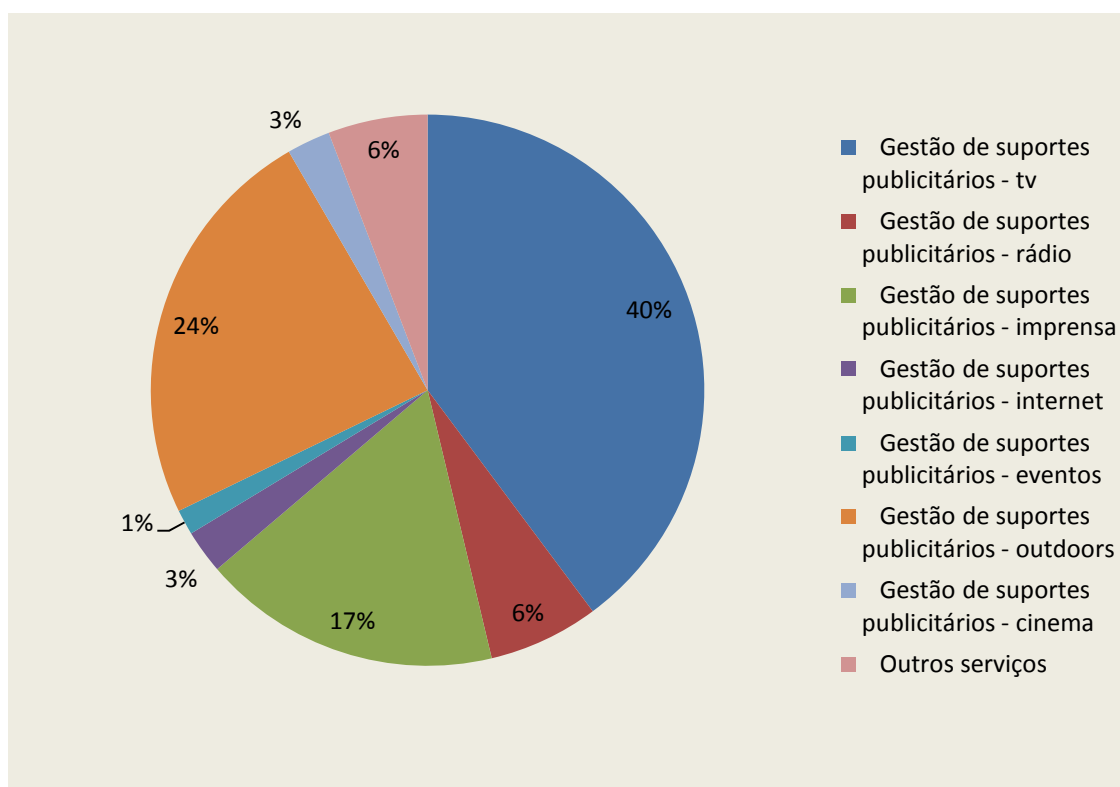
Fonte: INE, Inquérito aos Serviços prestados às empresas 2007.

Figura 10 - Distribuição da Prestação de serviços por Suporte Publicitário (%), 2006



Fonte: INE, Inquérito aos Serviços prestados às empresas 2007.

Figura 11 - Distribuição da Prestação de serviços por Suporte Publicitário (%), 2007



Fonte: INE, Inquérito aos Serviços prestados às empresas 2007.

Quadro 26 - Distribuição do volume de negócios, por actividade económica do cliente, segundo a região – Publicidade, 2004 a 2007

Actividade económica do cliente		Continente	Região NUTS II				
			Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
<b>Total do volume de negócios (10<sup>3</sup>€)</b>	<b>2004</b>	<b>2 252 120</b>	<b>148 724</b>	<b>44 647</b>	<b>2 037 237</b>	<b>7 704</b>	<b>13 807</b>
	<b>2005</b>	<b>2 156 969</b>	<b>157 775</b>	<b>48 325</b>	<b>1 925 807</b>	<b>9 258</b>	<b>15 804</b>
	<b>2006</b>	<b>2 261 572</b>	<b>172 802</b>	<b>52 921</b>	<b>2 009 667</b>	<b>10 080</b>	<b>16 102</b>
	<b>2007</b>	<b>2 414 297</b>	<b>180 516</b>	<b>52 801</b>	<b>2 153 093</b>	<b>7 868</b>	<b>20 020</b>
Agricultura, produção animal, caça, silvicultura e pesca <sup>1</sup>	2004	0,1	0,2	0,5	0	2,2	0,1
	2005	0,1	0,8	0,9	0	2,0	0,1
	2006	0,4	0,1	0,3	0,4	0,4	0,2
	2007	0,3	0,2	3,1	0,1	1,8	7,2
Indústrias transformadoras e extractivas, construção e energia	2004	10,4	11,5	15,0	10,3	9,8	5,8
	2005	13,1	11,3	20,0	13,1	21,5	6,3
	2006	14,1	14,5	18,3	13,9	24,1	6,2
	2007	11,6	13,2	25,0	11,0	20,5	18,9
Indústrias alimentares, das bebidas e do tabaco	2004	x	x	x	x	x	x
	2005	10,0	3,5	1,7	10,8	14,7	0,3
	2006	8,6	4,8	2,9	9,1	17,0	1,2
	2007	7,8	6,2	7,9	8,0	3,3	1,5
Indústrias extractivas e outras indústrias transformadoras	2004	8,3	8,4	6,6	8,5	4,5	0,1
	2005	2,1	4,4	12,0	1,7	5,1	0
	2006	4,0	4,7	7,9	3,7	3,8	0,6
	2007	1,9	3,2	6,4	1,7	2,0	0,7
Construção	2004	1,4	2,6	6,7	1,1	5,2	5,7
	2005	0,6	2,9	5,7	0,2	1,5	6,0
	2006	1,0	4,4	5,7	0,6	3,3	4,4
	2007	1,2	3,5	8,8	0,7	15,2	10,5
Produção e distribuição de electricidade, gás e água	2004	0,7	0,5	1,7	0,7	0,1	0
	2005	0,4	0,5	0,6	0,4	0,2	0
	2006	0,5	0,6	1,8	0,5	0	0
	2007	0,7	0,3	1,9	0,6	0	6,2
Comércio por grosso, a retalho e reparação de veículos automóveis, motociclos, bens de uso pessoal e doméstico	2004	21,7	32,1	20,0	20,8	46,4	22,9
	2005	24,7	14,7	16,9	25,9	19,0	8,4
	2006	20,0	40,0	40,7	17,7	25,3	8,8
	2007	19,4	34,5	16,7	18,3	23,8	12,2
Comércio por grosso (inclui agentes do comércio)	2004	8,1	11,1	5,1	7,9	22,1	3,0
	2005	9,4	8,1	4,5	9,7	5,0	0,9
	2006	7,7	23,8	15,4	6,2	3,5	1,3
	2007	6,8	10,3	9,5	6,4	6,0	2,2
Comércio a retalho (inclui reparações de bens pessoais e domésticos)	2004	8,9	13,4	10,4	8,4	21,8	15,4
	2005	7,5	4,2	7,2	7,8	12,9	6,6
	2006	6,6	10,4	16,8	5,8	20,3	6,5
	2007	7,8	13,9	3,3	7,5	15,2	7,5
Comércio automóvel, motociclos (inclui reparação) e de combustíveis	2004	4,7	7,6	4,5	4,5	2,5	4,5
	2005	7,8	2,4	5,2	8,4	1,1	0,9
	2006	5,7	5,8	8,5	5,7	1,5	1,0
	2007	4,8	10,3	3,9	4,4	2,6	2,5
Alojamento e restauração	2004	1,5	5,3	7,3	0,9	5,7	33,4
	2005	2,1	7,6	3,1	1,4	16,1	27,6
	2006	4,6	5,8	4,1	4,2	3,8	32,3

	2007	1,5	4,8	8,1	1,0	7,0	9,7
Transportes, armazenagem e comunicações	2004	8,3	2,1	0,9	9,0	3,1	0,4
	2005	4,6	1,7	0,7	5,0	0	0,1
	2006	6,3	5,9	4,2	6,4	3,7	1,2
	2007	4,8	4,0	2,3	4,9	1,5	5,7
Actividades financeiras (inclui banca e seguros)	2004	4,0	2,2	0,3	4,2	0,8	0
	2005	4,5	4,1	0,6	4,7	0,7	0,6
	2006	6,6	2,6	2,0	7,2	0	0,3
	2007	9,9	3,6	4,7	10,6	2,7	2,0
Actividades imobiliárias, alugueres e serviços prestados às empresas	2004	43,5	37,1	50,0	44,1	17,7	18,8
	2005	42,2	54,1	50,8	41,1	36,6	40,8
	2006	44,1	21,3	24,2	46,8	36,2	31,0
	2007	35,7	11,2	12,6	38,5	6,6	27,1
Outras actividades <sup>2</sup>	2004	10,5	9,5	6,0	10,7	14,3	18,6
	2005	8,7	5,7	7,0	8,8	4,1	16,1
	2006	3,9	9,8	6,2	3,4	6,5	20,0
	2007	16,8	28,5	27,5	15,6	36,1	17,2

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços Prestados às Empresas.

1 – Até 2006, inclui as Indústrias extractivas.

2 – Inclui: Administração pública, defesa e segurança social, Educação, Saúde e acção social, Outras actividades de serviços colectivos, sociais e pessoais, Actividades das famílias, Organismos internacionais, Outras instituições extra-territoriais, particulares e outros.

Quadro 27 - Número médio de clientes e distribuição do volume de negócios por proveniência e residência do cliente, segundo a região – Publicidade, 2005 a 2007

Região NUTS II		Número médio de clientes	Por proveniência			Por residência		
			Empresas privadas	Empresas públicas	Consumidores finais	Clientes residentes	Clientes não residentes	
							União Europeia	Fora da União Europeia
Continente	2005	107	95,6	4,3	0,1	96,9	2,2	0,9
	2006	95	95,8	3,0	1,2	95,6	3,5	0,9
	2007	94	97,1	2,1	0,8	94,8	3,9	1,3
Região NUTS II								
Norte	2005	122	88,9	10,7	0,4	98,8	1,0	0,2
	2006	138	92,8	2,5	4,7	97,6	2,2	0,2
	2007	99	91,4	3,5	5,1	94,8	5,0	0,2
Centro	2005	123	91,9	7,8	0,3	99,0	0,9	0,1
	2006	131	84,1	6,3	9,6	98,9	1,1	0
	2007	117	89,3	6,1	4,6	97,6	2,3	0,1
Lisboa	2005	99	96,3	3,6	0,1	96,6	2,4	1,0
	2006	73	96,5	2,9	0,6	95,4	3,7	0,9
	2007	82	97,9	1,8	0,3	94,7	3,9	1,4
Alentejo	2005	113	95,0	4,2	0,8	99,2	0,8	0
	2006	103	92,8	4,8	2,4	99,7	0	0,3
	2007	133	84,3	8,0	7,7	99,1	0,8	0,1
Algarve	2005	77	76,9	19,3	3,8	96,4	1,0	2,6
	2006	70	79,8	14,5	5,7	98,6	1,3	0,1
	2007	73	86,2	10,1	3,7	98,9	1,1	0

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços Prestados às Empresas.



Quadro 28 - Pessoal ao serviço, por características dos recursos humanos, segundo a actividade principal da empresa – Publicidade, 2004 a 2007

<b>Pessoal ao Serviço</b>		<b>Publicidade</b>
<b>Total</b>	<b>2004</b>	<b>13 988</b>
	<b>2005</b>	<b>14 435</b>
	<b>2006</b>	<b>15 580</b>
	<b>2007</b>	<b>15 378</b>
<b>Pessoal ao serviço, por sexo</b>		
Mulheres	2004	6 290
	2005	6 363
	2006	6 447
	2007	7 031
Homens	2004	7 698
	2005	8 072
	2006	9 133
	2007	8 347
<b>Pessoal ao serviço, por horário de trabalho</b>		
Tempo parcial	2004	1 555
	2005	2 288
	2006	3 252
	2007	1 992
Tempo completo	2004	12 433
	2005	12 147
	2006	12 328
	2007	13 386
<b>Total de pessoal remunerado</b>	<b>2004</b>	<b>13 472</b>
	<b>2005</b>	<b>13 888</b>
	<b>2006</b>	<b>13 499</b>
	<b>2007</b>	<b>14 584</b>
<b>Prestadores de serviços<sup>1</sup></b>	<b>2004</b>	<b>1 201</b>
	<b>2005</b>	<b>2 069</b>
	<b>2006</b>	<b>1 552</b>
	<b>2007</b>	<b>1 682</b>

Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços Prestados às Empresas

1 - O número de prestadores de serviços não está incluído no total de pessoal ao serviço.



**OberCom** - Observatório da Comunicação  
Palácio Foz - Praça dos Restauradores  
1250-187 LISBOA  
e-mail: [obercom@obercom.pt](mailto:obercom@obercom.pt)  
tel.: +351 213221319  
fax: +351 213221320  
<http://www.obercom.pt>