

# marcas

---

com

# sustentabilidade

O PROGRAMA DE SUSTENTABILIDADE DA CNN PORTUGAL

INFORMAÇÃO COMERCIAL N° 214/25  
DIREÇÃO COMERCIAL | 17 DE JUNHO DE 2025

## Conceito

Portugal está na frente no desenvolvimento sustentável e já alcançou 20 metas, propostas pela Organização das Nações Unidas (ONU) até 2030.

Numa era de transformação global, a sustentabilidade deixou de ser uma tendência para se tornar um pilar fundamental da estratégia empresarial.

O Marcas com Sustentabilidade vai para além da sustentabilidade ambiental, mergulhando no universo multifacetado dos critérios ESG (Ambiental, Social e de Governação) que estão a moldar o futuro dos negócios em Portugal e no mundo.

É a série documental da CNN Portugal que quer dar a conhecer o que as marcas estão a fazer neste domínio. Os exemplos inspiradores das organizações que decidiram fazer "diferente", lutar pelo ambiente e por um mundo mais justo e equilibrado, são aqui retratados.

[Assista aqui ao 1º episódio](#)

Conduzido por Sara Sousa Pinto, cada episódio revela os desafios atuais que as marcas enfrentam e as soluções que encontraram para calibrarem a sua ação com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, da Agenda 2030 da ONU.

**A aposta desta série é inspirar os portugueses a fazerem mais e melhor em prol do futuro.**

**Sara Sousa Pinto** é jornalista e apresentadora de televisão. O seu mais recente projeto é "Marcas com História", uma série documental emitida na CNN Portugal, que tem contado a história de marcas inspiradoras para o país. Licenciada em Relações Internacionais em Coimbra, fez, depois, uma especialização em Jornalismo e Comunicação. Desde então nunca mais parou. Foi jornalista na Informação da TVI, apresentou o programa "Esta Manhã" e atualmente dá a cara pelo programa New in Town (NiT) para a CNN Portugal.

## Perfil de transmissão previsto

Programa mensal  
Estreia ao Sábado com repetição ao Domingo Manhã ou Tarde

## Duração

25 minutos

## Digital

Alojamento do episódio no site CNN Portugal.  
Partilha nas redes sociais CNN Portugal.

Pode ser complementado com artigos.

[Acompanhe o programa aqui](#)

**MARCAS COM  
SUSTENTABILIDADE**

# FAÇA PARTE DESTE PROGRAMA

Embarque no programa Marcas com Sustentabilidade, 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 :

- Junto às autopromoções do programa: cartão de 5" (16 inserções), com referência em voz off ao anunciante, com a seguinte distribuição:

FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
Nº DE INSERÇÕES	5	5	2	4	-	16

- 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, **50.000 visualizações em preroll;**
- Promoção ao episódio com presença de marca, **50.000 impressões vídeo outstream;**
- **1 IG Story** na CNN a promover a emissão do episódio;

### Notas:

- Patrocínio exclusivo por programa mensal.
- Patrocínio com 4 quotas máximas. É dada preferência aos anunciantes que integrem o conteúdo do programa.

## INTEGRAÇÃO EM CONTEÚDO TV

De forma a reforçar a estratégia de comunicação do anunciante e indo de encontro com a estrutura e conteúdo do programa, sugerimos 3 opções de integração:

### Opção A

#### ENTREVISTA ÂNCORA

com Sara Sousa Pinto

Duração média: Até 8 minutos

OBS: Está previsto 1 dia de gravações com Sara Sousa Pinto. Restante captação: 1 a 2 dias para filmar b-roll.

### Opção B

#### SEGMENTOS / PEÇAS

Locução: Sara Sousa Pinto

Duração média: Até 5 minutos

OBS: Está previsto 1 a 2 dias de captação, incluindo entrevistas.

### Opção C

#### SEGMENTOS / PEÇAS

Locução: Sara Sousa Pinto

Duração média: Até 3 minutos

OBS: Está previsto 1 dia de captação, incluindo entrevistas.

#### Notas:

- Cada episódio poderá ter até um máximo de 4 anunciantes / segmentos.

## 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, temos disponível a opção 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.

## Notas:

- A opção de licenciamento carece de orçamentação.

# RESUMO GLOBAL

ABORDAGEM	SUPORTE	CANAL	RESUMO	
<b>A</b>	Integração no Programa	TV	1 integração ( Entrevista Âncora 8')	<b>17.878€</b>
	Patrocínio do programa	TV   DIGITAL	5''x (20) inserções + spot até 20'' x 2 inserções + 50.000 visualizações em Preroll + 50.000 impressões vídeo outstream + 1 story IG CNN	
	Conteúdo Patrocinado	DIGITAL	1 artigo+ pack de amplificação	
<b>B</b>	Integração no Programa	TV	1 integração ( segmento 5')	<b>14.927€</b>
	Patrocínio do programa	TV   DIGITAL	5''x (20) inserções + spot até 20'' x 2 inserções + 50.000 visualizações em Preroll + 50.000 impressões vídeo outstream + 1 story IG CNN	
	Conteúdo Patrocinado	DIGITAL	1 artigo+ pack de amplificação	
<b>C</b>	Integração no Programa	TV	1 integração ( segmento 3')	<b>13.342€</b>
	Patrocínio do programa	TV   DIGITAL	5''x (20) inserções + spot até 20'' x 2 inserções + 50.000 visualizações em Preroll + 50.000 impressões vídeo outstream + 1 story IG CNN	
	Conteúdo Patrocinado	DIGITAL	1 artigo+ pack de amplificação	

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

# RESUMO GLOBAL | EPISÓDIO EXCLUSIVO

Apresentamos ainda a possibilidade de contruir um episódio dedicado a um anunciante, com patrocínio exclusivo.

SUPORTE	CANAL	RESUMO
Integração no Programa	TV	Programa dedicado 25'
Patrocínio do programa	TV   DIGITAL	5''x 20 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
<b>INVESTIMENTO GLOBAL: 50.000€</b>		

0 (\*) 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](mailto:comercial.externo@tvi.pt)

**[WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT](http://WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT)**