



MH

M A R C A S C O M H I S T Ó R I A

INFORMAÇÃO COMERCIAL N° 077/25

DIREÇÃO COMERCIAL

24 JANEIRO 2025

MARCAS COM HISTÓRIA

CONCEITO

Em cada episódio, contamos a história de uma marca inspiradora. Vamos às suas origens conhecer os seus fundadores e principais marcos, desafios e conquistas. Mais do que a história do passado de cada uma das marcas documentadas, queremos mostrar o seu presente e como se projetam para o futuro. O elemento diferenciador de cada marca é a razão do sucesso que queremos revelar nos vários episódios da série documental. Quem lidera os processos de transformações e está hoje ao leme destas marcas será também protagonista.

MARCAS COM HISTÓRIA

FORMATO

Programa com a duração máxima de 25 minutos.
A cada episódio, apresentaremos a história de uma marca.

A humanização de cada uma das marcas é um dos pressupostos desta série. Por esse motivo, a relação emocional entre a marca e o consumidor também será alvo da nossa atenção. Queremos criar empatia com o público, reforçar os laços identitários e surpreender os portugueses com tudo aquilo que desconhecem das marcas.

Num registo inovador, optámos por um narrador que irá com o seu olhar crítico, interventivo, usar a sua voz e o poder da palavra, para criar dinamismo ao programa, acrescentando apontamentos e revelando outras informações não ditas pelo protagonista.

A figura do narrador, será como um Contador de história, criando um produto diferenciador, com uma linguagem apelativa, conjugado com grafismos. Cada episódio poderá incluir o uso de material de arquivo, pessoal e inédito.

O programa terá, uma edição criativa, dinâmica, que privilegia o cruzamento orgânico e fluido dos conteúdos e das histórias. Há uma intenção clara de desenvolver um produto em sintonia com os valores e o ADN da CNN, reconhecida pelo seu estilo ousado. Um projeto com o intuito de posicionar e expandir a marca CNN Portugal

MARCAS COM HISTÓRIA

TV

PERFIL DE TRANSMISSÃO PREVISTO

Sábado à tarde

Repetição Domingo Manhã ou Tarde

DURAÇÃO

Até 25 minutos

DIGITAL

Alojamento do episódio na seção associada às tendências/consumo.

Pode ser complementado com artigos.
Amplificação digital e redes sociais

A portrait of Sara Sousa Pinto, a woman with long, wavy blonde hair, wearing a brown corduroy blazer over a black top. She is smiling and has her hands clasped in front of her. The background is a blurred outdoor setting.

MARCAS COM HISTÓRIA

APRESENTAÇÃO

SARA SOUSA PINTO

Sara Sousa Pinto formada em jornalismo e apresentadora de televisão.

Licenciada em relações internacionais em Coimbra, fez depois uma especialização em jornalismo e comunicação.

Desde então, nunca mais parou. Conduziu o morning show "Esta Manhã", da TVI, das 7h às 10h, ao lado de Nuno Eiró. Atualmente, é rosto do formato "New in Town" e "Marcas com História", ambas na CNN Portugal.

Trabalha ainda com várias marcas, com grande foco nas portuguesas, fazendo questão de as enaltecer e contar as suas histórias

É também moderadora e host de vários debates, eventos e talks, para além disso, concilia a sua atividade na televisão com a de formadora de cursos de apresentação na World Academy

MARCAS COM HISTÓRIA

AMBIENTE VISUAL E SONORO

O processo de desenvolvimento visual e sonoro da série documental “Marcas com História” e definição das principais linhas narrativas tem como intenção criar um storytelling dinâmico, inovador e impactante.

Queremos reproduzir aquele que é o ADN da marca CNN que, ao longo da sua história, se tem destacado pelo seu pioneirismo e por influenciar milhares de pessoas, através dos factos e da forma como os dá a conhecer.

A humanização das histórias, dos projetos e das marcas que queremos (re)descobrir é outra das nossas prioridades. Aqui, a informação tem rosto e gente dentro, tal como a CNN sempre nos habituou.



MARCAS COM
HISTÓRIA

PROPOSTA DE PATROCÍNIO POR EPISÓDIO.

FAÇA PARTE DESTE PROGRAMA

Embarque no programa Marcas com História, num episódio com amplificação nos vários meios CNN Portugal (TV e digital).

NOTORIEDADE | POSICIONAMENTO | ISSUE PLACEMENT

PATROCÍNIO POR EPISÓDIO TV

O patrocínio do programa por episódio engloba as seguintes contrapartidas semanais:

- Junto às autopromoções do programa: cartão de 5" (20 inserções), com referência em voz off ao anunciante, com a seguinte distribuição:

FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-19	19-24	24-03	03-08	TOTAL
Nº DE INSERÇÕES	5	7	4	4	0	20

- Junto ao programa (no início e fim): **cartão de 5"**, com referência em voz off ao anunciante (2 inserções/programa, num total de 4);
- No bloco do programa: **spot** até 20" (1 inserção/programa, no total de 2).

PATROCÍNIO POR EPISÓDIO DIGITAL

O patrocínio do programa por episódio engloba as seguintes contrapartidas semanais:

- Promoção ao episódio com presença de marca, **100.000 visualizações em preroll**;
- Promoção ao episódio com presença de marca, **100.000 impressões vídeo outstream**;
- **1 IG Story e 1 Post Facebook** na CNN a promover a emissão do episódio;

Notas:

- Patrocínio exclusivo por programa/semana.

Porquê patrocinar um programa branded content tv ?

- Permite ao anunciante mostrar a sua marca, levando a uma maior notoriedade
- Um conteúdo branded é um formato que envolve o espetador e, ao mesmo tempo, permite ao anunciante dar voz a um projeto, produto ou tema
- Em formato storytelling, associa a marca a um conteúdo inspiracional

INTEGRAÇÃO DE MARCA - DIGITAL CONTEÚDO PATROCINADO

De forma a reforçar a comunicação do anunciante e dentro da temática abordada no episódio, sugerimos a criação de um conteúdo patrocinado.

NATIVE AD TEXTO

1 ARTIGO TEXTO ESCRITO PELA CNN

- 1 destaque 24h na homepage da CNN
- 1 post no facebook da CNN
- 1 instastory no instagram da CNN
- partilha nos artigos relacionados, recomendados e patrocinados

OBSERVAÇÕES: Texto elaborado pela equipa editorial após briefing do anunciante. As imagens e vídeos cedidos pelo cliente estão sujeitos a aprovação da CNN.

Porquê comunicar em formato native?

Um native é um formato não evasivo, capaz de envolver o leitor dando-lhe a conhecer um produto, projeto ou marca

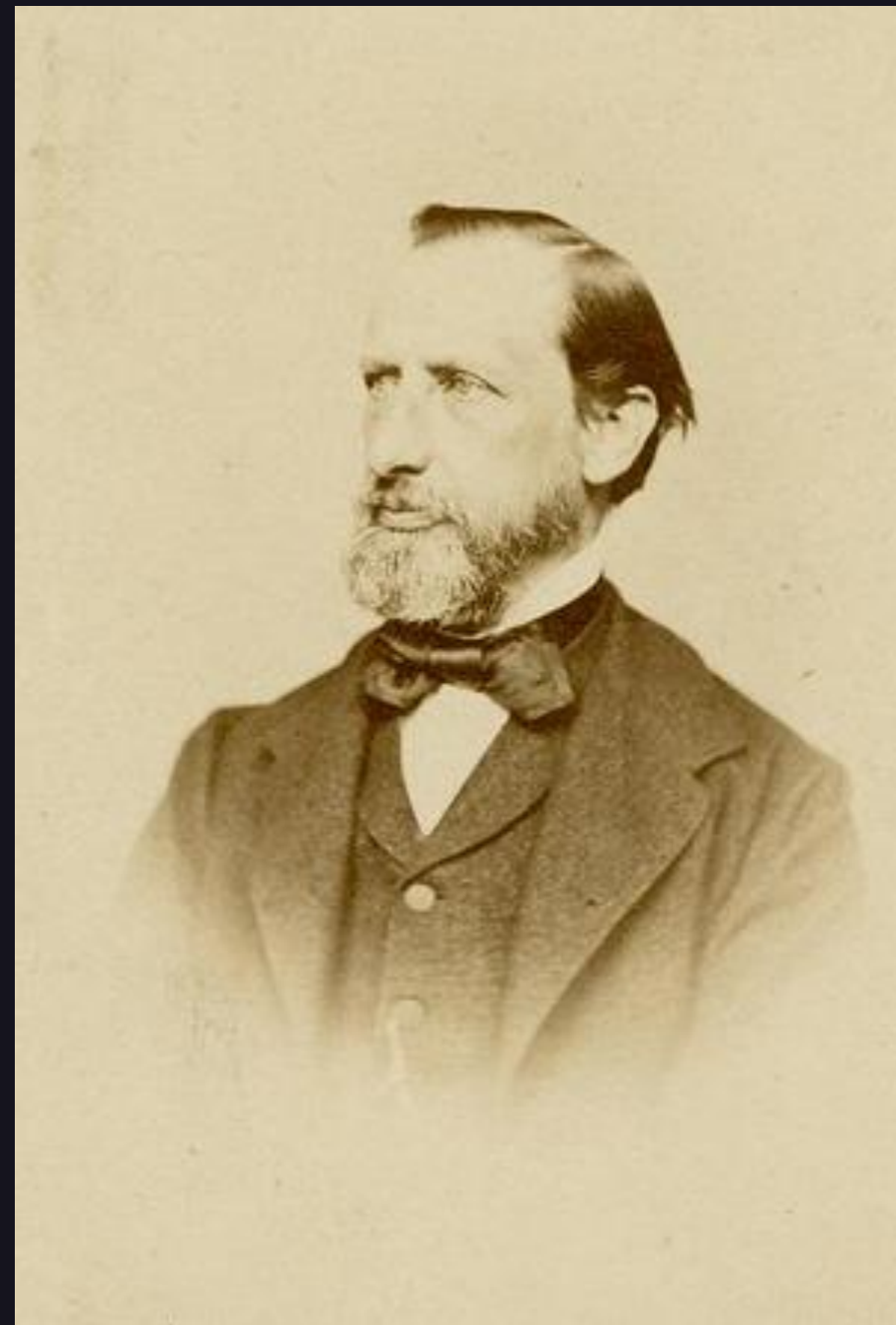
- Permite ao anunciante mostrar o seu produto em forma de storytelling, em vez da tradicional publicidade
- Envolve o leitor e, ao mesmo tempo, permite ao anunciante dar voz ao que tem de novo
- Conta uma história, de forma atrativa, enquanto conduz o espetador – sem que este se perceba – a querer saber mais

Um native vai muito além de mostrar a marca. Vai trazer resultados ao cliente: um native é mais do que uma notícia editorial, é um conteúdo com uma ação de promoção agregada, presente no ambiente digital CNN.

LICENCIAMENTO

De modo a alargar a comunicação, abrangendo, ao mesmo tempo, novos targets, incluímos uma ação de licenciamento -do conteúdo/episódio, através da qual o anunciante poderá partilhar nas suas plataformas digitais – site e redes sociais, assim como partilha nos meios internos da marca.

O conteúdo não poderá sofrer qualquer tipo de edição ou alteração.



PORQUÊ COMUNICAR NA CNN PORTUGAL

- CNN PORTUGAL é uma marca com ADN CNN, a marca de notícias de maior **confiança e notoriedade** no mundo
- Uma marca global **credível e fiável**
- Com uma equipa de **produção especializada na criação de histórias** que desenvolvem conteúdo relevante para a sua marca e o seu público.
- Oferecemos **soluções integradas**, chave na mão, desde a concepção da campanha, produção do conteúdo, estratégia e otimização.
- Porque **contar histórias pessoais**, relevantes e humanas cria um conteúdo com maior ressonância emocional. E isso é concretizado com **mais eficácia através do poder de influência do conteúdo** de marca.

RESUMO GLOBAL

SUPORTE	CANAL	RESUMO
Patrocínio do programa	TV DIGITAL	5''x (20+4) inserções + spot até 20'' x 2 inserções + 100.000 visualizações em Preroll + 100.000 impressões vídeo outstream + 1 story IG CNN + 1 posts FB CNN
Conteúdo Patrocinado	DIGITAL	1 artigo+ destaque+ partilha nas redes sociais CNN Portugal
Licenciamento	-	Licenciamento incluído para 6 meses

INVESTIMENTO GLOBAL(*)

50 000€

(*) O valor global da proposta exclui qualquer margem de intermediação/rapel e deverá ser considerado adicional em relação ao acordo anual

OBSERVAÇÕES:

1. Condições apresentadas para valor bruto negociado;
2. Os valores apresentados não são acumuláveis com outras condições especiais;
3. Aos valores de investimento acrescem 4% de taxa de exibição e IVA à taxa legal;
4. A contratação de espaço far-se-á de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD em vigor, do conhecimento da Central de Compras/Agência de Publicidade/Anunciante (ou outra que a substitua);
5. Na eventualidade da contratação ser efetuada pelo anunciante/agência sem intervenção de Central de Compras, o pagamento da campanha deverá ser efetuado antecipadamente, de acordo com Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD;
6. A presente proposta e as condições nela contidas têm uma validade de 30 dias (calendário), findo este período não poderão ser consideradas como válidas, estando sujeitas a renegociação. No caso de proposta de colocação de produto a validade é apenas de 15 dias (calendário);
7. As presentes condições comerciais são confidenciais, destinando-se a utilização exclusiva por parte da Agência de Publicidade/Central de Compras/Anunciante responsável pela negociação e/ou pelo Anunciante objeto das condições. A sua divulgação a terceiros não poderá em quaisquer situações ser efetuada sem prévia autorização por escrito por parte da TVI / MCD;
8. Os investimentos acordados para colocação de produto, produção, licenciamento, televentas e STVA deverão ser considerados como adicionais face aos investimentos para a compra de media convencional, não sendo contabilizados para o cálculo de prémios de produção anual (rappel);
9. Os patrocinadores poderão ocupar posições preferenciais nos blocos do programa. A ocupação deste espaço será feita por ordem cronológica de receção das respetivas ordens de publicidade;
10. Nos cartões de patrocínio, para além da referência à marca, descrição do produto ou serviço e contacto, podem ainda ser aceites outras menções se for feita prova de que as mesmas se encontram registadas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), como integradas no logótipo do patrocinador;
11. Todos os cartões de patrocínio têm que ser submetidos à apreciação prévia da TVI, com uma antecedência mínima de 3 dias úteis em relação à data de arranque da campanha;
12. A TVI poderá colaborar na produção dos cartões de patrocínio para emissão exclusiva nos seus canais, mediante orçamento caso a caso. As locuções dos cartões de patrocínio deverão ser feitas pela TVI;
13. Eventuais informações relativas a resultados de media constantes nesta proposta constituem carácter informativo e não vinculativo, por parte da TVI/MCD;
14. Salvo acordo em contrário, não existe exclusividade de categoria de produto para qualquer uma das formas de contratação, nem entre elas (nomeadamente a publicidade em ecrã fracionado, o patrocínio e a colocação de produto);
15. Relativamente às contratações de Colocação de Produto, caso sejam exibidas um número de presenças inferior ao contratado, será faturado o valor proporcional;
16. Todas as ações de Colocação de Produto referidas neste documento, foram previamente aprovadas pela Direção de Programas/Produtora. Eventuais alterações ao seu conteúdo terão de ser novamente validadas.



EM TODAS AS FRENTES

CONTACTE-NOS

MORADA: Rua Mário Castelhana, 40. Queluz de Baixo,
2734-502 Barcarena

TELEFONE: + 351 214 347 527

EMAIL: comercial.externo@tvi.pt

WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT